

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hidroponik saat ini menjadi salah satu metode budidaya yang digemari masyarakat. Teknik hidroponik disukai karena lebih efisien dan efektif jika dibandingkan dengan teknik konvensional. Pada era globalisasi ini, masyarakat dapat dengan mudah mempelajari hidroponik melalui *gadget*. Kesadaran masyarakat terhadap hidroponik semakin meningkat, banyak masyarakat yang ingin memulai budidaya hidroponik. Berdasarkan hasil penelitian Sulistyو *et al.*, (2022), menunjukkan bahwa tingginya minat warga terhadap budidaya hidroponik karena memanfaatkan luas lahan pekarangannya untuk menanam berbagai macam tanaman sayuran hidroponik yang bermanfaat selain untuk penghijauan juga bisa untuk dikonsumsi sendiri yang lebih sehat dan bebas pestisida.

Minimnya pemahaman masyarakat dalam perawatan budidaya hidroponik membuat masyarakat takut gagal dan tidak sesuai yang diinginkannya berujung tidak melanjutkan budidaya hidroponik. Masalah lainnya seperti masyarakat menganggap hidroponik membutuhkan biaya awal yang tinggi, pengetahuan teknis khusus, serta perawatan yang rumit, sehingga menimbulkan persepsi bahwa kegiatan ini sulit untuk dilakukan di rumah. Maka dari itu pada era *modern* yang sekarang mudah, dan bisa belajar dimana saja, masyarakat dapat lebih *aware* bagaimana cara merawat budidaya hidroponik. Terpaan media sosial berperan penting dalam membentuk dan meningkatkan minat masyarakat terhadap

hidroponik. Paparan konten yang informatif, menarik, dan mudah dipahami seperti video tutorial, tips perawatan, dan contoh keberhasilan, mampu mengubah persepsi bahwa hidroponik itu sulit menjadi kegiatan yang sederhana dan menyenangkan.

Penyebaran informasi pada saat ini menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, X membuat informasi yang disampaikan secara cepat antar pengguna media sosial. Menurut survei *We Are Social*, (2025) menyatakan bahwa pengguna media sosial tahun 2025 yaitu 139 juta masyarakat Indonesia dengan platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu pertama pengguna aplikasi Whatsapp sebanyak 91,7% dari jumlah populasi, lalu pengguna aplikasi Instagram sebanyak 84,6% dari jumlah populasi, ketiga pengguna aplikasi Facebook sebanyak 83% dari jumlah populasi, keempat pengguna aplikasi TikTok sebanyak 77,4% dari jumlah populasi, dan yang terakhir pengguna aplikasi Telegram sebanyak 61,6% dari jumlah populasi. Penyebarluasan informasi edukasi pertanian seperti edukasi hidroponik pada media sosial membuat pengguna media sosial akan efektif menerima informasi karena kecepatan serta kemudahan yang ditawarkannya (Suwandi *et al.*, 2023).

Pada era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu sarana yang dimanfaatkan dalam pelaksanaan penyuluhan pertanian. Platform media sosial dalam penyuluhan mempunyai aspek masing masing seperti WhatsApp memungkinkan konsultasi dan komunikasi secara *real-time*, Facebook memfasilitasi pertukaran informasi publik melalui postingan dan grup, YouTube untuk tutorial video. Instagram dan TikTok secara visual yang menarik melalui gambar, X memungkinkan pembaruan yang ringkas (Sugihono *et al.*, 2024).

Media sosial TikTok digunakan oleh masyarakat Indonesia sebanyak 77,4% dari jumlah populasi. TikTok dari tahun ke tahun menjadi favorit masyarakat Indonesia karena berbagai kontennya yang unik dan informatif. TikTok saat ini berkembang karena mempunyai sistem yang apabila pengguna tertarik dengan dunia hidroponik maupun pertanian dengan sangat cepat akan menampilkan konten yang sesuai dengan minat mereka sehingga *for your page* pengguna cenderung terus menonton video dengan jenis sama. Konten kreator TikTok memberikan video informatif untuk memberikan pengguna secara visual yang nyata.

Akun TikTok @kebunmahobi merupakan salah satu konten kreator yang membuat konten penyebaran informasi pertanian terhadap *followers* terkait bagaimana caranya memulai berbudidaya hidroponik, jenis konten yang beragam seperti cara merawat budidaya hidroponik, bibit yang berkualitas yang digunakan, serta konten informasi lainnya terkait budidaya hidroponik. Konten TikTok @kebunmahobi menyuguhkan visual secara nyata terhadap budidaya hidroponik yang membuat *followers* nya menikmati secara langsung dan tidak membuat bosan melihatnya. Hal ini dapat dilihat melalui postingannya yang memiliki *cinematography* yang bagus, penjelasan yang detail, contoh video yang jelas.

Akun TikTok @kebunmahobi, pertama kali membuat postingan tentang hidroponik pada tanggal 06 Oktober 2021. Akun TikTok @kebunmahobi menunjukkan tren peningkatan interaksi dari tahun ke tahun, yang mengindikasikan adanya potensi pengaruh terhadap audiensnya terkait konten edukasi hidroponik. Video pertama @kebunmahobi mempunyai jangkauan *view* 10 ribu dengan *like* 176 dan komen 25 tahun 2021. Tahun selanjutnya mempunyai jangkauan *view* 59 ribu

dengan like 1.048 dan komen 30. Tahun ke 3 TikTok @kebunmahobi mempunyai jangkauan *view* 400 ribu dengan *like* 12.8 ribu dan komen 126. Hingga saat ini beberapa edukasi hidroponik TikTok @kebunmahobi mempunyai jangkauan *view* hingga jutaan dengan *like* 210 ribu dan komen 357.

Komentar positif dari followers terkait cara budidaya hidroponik, belajar memulai budidaya hidroponik, serta keuntungan dalam budidaya hidroponik dapat menjadi *stimulus* yang mendorong munculnya minat individu untuk mencoba dan mempelajari budidaya hidroponik. Interaksi yang ditunjukkan melalui pertanyaan, pengalaman, serta antusiasme dalam kolom komentar juga memperkuat persepsi positif, sehingga berperan dalam meningkatkan ketertarikan hingga berkembang menjadi minat dalam melakukan budidaya hidroponik. Dalam teori S-O-R, konten edukasi hidroponik akun TikTok @kebunmahobi berperan sebagai *stimulus*, yaitu berupa informasi, serta penyampaian materi yang menarik. *Organism* yaitu audiens TikTok, yang memproses informasi melalui pemahaman, dan ketertarikan terhadap hidroponik. Memunculkan *response* yang terlihat dari peningkatan interaksi seperti jumlah *view*, *like*, dan komentar dari tahun ke tahun hingga mencapai ratusan ribu bahkan jutaan tayangan.

Perkembangan akun @kebunmahobi sangatlah cepat, dapat dilihat pada pengikut yang didapatkan hingga saat ini sebesar 433,2 ribu dengan *like* 5,8 juta. Interaksi antara @kebunmahobi dengan *followers* didapatkan dari ketika *followers* ingin bertanya masalah budidaya hidroponik pada kolom komentar edukasi hidroponik @kebunmahobi yang langsung dijawab oleh @kebunmahobi sebagai saran untuk lebih baik dalam budidaya hidroponik. Pertimbangan masyarakat

dalam budidaya hidroponik dipengaruhi oleh tujuh variabel seperti frekuensi, durasi, atensi, usia, jenis kelamin, pendidikan, dan luas lahan. Variabel frekuensi, atensi dan durasi penggunaan pada setiap jenis media yang digunakan merupakan variabel terpaan media sosial (Nuryadi *et al.*, 2023).

Frekuensi menilai seberapa sering *followers* menonton video edukasi hidroponik. Penilaian didasarkan pada alasan yang mendasari menonton tersebut. Durasi menjelaskan seberapa lama *followers* menonton konten edukasi hidroponik. Penilaian menganalisis perspektif *followers* terhadap efektivitas konten yang disampaikan. Atensi menilai seberapa besar pemahaman dan keterkaitan *followers* konten akun @kebunmahobi. Usia menilai tingkat adopsi teknologi dari konten, umumnya semakin muda akan semakin paham dalam mengadopsi teknologi. Pendidikan menilai tingkat pemahaman akan informasi yang diberikan melalui konten. Penilaian menilai apakah Pendidikan yang semakin baik dapat mencerminkan tingkat pemahaman terhadap informasi yang diterima. Jenis kelamin menilai perbandingan persentasi laki laki dan perempuan serta minat yang dimiliki akan budidaya. Luas lahan menilai pengaruh kondisi aktual luas lahan yang dimiliki terhadap minat budidaya hidroponik.

Sebagian besar penelitian terdahulu fokus pada Instagram, Facebook untuk edukasi pertanian. TikTok sebagai platform video pendek, terutama akun spesifik seperti @kebunmahobi dengan konten hidroponik, belum banyak diteliti. Penelitian sebelumnya jarang menggabungkan faktor usia, pendidikan, jenis Kelamin, dan kepemilikan luas lahan sebagai variabel yang dapat memengaruhi bagaimana masyarakat menerima informasi hidroponik dari TikTok. Pentingnya studi ini dapat

memberikan pemahaman baru mengenai efektivitas TikTok sebagai media edukasi pertanian dan memanfaatkan luas lahan yang tersisa pada rumah masing masing.

1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan variabel frekuensi, durasi, atensi, usia, jenis kelamin, pendidikan, luas lahan, dan minat budidaya hidroponik pada *follower* media sosial TikTok @kebunmahobi.
2. Menganalisis pengaruh terpaan media sosial TikTok @kebunmahobi terhadap minat budidaya hidroponik.

Manfaat dilaksanakannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis
Manfaat yang diperoleh penulis yaitu menambah pengetahuan baru dalam meningkatkan pengaruh penggunaan media sosial TikTok sebagai media pembelajaran minat budidaya hidroponik.
2. Manfaat bagi Kebun Mahobi
Penelitian ini dapat digunakan sebagai evaluasi dan informasi terkait seberapa banyak *follower* @kebunmahoi yang terdampak kontennya untuk memulai belajar hidroponik.
3. Manfaat Peneliti Selanjutnya
Sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian yang sama untuk bahan kajian.