

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori S-O-R

Teori S-O-R dikemukakan pada tahun 1953 oleh Hovland merupakan teori komunikasi dengan singkatan dari *Stimulus-Organisme-Response*. Teori ini menjelaskan adanya pengaruh dari ilmu psikologi dalam ilmu komunikasi. Teori ini menggambarkan bahwa media atau pesan (*stimulus*) yang disampaikan kepada komunikan (*organisme*) akan menghasilkan efek tertentu (*response*) yang dapat berupa perubahan sikap, opini, perilaku, maupun niat. Prinsip *stimulus* dan respon mengasumsikan bahwa pesan informasi yang dikeluarkan oleh media, didistribusikan secara sistematis, sehingga pesan tersebut secara serentak dapat diterima oleh sejumlah besar komunikan, kemudian pesan yang diterima akan direspon oleh para komunikan (Effendy, 2023).

Keterkaitan model S-O-R dalam penelitian ini yaitu *Stimulus* merupakan edukasi konten kreator yang disampaikan dalam sosial media TikTok seperti frekuensi membuka TikTok @kebunmahobi, durasi melihat TikTok @kebunmahobi, dan atensi yang diberikan konten kreator. *Organisme* merupakan *followers* akun TikTok @kebunmahobi dengan kriteria usia, jenis kelamin, pendidikan, dan luas lahan. *Response* merupakan minat *followers* terhadap budidaya hidroponik pada konten akun TikTok @kebunmahobi. Model S-O-R mengusulkan bahwa response emosional bertindak sebagai mediasi dalam hubungan antara rangsangan lingkungan dan perilaku manusia (Pratiwi *et al.*,

2025). Perubahan dalam masyarakat tidak dapat dilakukan tanpa adanya dorongan dari pihak luar, meskipun berminat untuk perubahan. Teori ini sangat cocok sebagai penyadaran masyarakat terkait edukasi hidroponik untuk mengubah pertanian menjadi pertanian modern yang dapat dimaksimalkan hanya di halaman rumah atau *rooftop* rumah.

2.2. Budidaya Hidroponik

Hidroponik merupakan salah satu sistem pertanian berkelanjutan yang teknologi bercocok tanam tanpa menggunakan media tanah namun menggunakan air dan larutan nutrisi yang dibutuhkan tanaman sebagai media tumbuh. Hidroponik merupakan metode penanaman tanaman tanpa menggunakan media tumbuh dari tanah, dengan menanam dalam air yang mengandung campuran unsur hara (Prayitno *et al.*, 2017). Budidaya hidroponik perlu diperhatikan dalam penyiraman tanaman secara teratur agar tanaman dapat tumbuh dengan baik, budidaya hidroponik tidak tercemar oleh pestisida. Tren ini juga turut mendorong sayuran hidroponik sebagai makanan sehat, penyebabnya adalah sayuran hidroponik tidak tercemar oleh pupuk buatan dan pestisida, yang menjadikan sayuran ini bagus untuk kesehatan bila dikonsumsi (Rapani *et al.*, 2024).

Tren budidaya hidroponik di Indonesia semakin diminati oleh masyarakat Indonesia. Hidroponik saat ini menjadi trend di kalangan masyarakat karena mudah untuk proses penanamannya, perawatannya juga tidak susah (Sarno, 2018). Kesadaran masyarakat terhadap hidroponik semakin meningkat, banyak masyarakat yang ingin memulai budidaya hidroponik. Hal ini sesuai dengan

penelitian yang dilakukan oleh Sulistyو *et al.*, (2022) yang menyatakan 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.

Budidaya hidroponik membutuhkan media visual karena prosesnya menekankan teknik instalasi, aliran nutrisi, serta contoh pertumbuhan tanaman yang lebih mudah dipahami melalui gambar atau video dibandingkan penjelasan teks saja. Teknologi *urban farming* pada hidroponik sangat cocok karena Luas lahan jadi efisien, rapi, *modern*, dan relevan dengan gaya hidup masyarakat perkotaan yang praktis serta berbasis teknologi. Dari sisi psikologis, ketertarikan masyarakat terhadap hidroponik dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kebutuhan akan aktivitas produktif yang terlihat mudah ditiru, kepuasan melihat hasil tanaman tumbuh bersih, sehat dan estetik, serta motivasi ekonomi maupun hobi. TikTok memiliki keunggulan dengan pendekatan storytelling dan visualisasi proses pertanian, menampilkan proses tanam, panen, atau edukasi pertanian yang dikemas secara menarik dapat menarik perhatian pengguna TikTok (Aminah *et al.*, 2025). Hal ini dapat meningkatkan minat, serta mendorong audiens untuk mencoba hidroponik melalui efek paparan informasi yang terus-menerus dan interaksi digital.

2.3. Media Sosial

Era digitalisasi merupakan di mana teknologi digital telah menjadi dominan dalam kehidupan manusia, mengubah cara kita berinteraksi, bekerja, dan berkomunikasi secara mendasar pada dunia sekarang, salah satunya contohnya yaitu media sosial. Media sosial merupakan bagian dari media pembelajaran yang sementara menghadapi pembaharuan sesuai dengan keadaan zaman. Sebagai wujud dari media pembelajaran berarti penggunaan media sosial seharusnya bisa menuntun proses pembelajaran menjadi lebih efektif dan efisien (Rahman *et al.*, 2023). Informasi yang dipublikasi di media sosial beragam termasuk informasi pertanian dengan tujuan yang berbeda beda, seperti informasi berbudidaya karena menggunakan media sosial membuat informasi yang disampaikan secara cepat kepada antara pengguna media sosial. Pengguna internet banyak yang mendapatkan informasi dari media sosial, karena media sosial memudahkan transfer informasi masa kini secara cepat, serta media sosial sebagai sarana penyebaran informasi di beberapa bidang seperti bidang pertanian (Fitriani, 2017).

Pengguna media sosial di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun dikarenakan perkembangan zaman yang sangat cepat memudahkan masyarakat selalu mengakses media sosial untuk informasi berbudidaya hidroponik. Menurut survei *We Are Social* (2025) menyatakan bahwa pengguna media sosial tahun 2025 yaitu 143 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 83,0%

dari jumlah populasi, keempat pengguna aplikasi TikTok sebanyak 77,4% dari jumlah populasi, dan yang kelima pengguna aplikasi Telegram sebanyak 61,6% dari jumlah populasi. Media sosial TikTok digunakan oleh masyarakat Indonesia sebanyak 77,4% dari jumlah populasi.

2.4. Penyuluhan Digital Melalui Media Sosial

Penyuluhan pertanian merupakan proses edukasi pertanian yang bertujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, bagi petani untuk upaya memberdayakan petani. Peran penyuluh sebagai motivator yaitu berperan untuk mempengaruhi, memberi semangat dan mendorong petani agar mereka mau melakukan perubahan ke arah yang lebih baik (Khairunnisa *et al.*, 2021). 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 dan cerita, X memungkinkan pembaruan yang ringkas (Sugihono *et al.*, 2024).

Di era digital saat ini, informasi mengenai pertanian dapat diperoleh dengan mudah melalui berbagai platform digital. Namun, tanpa keterampilan dasar dalam mengakses dan memahami informasi tersebut, potensi besar ini tidak akan memberikan manfaat yang optimal. Oleh karena itu, penyuluhan pertanian digital menjadi hal yang sangat penting sebagai jembatan antara perkembangan teknologi

dengan penerapannya secara nyata di lapangan oleh para petani dengan Bahasa yang mudah dimengerti, mengemukakan ide-ide baru, menarik (Putra, 2025). Pemanfaatan media sosial dalam kegiatan penyuluhan pertanian menjadi salah satu strategi yang dinilai cukup efektif dan efisien dalam memperluas penyebaran informasi kepada petani di era digital. Melalui sosial media baik petani dan penyuluh pertanian dapat saling terhubung dan berbagi informasi terkait teknologi pertanian terbaru, cara bercocok tanam yang efektif, serta masalah-masalah yang sering dihadapi dalam Bertani, sehingga dapat memperluas wawasan dan meningkatkan keterampilan dalam bidang pertanian (Saridewi, 2024).

2.5. TikTok

TikTok diluncurkan pada September 2016 yang berasal dari Cina dengan nama yang diperkenalkan sebagai aplikasi Douyin oleh pendirinya Zhang Yiming. Pada 2017, saat itu berkembang di media sosial yang berisi sharing video singkat di Amerika Serikat. Aplikasi tersebut berubah menjadi nama yaitu menjadi TikTok yang sering dikenal sekarang. TikTok mulai dikenal masyarakat Indonesia pada tahun 2018 yang seiring waktu ke waktu berkembang di Indonesia, yang puncaknya saat zaman Covid 19. Pesatnya peningkatan pengguna TikTok dikarenakan platform ini mampu memberikan kesan yang unik dan menarik bagi para penggunanya dalam pembuatan konten berupa video pendek yang bagus dan mampu menarik perhatian *viewers*-nya (Sulaksana dan Arisena, 2025).

TikTok merupakan salah satu media sosial penyebaran informasi yang sangat berkembang di Indonesia saat ini. TikTok dapat mudah berkembang menjadi

populer karena mereka menerapkan fungsi mendorong konten yang diproduksi secara akurat sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna, sehingga video yang disuguhkan pada halaman utama related dengan pengguna yang ingin dicari seperti pada budidaya hidroponik (Sulaksana dan Arisena, 2025). Konten kreator TikTok juga memberikan video informatif untuk memberikan pengguna lain secara visual yang nyata sehingga membuat pengguna dapat melihat langsung proses budidaya hidroponik yang baik dan tidak akan gagal dalam budidaya. TikTok dapat bermanfaat oleh petani karena kontennya membantu memahami budidaya, meningkatkan produktivitas, sekaligus menjadi media berbagi informasi dan promosi hasil pertanian (Prakoso *et al.*, 2025).

Konten visual berupa tutorial budidaya hidroponik sangat efektif dalam algoritma TikTok karena formatnya memenuhi beberapa unsur yang disukai sistem rekomendasi platform tersebut. Tutorial hidroponik cenderung membuat penonton bertahan lebih lama karena mereka ingin melihat langkah-langkah hingga selesai, sehingga meningkatkan *watch time* faktor yang paling kuat dalam algoritma. Konten visual yang menarik hingga narasi interaktif termasuk animasi, tutorial video, dan permainan edukatif dapat merangsang pemikiran kritis dan kreativitas, sehingga setiap aspek dirancang untuk menciptakan pengalaman belajar yang dinamis (Supriadi dan Priyatni, 2024). Konten yang relevan dengan minat gaya hidup produktif, hobi, dan *urban farming* juga membuat algoritma lebih mudah mendistribusikannya ke audiens yang tepat melalui sistem *recommendation*. Algoritma TikTok menyajikan konten yang dipersonalisasi untuk setiap pengguna

berdasarkan preferensi mereka. Ini termasuk rekomendasi video yang mungkin diminati oleh pengguna berdasarkan interaksi mereka (Chandra, 2023).

2.6. Pengaruh Terpaan Media Sosial

Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari, baik secara positif maupun negatif, memengaruhi komunikasi, interaksi sosial, perilaku masyarakat, serta minat dan bakat masyarakat. Dampak positif penggunaan medsos secara nyata telah membawa pengaruh terhadap perubahan sosial masyarakat kearah yang lebih baik tetapi dampak negatif cenderung membawa perubahan sosial masyarakat yang menghilangkan nilai - nilai atau norma di masyarakat Indonesia (Rafiq, 2020). Pengaruh media sosial pada penelitian ini dipengaruhi dengan beberapa variabel utama yaitu durasi, frekuensi dan atensi. Terpaan media yaitu proses menganalisis pesan dalam media yang berhubungan dengan frekuensi, durasi, dan atensi penggunaan media sehingga menghasilkan suatu pemahaman yang terjadi pada individu maupun kelompok (Ramadhani dan Jonathan, 2024).

2.6.1. Frekuensi

Frekuensi merupakan seberapa sering masyarakat menggunakan aplikasi TikTok dalam kurun waktu satu hari, untuk mencari informasi semakin lama menggunakan aplikasi TikTok, semakin banyak juga informasi yang di dapat. Intensitas penggunaan media sosial dapat diukur, yaitu frekuensi penggunaan media sosial yang sering digunakan dan lama menggunakan tiap mengakses media sosial

(Aprinta dan Dwi, 2017). Frekuensi pada penelitian ini digunakan menggunakan angka aslinya seperti apakah pengguna TikTok menonton video TikTok tersebut sebanyak 4 kali dalam sehari. Kategori frekuensi penggunaan media sosial dikatakan tinggi apabila lebih dari 4 kali dalam sehari dan rendah jika hanya 1-4 kali dalam sehari (Hidayati dan Savira, 2021).

2.6.2. Durasi

Durasi merupakan seberapa lama masyarakat meluangkan waktu untuk menonton video di aplikasi TikTok dalam satuan menit perhari. Durasi dapat diartikan sebagian responden menghabiskan waktu yang cukup lama dalam penggunaan media sosial per hari (Fachri *et al.*, 2025). Durasi pada penelitian ini digunakan menggunakan angka aslinya seperti berapa lama pengguna TikTok menonton video TikTok akun @kebunmahobi.

2.6.3. Atensi

Atensi merupakan tingkat kefokusn masyarakat dalam menonton video di TikTok dengan mengamati, melihat, membaca isi informasi yang akan diresapi nantinya. Atensi mengukur tingkat perhatian yang diberikan konsumen terhadap konten atau informasi yang disajikan adalah perhatian (Dwiputra *et al.*, 2021). Indikator pertanyaan atensi pada penelitian ini yaitu terkait kefokusn pengguna TikTok terhadap akun @kebunmahobi dengan memperhatikan penjelasan yang diberikan. Video yang menarik dan kreatif dapat membuat pengguna fokus terhadap isi video dari akun tersebut, selain itu kefokusn terjadi apabila pengguna TikTok

mengkonsentrasikan diri terhadap video yang dilihat. Video tutorial telah memiliki warna yang sesuai pada tiap *frame*, serta memiliki kefokusan gambar yang cukup baik sehingga video yang disajikan membuat masyarakat jadi fokus (Apriani *et al.*, 2018).

2.7. Minat Budidaya Hidroponik

Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas. Semakin lemah hubungan seseorang dengan suatu hal atau aktivitas, maka semakin kecil pula minat yang dimilikinya. Minat dapat muncul baik terhadap suatu benda atau kegiatan, minat yang muncul dapat mendorong seseorang untuk melakukan tindakan (Maulana *et al.*, 2021). Minat budidaya hidroponik dapat ditunjukkan dengan seseorang yang tertarik dengan menanam atau minat bisa datang dari melihat orang lain yang sedang melakukan menanam. Keterikatan masyarakat terhadap minat diri sendiri dengan menginfluence hobi mereka kepada masyarakat lainnya.

Minat budidaya hidroponik pada media sosial TikTok dipengaruhi dari berbagai faktor yaitu variabel durasi, frekuensi, atensi, usia, jenis kelamin, pendidikan, dan luas lahan. Variabel durasi, frekuensi, dan atensi merupakan variabel terpaan media sosial. Terpaan dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi program yang dikonsumsi dan hubungan antara individu konsumen media yang meliputi frekuensi, atensi dan durasi penggunaan pada setiap jenis media yang digunakan (Nuryadi *et al.*, 2023). Variabel usia, jenis kelamin, pendidikan, dan luas lahan merupakan variabel

pendukung terhadap minat budidaya hidroponik. Minat budidaya hidroponik pada penelitian ini mempunyai beberapa pertanyaan yaitu terkait apakah konten TikTok @kebunmahobi akan meningkatkan minat saya dalam budidaya hidroponik.

Minat budidaya hidroponik terbagi menjadi beberapa indikator yaitu perasaan senang, ketertarikan, perhatian, keterlibatan, keinginan, dan semangat (Aningtyaz *et al.*, 2020). Perasaan senang menggambarkan perasaan senang masyarakat dalam melakukan kegiatan dalam budidaya hidroponik tanpa adanya paksaan, ketertarikan berhubungan dengan daya dorong masyarakat terhadap ketertarikan pada kegiatan budidaya hidroponik, keterlibatan mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengerjakan kegiatan budidaya hidroponik, dan perhatian terjadi karena minat kepada kegiatan budidaya hidroponik yang membuat masyarakat akan memperhatikan kegiatan tersebut. Keinginan yaitu sejauh mana seseorang tertarik untuk terlibat dalam suatu aktivitas budidaya hidroponik dan berkelanjutan. Semangat mengakibatkan seseorang aktif dan antusias terhadap suatu aktivitas budidaya hidroponik ketertarikan pribadi, bukan karena paksaan.

2.8. Karakteristik Individu

Karakteristik individu adalah ciri khas atau sifat khusus yang menjadi karakter seorang individu, bisa berupa sikap, kepribadian, watak, keyakinan maupun nilai-nilai. Karakteristik usia adalah dimana masyarakat di usia berapa yang berminat budidaya secara hidroponik, setiap usia pada masyarakat berbeda beda pengetahuannya, semakin muda usianya semakin paham teknologi saat ini seperti pada media sosial TikTok. Usia dapat memengaruhi kinerja seorang petani,

terutama dalam hal kemampuan menerima dan memahami inovasi baru (Ahmad *et al.*, 2025) Usia muda dibandingkan usia tua lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial TikTok dibandingkan usia tua, karena saat ini banyak pemuda yang mempunyai pekerjaan yang bergantung terhadap media sosial. Petani yang memiliki usia masih muda lebih mudah menerima informasi dan inovasi teknologi khususnya bidang pertanian (Juniarti *et al.*, 2022).

Karakteristik jenis kelamin menjelaskan laki laki atau perempuan yang lebih tertarik dalam budidaya hidroponik. Variabel jenis kelamin merupakan salah satu kategori dasar dalam kehidupan sosial, yang secara tidak langsung juga sebagai unsur yang mempengaruhi konsep diri (Zulfikar *et al.*, 2023). Variabel ini akan menilai *persentase* perbandingan jumlah jenis kelamin laki laki atau perempuan terhadap budidaya hidroponik. Perbedaan sifat antara perempuan dan laki laki sangat berbeda, perempuan lebih cenderung minat terhadap budidaya hidroponik. Siswa perempuan lebih telaten dan rapi dalam melakukan praktek budidaya tanaman dengan teknik hidroponik dibandingkan dengan siswa laki – laki (Suprpto *et al.*, 2017).

Karakteristik pendidikan menjelaskan seberapa lama masyarakat belajar pada budidaya hidroponik, semakin tinggi pendidikan semakin paham budidaya hidroponik. Pendidikan berfungsi untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan serta meningkatkan mutu kehidupan dan martabat manusia. salah satu lembaga pendidikan formal yaitu sekolah (Moto, 2019). Pendidikan tinggi akan lebih paham terkait informasi yang diberikan melalui konten, semakin tinggi pendidikan semakin paham memilah konten edukasi budidaya hidroponik yang

baik dan bermanfaat. Pendidikan mengakomodasi orang agar paham dan ingin bertindak sebagai seorang manusia. Pendidikan diyakini berperan penting dalam membentuk sikap, pengetahuan, dan keterampilan seseorang dalam menerima dan mengimplementasikan informasi baru, termasuk teknologi (Munte, 2025).

Karakteristik luas lahan menjelaskan pengaruh kondisi aktual luas lahan yang dimiliki terhadap minat budidaya hidroponik. Luas lahan (X7) merupakan salah satu faktor produksi yang digunakan untuk hasil produksi pertanian yang akan sangat dipengaruhi oleh kecilnya luas Luas lahan yang digunakan (Arimbawa dan Widanta, 2017). Luas lahan yang dipakai dalam budidaya hidroponik untuk skala perkotaan seperti luas lahan di halaman rumah atau di *rooftop*. Penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan umumnya memiliki luas lahan sempit yang tidak cukup untuk bertanam secara konvensional, tetapi cocok untuk penerapan sistem tanam hidroponik. Tanaman hidroponik dapat dilakukan pada luas lahan atau ruang yang terbatas, misalnya di atap, dapur, atau garasi (Gunawan *et al.*, 2023).

Karakter individu yang mempengaruhi minat budidaya hidroponik di antara lain usia, jenis kelamin, pendidikan, luas lahan karena setiap faktor tersebut memengaruhi cara individu memandang kemudahan, manfaat, dan peluang dari teknologi tersebut. Faktor usia berkaitan dengan kesiapan belajar dan orientasi aktivitas, sehingga generasi muda umumnya lebih cepat tertarik pada teknologi baru, sedangkan kelompok usia dewasa lebih melihat hidroponik sebagai peluang usaha. Jenis kelamin dapat memengaruhi minat melalui perbedaan peran dan preferensi, di mana perempuan cenderung tertarik pada aspek konsumsi sehat dan estetika tanaman, sedangkan laki-laki lebih menyoroti peluang usaha. Pendidikan

berpengaruh karena semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin mudah seseorang memahami teknologi hidroponik. Semakin tinggi tingkat pendidikan responden maka semakin tinggi kecenderungan untuk menerima suatu inovasi (Pratiwi *et al.*, 2025). Sementara itu, kepemilikan luas lahan menentukan motivasi seseorang, karena mereka yang memiliki ruang terbatas lebih tertarik pada hidroponik sebagai solusi pertanian modern yang tidak membutuhkan luas lahan luas.

2.9. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul, Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Informasi Digital Terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian Dengan Literasi Informasi Sebagai Variabel Intervening. Nuryadi <i>et al.</i> , 2023	Variabel X (Atensi, Pendidikan, Frekuensi, Umur, Durasi, Kepemilikan Perangkat) Variabel Y (Kinerja Penyuluh Pertanian)	Penelitian ini dirancang sebagai penelitian survei yang bersifat deskriptif menggunakan pendekatan kuantitatif.	Hasil menunjukkan terpaan media informasi masih rendah terutama hal frekuensi dan durasi penggunaan, literasi informasi penyuluh pertanian kurang baik terutama kemampuan menciptakan informasi baru, dan menilai luaran
2.	Efektivitas Promosi Produk Olahan Pertanian Sirup Jamu Rempah Karsa melalui Media Sosial Instagram. Maulidina dan Hadiyanto. 2023	Penelitian ini menggunakan pendekatan model AISAS	Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan penelitian kuantitatif dengan data kualitatif untuk memperkaya analisis.	Hasil promosi yang dilakukan oleh Rempah Karsa untuk produk sirup jamu melalui media sosial Instagram efektif untuk menstimulasi perhatian responden, membuat responden tertarik dan mencari informasi mengenai produk sirup jamu.

Tabel 1. (Lanjutan)

No	Judul, Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Pengaruh Terpaan Media Sosial TikTok terhadap Minat Berkebun pada <i>Followers @mini_garden12</i> . Puspitasari <i>et al.</i> , 2025	Variabel X (durasi, frekuensi, dan atensi Variabel kontrol (usia, jenis kelamin, pendidikan, tempat tinggal, jenis sistem operasi smartphon) Variabel Y	Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif.	Hasil menunjukkan bahwa tingkat terpaan media yaitu durasi, frekuensi, dan atensi dikategorikan tinggi, tingkat minat berkebun dikategorikan tinggi. Variabel X durasi, frekuensi, dan atensi dengan variabel kontrol usia, jenis kelamin, pendidikan, tempat tinggal, jenis sistem operasi smartphone berpengaruh simultan
4.	Terpaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Pembentukan Minat Anak Muda Pada Sektor Pertanian. Dwiputra dan Joshua. 2021	Variabel X (Terpaan Media) Variabel Y (Minat)	Penelitian ini menggabungkan dua aliran filsafat, yaitu positivisme, paradigma penelitian kuantitatif, dan post-positivisme/interpretatif, yang merupakan paradigma penelitian kualitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan media berpengaruh positif/signifikan terhadap minat berpartisipasi di sektor pertanian. Kemudian, berdasarkan wawancara kualitatif, banyak yang tertarik dengan Aku Petani Indonesia. Mereka tertarik dengan unggahan tentang promosi

Tabel 1. (Lanjutan)

No	Judul, Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Pengaruh Terpaan Media Sosial TikTok Terhadap Minat Mengerjakan Skripsi (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Angkatan Tahun 2019 Universitas Mulawarman). Ramadhani dan Johantan. 2024	Variabel X (Durasi, Frekuensi, Atensi) Variabel Y (Minat Mengerjakan Skripsi)	Menggunakan penelitian kuantitatif eksplanatif	Hasil penelitian mengalami terpaan media sosial yang tinggi, dilihat dari <i>persentase</i> mahasiswa yang menggunakan TikTok lebih dari 3 jam sehari sebesar 75,9% dan lebih dari 4 kali sehari sebesar 86,2%.