

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ketahanan pangan Indonesia saat ini masih belum tercapai dan masih berada pada posisi yang rendah apabila dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Berdasarkan data dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (2022) skor *Global Food Security Indeks* (GFSI) Indonesia pada tahun 2018 menduduki posisi ke 58 dari 113 negara di dunia dan mengalami penurunan posisi menjadi ke 63 dari 113 negara pada tahun 2022 yang disebabkan penurunan skor pada aspek ketersediaan, keamanan, dan kualitas pangan. Menurut data Badan Pangan Nasional (2023) beberapa daerah di Indonesia masih memiliki nilai Indeks Ketahanan Pangan (IKP) golongan rendah yang menandakan bahwa produksi di daerah tersebut belum bisa memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Peningkatan ketahanan pangan memerlukan kerja sama dari berbagai pihak mulai dari pemerintah, swasta, hingga elemen masyarakat. Pemerintah dapat melakukan berbagai upaya seperti membuat kebijakan yang mendukung peningkatan ketahanan pangan contohnya program Pekarangan Pangan Lestari (P2L). Program P2L merupakan program yang mulai dilaksanakan pada tahun 2020 yang sebelumnya bernama Kegiatan Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRPL) yang telah dilaksanakan sejak 2010 - 2019. Tujuan dilakukannya program P2L adalah meningkatkan ketersediaan, pemanfaatan, dan aksesibilitas pangan untuk

mendukung peningkatan ketahanan pangan dengan pemanfaatan pekarangan rumah maupun lahan yang tidak produktif (Badan Ketahanan Pangan, 2021).

Program P2L tidak dapat berhasil jika tidak ada kerja sama dengan masyarakat, masyarakat dapat melakukan kegiatan berkebun di pekarangan rumah sebagai bentuk implementasi program P2L. Berkebun memiliki manfaat yaitu membantu memenuhi kebutuhan konsumsi pangan rumah tangga sehari-hari untuk mendukung terjadinya peningkatan ketahanan pangan. Tingkat efektivitas program P2L berdasarkan aspek ketercapaian tujuan mencapai 94,23% atau sangat efektif yang artinya program P2L berhasil memberikan kontribusi dalam meningkatkan ketersediaan, pemanfaatan, dan aksesibilitas pangan serta mampu menjadi sumber untuk pendapatan dan berkurangnya pengeluaran biaya untuk membeli kebutuhan pangan (Fajarsari *et al.*, 2024). Masyarakat bisa berkebun dengan mencari berbagai informasi melalui video-video yang diunggah di media sosial. Media sosial merupakan media komunikasi *modern* yang dapat mempermudah komunikasi karena tidak terbatas pada jarak dan waktu sehingga komunikasi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. TikTok menjadi media sosial populer yang banyak digunakan oleh masyarakat. Sebanyak 1.582 miliar orang menggunakan media sosial TikTok sehingga TikTok menduduki posisi kelima media sosial yang banyak digunakan di dunia (Statista, 2024c).

TikTok mulai populer di Indonesia pada akhir tahun 2018 dan Indonesia menjadi negara penyumbang pengguna TikTok di dunia. Jumlah pengguna TikTok di Indonesia menduduki posisi pertama di dunia dengan jumlah sebanyak 157,6 juta orang (Statista, 2024a). Konten-konten yang diunggah di media sosial TikTok

adalah video-video berdurasi maksimal 10 menit yang berisikan konten hiburan maupun konten yang informatif. Akun TikTok yang mengunggah konten berisikan kegiatan berkebun adalah @mini_garden12. TikTok @mini_garden12 dibuat oleh FR, seorang pria berusia 23 tahun. Kegiatan berkebun yang dilakukan diawali dengan hobi berkebunnya sejak SMA dengan memanfaatkan *rooftop* rumahnya yang terletak di Kota Pagar Alam, Sumatra Selatan untuk memenuhi kebutuhan dapur dan menghemat pengeluaran. Menanam sayuran dan buah-buahan di rumah dengan memanfaatkan pekarangan guna konsumsi rumah tangga dapat menjadi sumber pemenuhan gizi (Ayuningtyas *et al.*, 2020). Tanaman yang ditanam di kebun @mini_garden12 adalah berbagai jenis sayuran, buah-buahan, dan bunga. Sayuran yang ditanam adalah selada, daun bawang, timun, cabai, kubis, sawi, kangkung, terong, dan sayuran lainnya. Buah-buahan yang ditanam adalah strawberry, raspberry, anggur, jeruk dan markisa sementara jenis bunga-bunga yang ditanam adalah ranunculus, anemone, tulip, bunga matahari, kosmos, dan lainnya.

Pengetahuan *creator* mengenai berkebun diperoleh secara otodidak melalui Youtube, buku, jurnal, dan bertanya langsung kepada petani. Keinginannya untuk memotivasi orang lain untuk berkebun membuat *creator* mulai mengunggah konten berkebun di TikTok, Instagram, dan Youtube. Akun @mini_garden12 mulai aktif di TikTok pada bulan Oktober 2022 dan per 30 September 2024 telah diikuti oleh kurang lebih 780.700 *followers*. Konten yang diunggah oleh @mini_garden12 adalah konten berkebun dalam bentuk video yang berisi informasi tentang berkebun mulai dari jenis tanaman yang ditanam, cara menanam, cara merawat tanaman, hingga panen. Akun @mini_garden12 mengunggah konten video sebanyak 1-4 kali

dalam seminggu dan 30 September 2024 telah memperoleh 13,7 juta *likes* dari 187 unggahan di TikTok. Pemilihan akun TikTok @mini_garden12 dibandingkan dengan akun berkebun lainnya adalah @mini_garden12 konsisten mengunggah video berkebun tanpa mengunggah konten selain berkebun dan memiliki *engagement* yang lebih tinggi dibandingkan akun lain yang memiliki konsep serupa maupun dengan akun Instagram @mini_garden12 itu sendiri. Kegiatan berkebun yang dikemas dalam video TikTok yang kreatif, interaktif, dan informatif dapat mempengaruhi dan memicu timbulnya respons dari pengguna TikTok. Respons yang diberikan setelah pengguna TikTok menerima informasi dari konten yang ditontonnya dapat berupa respons positif atau negatif (Rakhmat, 2008).

Pengaruh yang diberikan oleh media sosial terhadap perilaku baik cara berpikir maupun sikap penggunanya dapat disebut dengan terpaan media sosial. Terpaan media sosial dapat diartikan sebagai pengalaman penerimaan informasi oleh pengguna media sosial setelah membaca, melihat, maupun mendengar konten yang diunggah pada media sosial (Rakhmat, 2008). Terpaan media sosial dapat diukur melalui durasi, frekuensi, dan atensi penggunaan media sosial. Minat berkebun sendiri merupakan rasa ketertarikan pada seseorang untuk melakukan kegiatan berkebun. Informasi menarik tentang berkebun yang terdapat di unggahan akun @mini_garden12 dapat memberikan perspektif yang positif terhadap kegiatan berkebun sehingga dapat mempengaruhi perilaku *followers* dalam bentuk minat berkebun. Terpaan media sosial mampu mendorong terbentuknya persepsi positif tentang pertanian yang dapat mempengaruhi terbentuknya minat pada sektor pertanian (Dwiputra & Tampi, 2021).

Teori yang menjelaskan hal tersebut adalah Teori Stimulus-*Organism*-Respons (S-O-R). Teori S-O-R menggambarkan respons yang timbul akibat adanya rangsangan berupa pesan yang tepat (McQuail, 2011). Terpaan media sosial @mini_garden12 dapat menjadi stimulus bagi *followers* yang dapat mempengaruhi terbentuknya respons dalam bentuk minat berkebun. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan media sosial TikTok terhadap minat berkebun pada *followers* TikTok @mini_garden12. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran dan informasi terkait pengaruh terpaan media sosial terhadap minat berkebun. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada @mini_garden12 untuk memanfaatkan terpaan media dalam meningkatkan minat berkebun pada *followers* @mini_garden12.

1.2. Tujuan

1. Mendeskripsikan tingkat durasi, frekuensi, dan atensi pada *followers* TikTok @mini_garden12
2. Mendeskripsikan tingkat minat berkebun pada *followers* @mini_garden12
3. Menganalisis pengaruh terpaan media sosial TikTok terhadap minat berkebun pada *followers* @mini_garden12

1.3. Manfaat

1. Bagi *creator*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terkait seberapa berpengaruhnya konten yang telah dibuat terhadap minat berkebun

pada *followers* dan dapat meningkatkan kredibilitas dan reputasi TikTok @mini_garden12 sebagai *content creator* berkebun yang dapat menarik perhatian lebih banyak penonton maupun mitra kerja untuk berkolaborasi.

2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan pertimbangan terkait pengaruh media sosial terhadap minat berkebun pada penelitian di masa datang.
3. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana implementasi atas teori-teori komunikasi pada pengaruh media sosial terhadap minat berkebun.