

**TINGKAT PEMANFAATAN INTERNET PETANI TANAMAN HIAS
DI DESA TULUS REJO KECAMATAN PEKALONGAN
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

(Skripsi)

Oleh

Bunga Cahya
1914211020



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

TINGKAT PEMANFAATAN INTERNET PETANI TANAMAN HIAS DI DESA TULUS REJO KECAMATAN PEKALONGAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Oleh

BUNGA CAHYA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan karakteristik individu petani dengan tingkat pemanfaatan internet oleh petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan sensus, melibatkan seluruh populasi petani tanaman hias di lokasi penelitian sebanyak 35 responden. Data dikumpulkan melalui wawancara menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan uji korelasi *Rank Spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kekosmopolitan (X_4), aktivitas penggunaan media sosial (X_5), dan motivasi penggunaan media sosial (X_6) memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat pemanfaatan internet (Y), sedangkan umur (X_1), tingkat pendidikan formal (X_2), dan pengalaman berusaha tani (X_3) tidak menunjukkan hubungan yang nyata. Temuan ini mengindikasikan bahwa keterbukaan terhadap informasi eksternal dan intensitas penggunaan media sosial lebih berpengaruh terhadap pemanfaatan internet dibandingkan faktor demografis seperti usia atau latar belakang pendidikan. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan strategi peningkatan literasi digital petani berbasis motivasi dan akses informasi.

Kata kunci: Internet, Petani, Tanaman Hias

ABSTRACT

Internet Utilization Level of Ornamental Plant Farmers in Tulus Rejo Village, Pekalongan District, East Lampung Regency

By

BUNGA CAHYA

This study aims to determine the relationship between individual farmer characteristics and the level of internet utilization by ornamental plant farmers in Tulus Rejo Village, Pekalongan District, East Lampung Regency. The research method used was descriptive quantitative with a census approach, involving the entire population of ornamental plant farmers in the research location as many as 35 respondents. Data were collected through interviews using a questionnaire and analyzed with the Spearman Rank correlation test. The results showed that the factors of cosmopolitanity (X_4), social media usage activity (X_5), and social media usage motivation (X_6) had a significant relationship with the level of internet utilization (Y), while age (X_1), formal education level (X_2), and farming experience (X_3) showed no significant relationship. This finding indicates that openness to external information and intensity of social media use have more influence on internet utilization than demographic factors such as age or educational background. This study provides important implications for the development of strategies to improve farmers' digital literacy based on motivation and access to information.

Keywords *Farmers, Internet, Ornamental Plants*

**TINGKAT PEMANFAATAN INTERNET PETANI TANAMAN HIAS
DI DESA TULUS REJO KECAMATAN PEKALONGAN
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Oleh

Bunga Cahya

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

**Judul : TINGKAT PEMANFAATAN INTERNET PETANI
TANAMAN HIAS DI DESA TULUS REJO
KECAMATAN PEKALONGAN KABUPATEN
LAMPUNG TIMUR**

Nama Mahasiswa : Bunga Cahya

NPM : 1914211020

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



1. Komisi Pembimbing

Dr. Indah Listiana., S.P., M.Si.
NIP 198007232005012002

Dr. Serly Silvianty S., S.P., M.Si.
NIP 198007062008012023

2. Ketua Jurusan Agribisnis

Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 19691003 199403 1 004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Dr. Indah Listiana., S.P., M.Si.

Sekretaris

: Dr. Serly Silvianiti S., S.P., M.Si.

Penguji

Bukan Pembimbing

: Ir. Indah Nurmayasari, M.Sc.

2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.

NIP.196411181989021002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bunga Cahya
NPM : 1914211020
Program Studi : Penyuluhan Pertanian
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Taman Cari, Purbolinggo, Lampung Timur

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 16 Juni 2025
Penulis,



Official stamp of the Faculty of Agriculture (Fakultas Pertanian) and a handwritten signature. The stamp includes the text 'Fakultas Pertanian' and 'METER'.

Bunga Cahya
1914211020

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Taman Bogo pada tanggal 30 Januari 2001, anak tunggal dari pasangan Bapak Rusdi dan Ibu Tini. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 1 Taman Cari pada tahun 2013, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan di MTSN Purwoharjo pada tahun 2016.

Pendidikan menengah atas di MAN Muhamadiyah Purbolinggo Lampung Timur diselesaikan pada tahun 2019.

Penulis diterima pada Program Studi Penyuluhan Pertanian, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Nasional (SNMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) selama 7 hari di Pekon Lugasari, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu pada tahun 2019. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Siraman, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari 2022. Selanjutnya, Penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) selama 40 hari kerja efektif di PT. Sang Hyang Seri Regional 1 pada bulan Juni hingga Agustus 2022. Penulis juga mengikuti kegiatan organisasi kemahasiswaan tingkat jurusan dan menjadi anggota aktif bidang dua yaitu pengkaderan pada Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) Fakultas Pertanian Universitas Lampung periode 2019-2022 .

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas karunia Allah SWT, saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua saya yang saya cintai, yaitu Alm Bapak Rusdi, dan Ibu Tini yang telah memberi kasih sayang, doa, dan dukungan hingga saya dapat memperoleh gelar sarjana di Universitas Lampung.

Sahabat serta teman-teman seperjuangan yang selalu memberi dukungan, semangat, serta doa untuk saya.

Almamater tercinta, Universitas Lampung

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirrabbi'l'alamiin, Penulis panjatkan puji syukur atas ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya dan tak lupa Sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. terselesaikan penyusunan Skripsi dengan judul **“Tingkat Pemanfaatan Internet Petani Tanaman Hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur”** tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karenanya Penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir Kuswanta Futas Hidayat, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Indah Listiana, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Penyuluhan Pertanian, Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
4. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
5. Dr. Ir. Dame Trully Gultom, M.S., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan doa, ilmu, dan arahan yang telah diberikan kepada Penulis dalam menjalankan perkuliahan hingga penyelesaian Skripsi.
6. Dr. Indah Listiana., S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah banyak memberikan doa, ketulusan hati, kesabaran, ilmu, materi, bimbingan, nasihat, arahan, saran, semangat, ketelatenan, motivasi, dan semua kebaikan yang telah diberikan kepada Penulis dalam menjalankan perkuliahan hingga penyelesaian Skripsi.

7. Dr. Serly Silviyanti S., S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah, memberikan doa, ketulusan hati, kesabaran, ilmu, materi, bimbingan nasihat, arahan, saran, semangat, motivasi, dan semua kebaikan yang telah diberikan kepada Penulis dalam menjalankan perkuliahan hingga penyelesaian Skripsi.
8. Ir. Indah Nurmayasari, M.Sc., selaku Dosen Pembahas yang telah memberikan nasihat, masukan, saran, dukungan, motivasi, serta waktu yang telah diluangkan dalam proses penyempurnaan skripsi.
9. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung, atas semua ilmu, nasihat, dan motivasi yang diberikan selama Penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
10. Teristimewa, terkasih dan tersayang kepada Alm Bapak Rusdi dan Ibok Tini yang dengan penuh cinta dan kesabaran selalu memberikan dukungan tiada henti. Terima kasih atas segala doa, nasihat, serta kasih sayang yang selalu menjadi kekutan bagi penulis. Juga atas segala pengorbananya, baik berupa materi atau moril, yang telah diberikan sepanjang perjalanan hidup penulis hingga mencapai titik ini.
11. Sahabatku IIO, Sekar, Rana, Wulan, Abid, Betsy, Mely, Tata yang telah mengisi banyak memori kenangan selama masa perkuliahan, membantu, memberikan doa, dan dukungan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada seseorang, teman baik penulis yang telah kebersamaan penulis dalam proses penulisan skripsi ini, dan telah memberikan banyak doa, semangat, dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Abang dan Mba tersayang bang Aldhi, bang Wahyu, bang Abid, dan mba Julica yang selalu memberikan motivasi serta dukungan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman Agribisnis angkatan 2019 yang telah memberikan informasi, masukan, dan bantuan kepada Penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
15. Seluruh Karyawan dan Staf Jurusan Agribisnis Mba Iin, Mba Lucky, Mas Bukhori, dan Mas Boim yang telah banyak membantu selama Penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.

16. Almamater tercinta dan seluruh pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu Penulis dalam menyusun Skripsi ini.
17. Terakhir kepada diri saya sendiri, terima kasih karena sudah berkomitmen untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dan memilih tetap berjuang meskipun banyak kesempatan untuk menyerah. Terima kasih karena sudah menjadi kuat lebih dari apa yang orang lain tahu, dan menjadi jauh lebih hebat dari apa yang orang lain bayangkan. Terimakasih sudah membuktikan kepada diriku sendiri bahwa mampu menyelesaikan. Skripsi ini adalah menjadi bukti nyata kerja kerasku. Bisa berada di titik ini anugrah terindah yang Allah SAW dan orang tua beri.

Penulis berharap semoga Allah SWT membalas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna. Penulis meminta maaf atas segala kekurangan dan kesalahan selama proses penulisan skripsi. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 16 Juni 2025
Penulis,

Bunga Cahya

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tanaman Hias	10
2.2 Karakteristik Petani.....	11
2.3 Media Sosial	13
2.4 Pendapatan.....	17
2.5 Penelitian Terdahulu.....	21
2.6 Kerangka Pemikiran.....	27
2.7 Hipotesis.....	30
III. METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Konsep Dasar dan Definisi Operasional	31
3.3 Lokasi, Waktu, dan Responden Penelitian	35
3.4 Jenis dan Metode Penelitian	36
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas	37
3.6 Teknik Analisis Data	41
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	43
4.1.1 Keadaan Umum Kecamatan Pekalongan.....	43
4.1.2 Gambaran Umum Desa Tulus Rejo	46
4.2 Karakteristik Responden	48
4.3 Tingkat Pemanfaatan Internet (Y)	59
4.4 Pendapatan (Z).....	65
4.5 Pengujian Hipotesis	67

V. KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
 DAFTAR PUSTAKA	 79
 LAMPIRAN	 85

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produksi tanaman hias tahun 2021	3
2. Karakteristik jenis media sosial	15
3. Penelitian terdahulu.....	22
4. Definisi operasional dan indikator pengukuran variabel X.....	33
5. Definisi operasional dan indikator pengukuran variabel Y	34
6. Tingkat pendapatan petani (Z).....	35
7. Hasil uji validitas variabel X kosmopolitan	38
8. Hasil uji validitas variabel X aktivitas penggunaan media sosial.....	38
9. Hasil uji validitas variabel X motivasi dalam mengakses media sosial	38
10. Hasil uji validitas variabel Y penggunaan media sosial	39
11. Hasil uji realibilitas	40
12. Sebaran responden berdasarkan kelompok umur	49
13. Sebaran responden berdasarkan kelompok pendidikan	50
14. Sebaran responden berdasarkan pengalaman berusahatani tanaman hias.....	52
15. Sebaran responden berdasarkan tingkat kekosmopolitan.....	53
16. Sebaran responden berdasarkan tingkat kekosmopolitan.....	54
17. Sebaran responden berdasarkan aktivitas penggunaan media sosial	56
18. Sebaran responden berdasarkan aktivitas penggunaan media sosial	57
19. Sebaran responden berdasarkan motivasi penggunaan media sosial	58
20. Sebaran responden berdasarkan tingkat pemanfaatan internet.....	60
21. Sebaran responden berdasarkan durasi penyampaian pesan	61
22. Sebaran responden berdasarkan durasi penyampaian pesan	62
23. Sebaran responden berdasarkan feedback pesan	63
24. Sebaran responden berdasarkan keberagaman jenis pesan	64
25. Sebaran responden berdasarkan pendapatan	66

26. Hasil uji korelasi variabel X dan variabel Y	68
27. Hasil analisis uji korelasi rank spearman hubungan antara tingkat pemanfaatan internet dengan tingkat pendapatan petani tanaman hias	74
28. Identitas responden	86
29. Tingkat kekosmopolitanan (X4)	87
30. Aktivitas penggunaan media sosial (X5).....	89
31. Motivasi dalam mengakses media sosial (X6)	91
32. Durasi penyampaian pesan (Y).....	93
33. Feedback pesan (Y).....	95
34. Jenis pesan yang disampaikan (Y)	96
35. Data pendapatan petani tanaman hias	97
36. Uji validitas spesifikasi tingkat kekosmopolitan (X4)	98
37. Uji validitas spesifikasi aktivitas penggunaan media sosial (X5).....	98
38. Uji validitas spesifikasi motivasi dalam mengakses media sosial (X6).....	99
39. Uji validitas spesifikasi durasi penyampaian pesan (Y)	101
40. Uji validitas spesifikasi feedback pesan (Y).....	101
41. Uji validitas spesifikasi jenis pesan yang disampaikan (Y)	102
42. Uji reabilitas spesifikasi tingkat kekosmopolitan (X4).....	103
43. Uji reabilitas spesifikasi aktivitas penggunaan media sosial (X5)	103
44. Uji reabilitas spesifikasi motivasi dalam mengakses media sosial (X6).....	103
45. Uji reabilitas spesifikasi durasi penyampaian pesan (Y)	103
46. Uji reabilitas spesifikasi feedback pesan (Y)	103
47. Uji reabilitas spesifikasi jenis pesan yang disampaikan (Y)	103
48. Hasil uji korelasi rank spearman hubungan antara umur dengan tingkat pemanfaatan internet	104
49. Hasil uji korelasi rank spearman hubungan antara tingkat pendidikan formal dengan tingkat pemanfaatan internet	104
50. Hasil uji korelasi rank spearman hubungan antara pengalaman berusahatani dengan tingkat pemanfaatan internet	104

51. Hasil uji korelasi rank spearman hubungan antara kekosmopolitan dengan tingkat pemanfaatan internet	105
52. Hasil uji korelasi rank spearman hubungan antara aktivitas penggunaan media sosial dengan tingkat pemanfaatan internet	105
53. Hasil uji korelasi rank spearman hubungan antara motivasi penggunaan media sosial dengan tingkat pemanfaatan internet	105
54. Hasil uji korelasi rank spearman hubungan antara tingkat pemanfaatan internet dengan pendapatan	106

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1. Tingkat pemanfaatan internet petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.	29
2. Peta Wilayah Kabupaten Lampung Timur	44
3. Peta Wilayah Desa Tulus Rejo.....	46
4. Wawancara bersama responden I.....	107
5. Wawancara bersama responden II.....	107
6. Wawancara bersama responden III.....	108
7. Wawancara bersama responden IV	108

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wilayah Provinsi Lampung yang sebagian datarannya mempunyai kondisi geografis yang berbukit serta udara yang sejuk, sangat menunjang untuk dijadikan wilayah pertanian tanaman hortikultura. Tanaman Hortikultura menjadi salah satu pilihan dalam berusaha tani yang cukup banyak dilakukan oleh para petani karena selain cara budidaya nya yang cukup mudah juga memiliki prospek yang tinggi dalam meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia. Menurut peraturan menteri pertanian (permentan) No. 22 tahun 2021 hortikultura adalah segala hal yang berkaitan dengan buah, sayuran, bahan obat nabati, dan florikultura, termasuk didalamnya jamur, lumut, dan tanaman air yang berfungsi sebagai sayuran, bahan obat nabati, dan/atau bahan estetika.

Komoditas florikultura terdiri dari bunga potong yaitu bunga yang dipotong langsung dari tanaman induk dan dimanfaatkan sebagai rangkaian bunga, dan tanaman hias yang mencakup semua tumbuhan, baik berbentuk terna, merambat, semak, perdu, ataupun pohon, yang sengaja ditanam orang sebagai komponen taman, kebun rumah, atau penghias ruangan. Tanaman hias merupakan bagian dari komoditas florikultura yang memiliki peluang usaha yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan. Bunga potong pun dapat dimasukkan sebagai tanaman hias. Tanaman hias merupakan tanaman yang mempunyai nilai keindahan baik karena bentuk, warna daun, tajuk maupun bunganya. Menurut Mattjik (2010) tanaman hias bermanfaat sebagai pemuas kebutuhan rohani dan memperindah ruangan sehingga banyak masyarakat tertarik membudidayakannya.

Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi sumber daya alam cukup besar untuk pengembangan usaha tanaman hias, mengingat letak geografis Provinsi Lampung yang sangat strategis dekat dengan pusat pertumbuhan ekonomi (Jakarta) serta memiliki aksesibilitas yang cukup baik dalam hal sarana dan prasarana perhubungan. Tanaman florikultura mempunyai nilai ekonomi tinggi dan memiliki prospek yang sangat cerah, hal itu dibuktikan dengan permintaan tanaman hias di pasar dunia yang cenderung meningkat dari tahun ke tahunnya baik untuk kebutuhan domestik maupun ekspor. Tanaman hias memiliki posisi sebagai komoditas perdagangan yang penting di dalam negeri maupun di pasar global. Nilai perdagangan, florikultura dunia mencapai lebih dari 90 milyar US\$ pada tahun 2009, sedang Indonesia mencapai 15 juta US\$ dengan posisi urutan ke 51 dunia. Industri florikultura nasional akan terus berkembang, seiring dengan meningkatnya minat dan permintaan tanaman hias oleh masyarakat (Direktorat Budidaya Tanaman Hias Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian : 2010).

Survei pertanian tanaman obat-obatan (biofarmaka) dan tanaman hias diselenggarakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), di tingkat pusat bekerjasama dengan Ditjen Tanaman Pangan dan Hortikultura Kementrian Pertanian dan di Tingkat daerah BPS Provinsi Lampung bekerjasama dengan Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung (2022), produksi tanaman hias Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi tanaman hias tahun 2021

Kabupaten kota	Anggrek (tangkai)	Anthurium Bunga (tangkai)	Dracaena (pohon)	Hanjuang (pohon)	Herbras (tangkai)	Krisan (tangkai)	Mawar (tangkai)	Melati (kg)
	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021
Lampung Barat	-	-	-	-	-	-	-	-
Tanggamus	1.129	941	-	330	-	1.328	2.724	59
Lampung Selatan	-	-	-	-	-	-	-	-
Lampung Timur	9.256	1.399	45	35	1.344	316	7.959	4.284
Lampung Tengah	-	-	-	-	-	-	-	-
Lampung Utara	-	-	-	-	-	-	-	-
Way Kanan	-	-	-	-	-	-	10	10
Tulang Bawang	533	284	-	-	629	1.312	4.056	962
Pesawaran	300	57	-	-	-	-	-	-
Pringsewu	-	-	-	-	-	-	-	-
Mesuji	15	-	-	-	-	-	50	50
Tulang Bawang Barat	-	-	-	-	-	-	-	-
Pesisir Barat	-	-	-	-	-	-	-	-
Bandar Lampung	752	1.740	18	216	13	13	102	23
Metro	1.143	82	35	15	776	272	1.831	321
Provinsi Lampung	13.128	4.503	98	596	2.762	4.632	16.732	5.809

Tabel 1. Lanjutan

Kabupaten kota	Pakis (pohon)	Palem (pohon)	Pedang- Pedangan (rumpun)	Philodendron (pohon)	Pisang- Pisangan (tangkai)	Sedap Malam (tangkai)	Soka (pohon)	Sri Rejeki (pohon)
	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021
Lampung Barat	-	-	-	-	-	-	-	-
Tanggamus	688	3	16	998	326	58.536	-	548
Lampung Selatan	-	-	-	-	-	-	-	-
Lampung Timur	1.402	512	264	-	931	779	-	368
Lampung Tengah	-	-	-	-	-	42	-	632
Lampung Utara	-	-	-	-	-	-	-	-
Way Kanan	-	-	-	-	200	-	-	-
Tulang Bawang	199	1.231	709	-	561	1.712	230	93
Pesawaran	-	2	-	-	-	48	-	-
Pringsewu	-	625	-	-	31.260	28.000	-	-
Mesuji	15	-	85	-	10	20	-	-
Tulang Bawang Barat	-	-	-	-	-	-	-	-
Pesisir Barat	-	-	-	-	-	-	-	-
Bandar Lampung	2.042	31	94	1.979	13	21	23	192
Metro	236	30	35	410	97	300	15	15.628
Provinsi Lampung	4.582	2.434	1.203	3.387	33.398	89.458	268	17.461

Sumber : BPS, Statistik Pertanian Hortikultura SPH, 2022

Tabel 1 dapat diketahui bahwa total produksi di Provinsi Lampung secara keseluruhan tanaman hias pada tahun 2021 mencapai 200.461. Dari 16 (enam belas) jenis tanaman hias yang dilaporkan pada tahun 2021, terdapat 5 (lima) jenis tanaman hias yang dominan jika dilihat dari jumlah produksinya, yaitu Sedap Malam, Pisang-Pisangan, Sri Rezeki, Mawar dan Anggrek dengan produksi masing-masing 89.458 (tangkai), 33.398 (tangkai), 17.461 (pohon), 16.732 (tangkai), dan 13.128 (tangkai). Kabupaten Lampung Timur merupakan daerah sentra produksi tanaman hias unggulan Anggrek, Mawar dan Melati dengan produksi masing-masing sebesar 9.256 (tangkai), 7.959 (tangkai), dan 4.284 kilogram.

Perkembangan agribisnis khususnya untuk tanaman hias memiliki nilai produksi yang sangat tinggi sehingga mendorong untuk melakukan pembudidayaan yang memanfaatkan keterampilan dan pengetahuan yang tinggi agar memperoleh hasil yang sangat bagus. Menghadapi persaingan global dalam hasil komoditas pertanian. Pemerintah mulai melirik konsep digitalisasi pertanian. Konsep yang ditawarkan adalah kemudahan akses informasi pertanian sehingga petani mampu mengintegrasikan pertaniannya secara digital. Keberadaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam dunia pertanian diharapkan sebagai media yang dapat membantu petani dalam mendapatkan informasi baik pra panen maupun pascapanen sehingga petani dapat mengelola dengan baik usahatani yang dimiliki.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) merupakan sebuah sistem yang berfokus pada pengembangan pertanian termasuk produksi, manajemen, pemasaran dan kegiatan pembangunan pedesaan lainnya Adekoya (2007). Dengan fungsi ini diharapkan kehadiran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dapat menjadi sarana perubahan sosial yang dialami oleh petani baik dari segi pemanfaatan media maupun dari segi peningkatan kesejahteraan petani. Martinez (2010), menyatakan kehadiran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dapat memudahkan manusia dalam melakukan pekerjaannya, tetapi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang berjejaring internet juga berdampak positif dan negatif bagi masyarakat

penggunanya. Manfaat ini tidak berdampak jika pembangunan infrastruktur tidak merata, sehingga menyebabkan kesenjangan dalam pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bagi para petani serta perangkat komunikasi media lainnya, di mana antara produktivitas petani dan profesi mereka di bidang pertanian masih sebatas pada ruang lingkup yang monoton.

Istilah kesenjangan digital menurut Dewan dkk (2005), sebagai ketidakmampuan individu merasakan manfaat dari teknologi informasi karena kurangnya akses serta kemampuan dalam menggunakan informasi.

Seseorang dikatakan mengalami kesenjangan digital akibat keterbatasan akses teknologi dan biaya, Kadiman (2006), bahwa kesenjangan terjadi akibat akses teknologi terbatas dikarenakan biaya peralatan dan mahal nya operasional.

Penelitian terdahulu membuktikan bahwa penggunaan internet di kalangan petani sangat minim disebabkan oleh beberapa kendala dari internal petani dan kelompok tani serta dari sistem pertanian yang ada di wilayah areal yang berbasis pertanian sendiri (Mulyandari, 2011).

Berdasarkan masalah tersebut memunculkan petani konvensional yang tidak memiliki akses terhadap inovasi terbaru di bidang pertanian. Untuk menyelesaikan masalah kesenjangan digital tersebut, banyak agen-agen perubahan melibatkan petani dalam perkembangan TIK di dunia pertanian sehingga petani akan mudah mengadopsi inovasi pertanian yang disajikan. Berdasarkan penelitian dari Amin et al. (2013), penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang berbasis aplikasi merupakan teknologi yang sangat membantu di bidang pertanian dalam mengembangkan inovasi.

Beberapa hal yang dapat diterima dari informasi pertanian adalah informasi pasar, teknologi budidaya, teknologi pengolahan, prakiraan terhadap iklim dan cuaca serta informasi pertanian secara umum.

Teknologi informasi merupakan faktor pendukung yang sangat efektif pada masa sekarang dan memungkinkan masyarakat untuk menikmati berbagai kemudahan yang dihasilkan oleh teknologi. Petani diharapkan dalam berusahatani memiliki orientasi bisnis, sehingga mampu mengkaitkan hasil

usaha tani untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Dalam hal ini pemanfaatan teknologi dan pemasaran digital dalam melakukan promosi sebagai salah satu untuk meningkatkan pendapatan petani. Pemanfaatan dan Implementasi teknologi digital dalam melakukan pemasaran berbasis digital bertujuan untuk memperoleh konsumen, membangun preferensi pelaku usahatani, promosi produk, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan profit atau pendapatan petani itu sendiri. Implementasi pemasaran digital memiliki hubungan timbal balik yang positif. Pemasaran digital dapat membantu menyebarkan informasi mengenai produk knowledge secara cepat dan lengkap serta dapat memperluas jangkauan area marketing, dengan sistem dan sarana-sarana yang disediakan di dalam sistem daring. Dalam hal ini, untuk menunjang bisnis pertanian bagi pelaku usahatani (Amin et al. 2013).

Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur merupakan salah satu desa yang masyarakatnya memiliki mata pencaharian sebagai petani tanaman hias. Desa Tulus Rejo memiliki sistem pertanian yang mulai terintegrasi dengan perkembangan teknologi informasi dan pemasaran secara daring. Petani masa depan seyoganya mampu mengkombinasikan pemanfaatan akses internet untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan hasil produksi, informasi mengenai akses pasar, dan informasi tentang perubahan cuaca. Sehingga dengan adanya kemudahan tersebut petani mampu meningkatkan produktifitas pertaniannya. Dilihat dari pemanfaatan penggunaan internet untuk pertanian diharapkan teknologi internet mampu meningkatkan jumlah penjualan tanaman hias di Desa Tulus Rejo meningkat. Sehingga dari uraian berikut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana hubungan penggunaan dan pemanfaatan internet dengan tingkat pendapatan petani.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat pemanfaatan internet oleh petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur ?
2. Bagaimana tingkat pendapatan petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur ?
3. Bagaimana hubungan karakteristik individu dengan tingkat pemanfaatan internet oleh petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur ?
4. Bagaimana hubungan tingkat pemanfaatan internet dengan tingkat pendapatan petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penulisan Berdasarkan perumusan masalah yang di kemukakan di atas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui tingkat pemanfaatan internet petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.
2. Mengetahui tingkat pendapatan petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.
3. Mengetahui hubungan karakteristik individu petani dengan tingkat pemanfaatan internet oleh petani di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.
4. Mengetahui hubungan tingkat pemanfaatan internet dengan tingkat pendapatan petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur ?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Menunjang untuk menambah wawasan, belajar dalam melakukan kajian ilmiah, dan kemudahan dalam penyelesaian studi di Universitas.
2. Memberikan pengetahuan mengenai penggunaan dan pemanfaatan internet dengan tingkat pendapatan petani.
3. Menambah referensi bagi pembaca terkait dengan penelitian.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanaman Hias

Menurut Soedarmono (1997), tanaman hias didefinisikan sebagai jenis tanaman tertentu baik yang berasal dari tanaman daun dan tanaman bunga yang dapat ditata untuk memperindah lingkungan sehingga suasana menjadi lebih artistic dan menarik. Industri tanaman hias meliputi budidaya tanaman dalam pot, bunga potong, daun potong dan tanaman hias lainnya yang kebanyakan dilakukan di areal tertentu seperti rumah kaca. Keindahan tanaman tersebut dapat dipancarkan dari keseluruhan tajuk tanaman juga bentuk, warna bunga dan kerangka tanaman.

Kebanyakan tanaman hias umumnya ditanam untuk menghijaukan dan mempercantik suatu taman atau sebagai tanaman hias pot yang ditempatkan di meja ataupun areal rumah, perkantoran, hotel, restoran atau apartemen. Dalam kehidupan sehari-hari komoditas tanaman hias dibudidayakan untuk dinikmati keindahannya yang dapat terpancar dari keseluruhan tajuk tanaman juga bentuk, warna bunga, dan kerangka tanaman. Tanaman hias memiliki berbagai macam jenis. Menurut Endah (2007), tanaman hias berdasarkan bagian tanaman yang dinikmatinya terbagi menjadi dua jenis yaitu tanaman hias daun dan tanaman hias bunga.

1. Tanaman hias daun adalah tanaman hias yang memiliki warna warni daun yang indah dengan bentuk dan tajuk bervariasi, unik, dan eksotik, sehingga meskipun tidak berbunga tetapi keindahan warna dan bentuk daunnya mampu menghadirkan keasrian di lingkungan sekitar rumah, perkantoran atau apartemen.

2. Tanaman hias bunga adalah tanaman hias yang memiliki kemampuan menghasilkan bunga dengan bentuk, warna, dan keharuman yang unik. Umumnya tanaman hias daun mulai banyak diminati masyarakat karena penampilan bentuk tajuk, bentuk batang, bentuk daun dan teksturnya.

2.2 Karakteristik Petani

Karakteristik petani ialah ciri-ciri atau sifat-sifat yang dimiliki oleh seorang petani yang ditampilkan melalui pola pikir, pola sikap dan pola tindakan terhadap lingkungannya. Ciri-ciri atau sifat-sifat yang dimiliki oleh petani meliputi beberapa faktor atau unsur-unsur yang melekat pada diri seseorang dapat dikatakan sebagai karakteristik petani (Ambarwati et al., 2020). Faktor-faktor yang berhubungan dengan pemanfaatan media internet dalam penelitian ini terdiri atas umur, tingkat pendidikan, luas lahan, dan kepemilikan media komunikasi. Berikut merupakan penjelasan dari faktor-faktor yang berhubungan dengan keterdedahan media komunikasi.:

1. Umur

Umur adalah lama waktu hidup manusia sejak dilahirkan atau diadakan. Umur petani merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan kemampuan kerja dalam melakukan usahatani. Umur dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja. Semakin muda umur petani maka semakin semangat untuk mengetahui hal baru, dengan demikian mereka berusaha untuk cepat melakukan adopsi walaupun sebenarnya belum memiliki pengalaman yang lebih mengenai adopsi tersebut (Kartasapoetra, 1994).

2. Tingkat pendidikan formal

Tingkat pendidikan formal adalah suatu proses dimana individu atau petani dalam meningkatkan pendidikan sesuai dengan jenjang yang akan di tempuhnya dalam melanjutkan pendidikan yang ditempuh. Tingkat pendidikan ditempuh secara manajerial atau terorganisir. Pendidikan merupakan sarana belajar yang akan menanamkan sikap menguntungkan menuju penggunaan praktik pertanian yang lebih modern. Mereka yang

berpendidikan tinggi relative lebih cepat melakukan adopsi. Tingkat pendidikan formal yang dimiliki petani akan menunjukkan tingkat pengetahuan serta wawasan yang luas untuk petani menerapkan apa yang diperolehnya untuk peningkatan usahatani (Hasyim, 2006).

3. Laman Berusahatani

Pengalaman dapat memiliki makna sebagai sesuatu yang pernah dialami (dijalani, dirasakan, ditanggung, dan sebagainya), sedangkan berusahatani adalah melakukan kegiatan pertanian dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan demikian pengalaman berusahatani dapat diartikan sebagai sesuatu yang pernah dijalani, dirasakan, ditanggung oleh petani dalam menjalankan kegiatan usahatani dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai tujuan usahatani, yaitu memperoleh pendapatan bagi kebutuhan hidup petani dan keluarganya. Pengalaman terkait dengan dimensi waktu dan proses belajar yang didapatkan dalam selang waktu tersebut. Artinya bahwa semakin sering seseorang mengalami proses belajar, maka secara gradual akan semakin banyak memperoleh pengalaman. Menurut Padmowihardjo (1994), pengalaman adalah suatu kepemilikan pengetahuan yang dialami seseorang dalam kurun waktu yang tidak ditentukan. Dalam otak manusia dapat digambarkan adanya pengaturan pengalaman yang dimiliki oleh seseorang sebagai hasil belajar selama hidupnya. Dalam proses belajar, seseorang akan berusaha menghubungkan hal yang dipelajari dengan pengalaman yang dimiliki.

4. Kekosmopolitan

Kekosmopolitan secara umum dapat diartikan sebagai keterbukaan seseorang terhadap berbagai sumber informasi sehingga memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas. Sifat kekosmopolitan menurut Mardikanto (1993) adalah tingkat hubungan seseorang dengan dunia luar di luar sistem sosialnya sendiri. Kekosmopolitan seseorang dapat dicirikan oleh frekuensi dan jarak perjalanan yang dilakukan, serta pemanfaatan media massa. Bagi warga masyarakat yang lebih kosmopolit, adopsi

inovasi dapat berlangsung lebih cepat. Tetapi bagi yang localite (tertutup, terkungkung di dalam sistem sosialnya sendiri), proses adopsi inovasi akan berlangsung lambat karena tidak adanya keinginan-keinginan baru untuk hidup lebih baik seperti yang telah dapat dinikmati oleh orang-orang lain di luar sistem sosialnya sendiri.

2.3 Media Sosial

Perkembangan media massa sangat memberikan keuntungan bagi masyarakat Indonesia saat ini. Memanfaatkan media massa sudah menjadi kegiatan yang tidak asing lagi bagi orang yang menggunakannya. Media massa online atau yang biasa disebut internet sudah menjadi salah satu alternatif cara yang digunakan oleh masyarakat untuk membantu memudahkan aktivitas sehari-hari. Internet merupakan jejaring yang sangat luas yang dapat menghubungkan manusia satu dengan manusia yang lainnya meski dalam jarak yang berjauhan. Salah satu media massa online yang ditawarkan kepada masyarakat adalah media sosial. Wifalin (2016), mengatakan media sosial merupakan media yang dapat memberi umpan balik yang mendetail dan dapat dibilang instan, serta intelijen pemasaran yang berharga. Media sosial merupakan sebuah teknologi baru yang membuat kita lebih efisien dalam berhubungan dan membangun hubungan dengan orang banyak di seluruh belahan dunia.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), klasifikasi berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Menurut mereka, pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

1. Proyek kolaborasi *website*, di mana user-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di *website* tersebut, seperti *Wikipedia*.
2. Blog dan microblog, di mana user mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di *blog* itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti *Twitter*.

3. Konten atau isi, di mana para user di website ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti *e-book*, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti *Youtube*.
4. Situs jejaring sosial, di mana user memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya *Facebook*.
5. *Virtual game world*, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti *online game*.
6. *Virtual social world*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. *Virtual social world* ini tidak jauh berbeda dengan *virtual game world*, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *SecondLife*.

Dengan muatan seperti itu, maka media sosial tidak jauh dari ciri-ciri berikut :

1. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
2. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat.
3. Isi disampaikan secara online dan langsung.
4. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.
5. Medsos menjadikan penggunanya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.
6. Dalam konten medsos terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (*interaksi*), berbagi (*sharing*), kehadiran (*eksis*), hubungan (*relasi*), reputasi (*status*) dan kelompok (*group*) Media sosial merupakan salah satu media baru yang dapat digunakan dan diakses dengan mudah oleh siapapun dan tanpa membatasi jarak antar penggunanya.

Media sosial dapat menembus segala batasan wilayah tanpa mengenal waktu selama jaringan kita terhubung dengan jaringan internet. Dengan adanya media sosial para penggunanya dapat dengan mudah menerima informasi-informasi terbaru seputar dunia. Tidak hanya informasi dalam negeri saja yang dapat dicari oleh para pengguna media sosial melainkan informasi-informasi yang bersumber dari luar negeri pun dapat dicari oleh para pengguna.

Media sosial dalam penggunaan dan pemanfaatannya tentu saja memiliki karakteristik yang berbeda-beda antara media sosial yang satu dengan yang lainnya. Karakteristik tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik jenis media sosial

No	Jenis Media Sosial	Karakteristik Media Sosial
1	Facebook	1) Tidak ada Batasan pertemanan 2) Jenis konten yang dapat diunggah 3) beragam pesan teks, pesan suara, foto, dan video 4) Terdapat fasilitas untuk berkomunikasi dengan konsumen 5) Terdapat fitur untuk menyebarluaskan konten sehingga orang yang tidak berteman juga bisa melihat konten promosi 6) Mudah untuk diakses
2	Twitter	1) Tidak ada batasan pertemanan 2) Penyebaran informasi terbatas hanya 140 karakter untuk satu tweet namun bisa menyisipkan foto dan video 3) Terdapat fasilitas untuk berkomunikasi dengan konsumen 4) Penyebaran informasi cepat dan luas 5) Jika followers memiliki jumlah following yang banyak, besar kemungkinan promosi tidak terbaca oleh konsumen

Tabel 2. Lanjutan

No	Jenis Media Sosial	Karakteristik Media Sosial
3	WhatsApp	1) Tidak ada batasan pertemanan 2) Bersifat lebih pribadi karena harus menggunakan nomer telfon untuk berteman 3) Penyebaran konten promosi melalui broadcast message dan status 4) Jenis konten yang dapat diunggah berupa pesan teks, pesan suara, foto, dan video 5) Berkomunikasi dengan konsumen lebih tertutup 6) Mudah untuk diakses 7) Penyebaran informasi cepat
4	Line	1) Tidak ada batasan pertemanan 2) Penyebaran konten promosi dapat melalui broadcast message dan timeline 3) Jenis konten yang dapat diunggah berupa pesan teks, pesan suara, foto, dan video 4) Dapat berkomunikasi dengan konsumen melalui room chat dan comment pada setiap konten yang diunggah 5) Mudah untuk diakses 6) Penyebaran informasi luas dan cepat
5	Instagram	1) Tidak ada batasan pertemanan 2) Dapat menentukan apakah semua orang dapat melihat laman atau hanya orang yang mem-follow saja yang dapat melihat 3) Dapat mengunggah konten seperti foto dan video berdurasi maksimal satu menit 4) Foto dan video tersebut dapat diberi caption agar konten terlihat lebih menarik dan informasi yang diberikan lebih jelas dan merinci 5) Untuk berkomunikasi dengan konsumen dapat melalui comment foto atau direct message 6) Memiliki fitur snapgram atau fitur untuk mengunggah foto atau video yang diambil secara langsung 7) Dapat diakses dengan mudah 8) Memiliki fitur hashtag yang membuat khalayak luas lebih mudah dalam melakukan pencarian 9) Penyebaran informasi cepat dan luas

Tabel 2. Lanjutan

No	Jenis Media Sosial	Karakteristik Media Sosial
6	Website	1) Dapat diakses oleh semua orang 2) Dapat mengunggah berbagai jenis konten pesan teks, pesan suara, foto, dan video 3) Informasi yang disampaikan dapat secara jelas, lengkap, dan merinci 4) Terdapat kolom tersendiri untuk melakukan komunikasi dengan konsumen

2.4 Pendapatan

1. Definisi Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan (Sukirno, 2006). Rahardja dan Manurung (2001), mengemukakan pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu. Berdasarkan kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh masyarakat berdasarkan kinerjanya, baik pendapatan uang maupun bukan uang selama periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan.

Mankiw (2011) menyebutkan bahwa pendapatan dirumuskan sebagai hasil perkalian antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit. Apabila dirumuskan secara matematis maka hasilnya adalah:

$$TR = P \times Q$$

Dimana:

TR = total revenue

P = price

Q = quantity

Dengan demikian pendapatan penjual diperoleh dari seberapa banyak jumlah barang yang terjual dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan

bahwa pendapatan pedagang pasar adalah pendapatan yang diterima atas jumlah barang yang terjual dikalikan dengan harga per unit barang tersebut menurut jenis-jenis dagangannya.

2. Jenis-Jenis Pendapatan

Rahardja dan Manurung (2001), membagi pendapatan menjadi tiga bentuk, yaitu:

1) Pendapatan ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer dan lain-lain.

2) Pendapatan uang

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lain sebagainya.

3) Pendapatan personal

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian, yang merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi.

Menurut cara perolehannya, pendapatan dibedakan menjadi 2 (Ariyani, 2003):

- 1) Pendapatan kotor, yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.
- 2) Pendapatan bersih, yaitu pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

3. Sumber-Sumber Pendapatan

Rahardja dan manurung (2001) menyebutkan bahwa terdapat tiga sumber pendapatan keluarga, yaitu:

1) Gaji dan upah

Pendapatan dari gaji dan upah merupakan pendapatan sebagai balas jasa yang diterima seseorang atas kesediaannya menjadi tenaga kerja pada suatu organisasi.

2) Asset produktif

Pendapatan dari asset produktif adalah pendapatan yang diterima oleh seseorang atas asset yang memberikan pemasukan sebagai balas jasa atas penggunaannya.

3) Pendapatan dari pemerintah

Pendapatan dari pemerintah merupakan penghasilan yang diperoleh seseorang bukan sebagai balas jasa atas input yang diberikan.

4. Tingkat Pendapatan

Ariyani dan Tohar (2003), menyebutkan bahwa tingkat pendapatan seseorang digolongkan menjadi 4 golongan yaitu:

- 1) Golongan yang berpenghasilan rendah (low income group), yaitu pendapatan rata-rata Rp 150.000
- 2) Golongan yang berpenghasilan sedang (moderate income group), yaitu pendapatan rata-rata antara Rp. 150.000 – Rp 450.000 per bulan.
- 3) Golongan berpenghasilan menengah (middle income group), yaitu pendapatan rata-rata antara Rp 450.000 – 900.000.
- 4) Golongan yang berpenghasilan tinggi (high income group), yaitu rata-rata pendapatan perbulan lebih dari Rp. 900.000

Tingkatan penghasilan menurut Badan Pusat Statistik tahun 2012 adalah:

- 1) Golongan atas, yaitu pendapatan rata-rata antara Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 per bulan.
- 2) Golongan menengah, yaitu pendapatan rata-rata antara Rp1.500.000 – Rp 2.500.000
- 3) Golongan bawah, yaitu pendapatan rata-rata kurang dari Rp 1.500.000 per bulan.

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Pendapatan Swastha (2008) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan penjual, yaitu:

- 1) Kemampuan pedagang, yaitu mampu tidaknya seorang pedagang dalam mempengaruhi pembeli untuk membeli barang dagangannya dan mendapatkan penghasilan yang diharapkan.
- 2) Kondisi pasar. Kondisi pasar berhubungan dengan keadaan pasar, jenis pasar, kelompok pembeli di pasar tersebut, lokasi berdagang, frekuensi pembeli dan selera pembeli dalam pasar tersebut.
- 3) Modal. Setiap usaha memerlukan modal yang digunakan untuk operasional usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan, semakin banyak jumlah barang yang dijual maka keuntungan akan semakin tinggi. Apabila ingin meningkatkan jumlah barang yang dijual maka pedagang harus membeli barang dalam jumlah yang besar. Oleh karena itu diperlukan tambahan modal untuk membeli barang dagangan tersebut sehingga dapat meningkatkan pendapatan.
- 4) Kondisi organisasi usaha. Semakin besar usaha dagang akan memiliki frekuensi penjualan yang juga semakin tinggi, sehingga keuntungan akan semakin besar.
- 5) Faktor lain, misalnya periklanan dan kemasan produk yang dapat mempengaruhi pendapatan penjual.

Artaman (2015) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang antara lain:

1) Lama usaha

Lama usaha memegang peranan penting dalam usaha penjualan. Lama usaha berkaitan dengan banyak sedikitnya pengalaman yang diperoleh pedagang dalam berjualan. Semakin lama pedagang menjalani usahanya akan meningkatkan produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan. Selain itu, semakin lama usaha seseorang dalam berdagang akan meningkatkan pengetahuan pedagang

mengenai selera atau minat pembeli dan menambah relasi bisnis serta pelanggan sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

2) Lokasi berdagang

Lokasi berdagang merupakan salah satu strategi dalam perdagangan.

Lokasi berdagang yang saling berdekatan dengan pesaing, mendorong pedagang untuk melakukan strategi kompetisi.

3) Jam kerja

Jam kerja berkaitan dengan teori penawaran tenaga kerja, yaitu tentang kesediaan individu dalam bekerja dengan harapan akan memperoleh pendapatan atau tidak bekerja dengan konsekuensi tidak memperoleh penghasilan yang seharusnya diperoleh.

Berdasarkan faktor-faktor di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan penjual pasar adalah kemampuan pedagang, kondisi pasar, modal usaha, kondisi organisasi, lama usaha, lokasi berdagang dan jam kerja.

2.5 Penelitian Terdahulu

Sebagai data pendukung maka dasar atau acuan berupa teori-teori melalui hasil sebagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat penting. Kajian penelitian terdahulu diperlukan sebagai bahan referensi. Penelitian terdahulu yang menjadi referensi antara lain dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penelitian terdahulu

No	Peneliti (tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pitaloka, dkk (2021)	Pemanfaatan Media sebagai Sarana Pembelajaran Di Ea Digital	Analisi Deskriptif Uji Korelasi <i>Rank Sperman</i>	Media sosial dapat diakses dengan mudah untuk mendukung proses pembelajaran. Tidak hanya mahasiswa dalam membantu pembelajarannya, tetapi dapat digunakan oleh semua kalangan dari yang muda hingga lanjut usia.
2	Christian dkk (2018)	Akses, Penggunaan dan Faktor Penentu Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Pada Kawasan Pertanian Komersial Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Di Perdesaan Yogyakarta.	Uji Korelasi <i>Rank Sperman</i>	Hasil studi dari penelitian ini ingin melihat kepemilikan media. Berdasarkan hasil lapang kepemilikan TIK di semua lokasi penelitian cukup tinggi (media konvensional dan media baru) yang mampu melayani penyediaan informasi dan hiburan, namun fungsi untuk edukasi masih sangat terbatas. Pemanfaatan media TIK untuk mendukung kegiatan pertanian: media konvensional (televisi radio) untuk teknis produksi, kebijakan dan pemasaran, sedangkan media baru untuk informasi teknis produksi, pemasaran, kebijakan dan pembiayaan. Faktor penentu kepemilikan media TIK adalah umur dan status sosial. Faktor penentu penggunaan TIK untuk mendukung aktivitas pertanian adalah umur dan jenis kelamin.

Tabel. 3 Lanjutan

No	Peneliti (tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3	Anin (2024)	Pemanfaatan Media Sosial oleh Petani dalam Berusahatani Di Desa Honuk Kecamatan Amfoang Barat Laut Kabupaten Kupang (Studi Kasus : Kelompok Tani Bimini)	Deskriptif Korelasional Uji Korelasi <i>Rank Sperman</i>	Pemanfaatan media siosial yang digunakan dalam usahatani yaitu facebook dan whatsapp. Media sosial sangat menunjang keberhasilan petani dalam mencari informasi mengenai bibit dan pupuk serta informasi masalah hama dan penyakit. Kendala yang dihadapi petani disebabkan karena jaringan yang kurang baik dalam mengakses informasi serta modus penipuan jual beli produk berbasis online karena petani berpendidikan rendah
4	Safitri, E., dan Arif, E. (2021)	Penggunaan Media Sosial dalam Penyuluhan Pertanian Di Kecamatan Tiumang Kabupaten Dharmasray	Analisi Deskriptif Uji Korelasi <i>Rank Sperman</i>	Dampak penggunaan media sosial dalam kegiatan penyuluhan pertanian di kecamatan tiumang kabupaten dharmasraya adalah peningkatan akurasi, efektifitas, efisiensi dalam penyampaian informasi

Tabel 3. Lanjutan

No	Peneliti (tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
5	Herman (2022)	Penggunaan dan Pemanfaatan Media Internet oleh Penyuluh Pertanian Lapang (PPL) di Balai Pelaksana Penyuluhan Petanian (BP3) Kecamatan Gedong Tataan	Deskriptif Korelasi	Penggunaan internet oleh PPL tergolong pada kategori rata-rata sedang. Hal tersebut dapat diukur dari jumlah PPL kategori tinggi sebanyak 6 PPL (33,33%), kategori sedang sebanyak 12 PPL (66,66%), dan kategori rendah 0 PPL, namun penggunaan internet lebih banyak untuk mengakses kebutuhan pribadi seperti media sosial dibandingkan dengan informasi pertanian. Faktor-faktor yang memiliki hubungan nyata dengan penggunaan internet yaitu umur PPL, kepemilikan prangkat teknologi, kebutuhan informasi penyuluhan, dan motivasi PPL menggunakan internet. Tidak ada hubungan yang nyata antara penggunaan media internet dengan pemanfaatan internet. Hal ini karena tidak selarasnya antara penggunaan internet dengan pemanfaatan internet, PPL lebih banyak menggunakan waktu dalam penggunaan internet untuk kepentingan pribadi.
6	Randy dan Purnaningsih, 2020	Penggunaan Internet di Kalangan Petani Talas dalam Memperoleh Informasi Pertanian pada Kelompok Tani Saluyu, Situgede, Bogor	Deskriptif Metode wawancara	Hasil penelitian menunjukkan petani talas yang tergabung dalam kelompok tani Saluyu mayoritas merupakan petani tua (72,7%) dan tidak mempunyai perangkat untuk mengakses internet (72,7%). Hal ini karena banyak faktor, seperti biaya, pendapatan, pengetahuan, dan kecenderungan petani menerima informasi dari PPL

Tabel 3. Lanjutan

No	Peneliti (tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
7	Mahendra, Y. I., (2022)	Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Tanaman Hias Bonsai pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Sidomulyo Kecamatan Gunungmeneng Kabupaten Muara Enim.	Pendekatan Fenomenologi Kualitatif	Media sosial yang digunakan adalah <i>facebook</i> dan <i>whatsapp</i> dengan memanfaatkan fitur yang tersedia serta intensitas penggunaan yang tidak terjadwal Persepsi produsen pada kegiatan pemasaran ini adalah dapat lebih menjangkau target konsumen yang lebih luas dan dapat mengetahui pemasaran tanaman hias bonsai yang lebih beragam melalui media sosial
8	Handika, (2021).	Penggunaan dan Pemanfaatan Internet untuk Pertanian dan Perannya Terhadap Tingkat Pendapatan Petani.	Analisis Kualitatif dan Kuantitatif Uji Korelasi <i>Rank Sperman</i>	Tingkat kepemilikan media internet di gapoktan Bina Tani Wargi Panggupay sudah memadai dan kepemilikan media yang beragam dengan penggunaan media internet berkisar antara 5 kali dalam sehari dengan derasi lebih dari 60 menit. Pemanfaatan internet digunakan untuk menunjang proses pencarian informasi yang didapat oleh sesama petani dan menjadi sarana promosi hasil dari komoditas yang di tanam oleh petani dan memanfaatkan aplikasi belanja online untuk memenuhi kebutuhan budidaya petani.

Tabel 3. Lanjutan

No	Peneliti (tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
9	Sumitro (2018)	Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Pemanfaatan Media Informasi oleh Petani Salak di Desa Sumillan Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang	Metode literatur <i>review</i>	Berdasarkan bahan pustaka yang telah dikumpulkan dan dilakukan literatur review maka disimpulkan banyak pemanfaatan yang di dapat dari teknologi IoT, seperti penerapan iot pada irigasi, pengatur kelembapan dan suhu, mendeteksi kesuburan tanah di lahan perkebunan, penyiraman tanaman secara otomatis, memonitoring tingkat kelengasan tanah dan curah hujan, dan sistem keamanan lahan pertanian. tujuan utamanya adalah untuk memberikan efesiensi serta kemudahan dalam melaksanakan pekerjaan yang sering dilakukan khususnya dalam bidang pertanian. Teknologi ini akan terus menerus berkembang sehingga nanti akan ada lebih banyak lagi inovasi - inovasi yang muncul menjadikan pertanian semakin berkembang dan hasil yang didapatkan sesuai harapan.
10	Hernanda (2021)	Penggunaan Internet oleh Petani Kedelai di Kecamatan Raman Utara Kabupaten Lampung Timur.	Metode Deskriptif Kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat dirumuskan kesimpulan masih terdapat petani yang tidak pernah mengakses internet (30%). Akses responden terhadap informasi pertanian masih sangat rendah (9,5%), hal ini disebabkan oleh keberadaan penyuluh yang dirasa cukup membantu, sehingga membuat responden merasa tidak terlalu memerlukan informasi di internet.

2.6 Kerangka Pemikiran

Tanaman hias merupakan tanaman yang mempunyai nilai keindahan baik karena bentuk, warna daun, tajuk maupun bunganya. Menurut Mattjik (2010), tanaman hias bermanfaat sebagai pemuas kebutuhan rohani dan memperindah ruangan sehingga banyak masyarakat tertarik membudidayakannya. Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi sumber daya alam cukup besar untuk pengembangan usaha tanaman hias, mengingat letak geografis Provinsi Lampung yang sangat strategis dekat dengan pusat pertumbuhan ekonomi (Jakarta) serta memiliki aksesibilitas yang cukup baik dalam hal sarana dan prasarana perhubungan.

Perkembangan agribisnis khususnya untuk tanaman hias memiliki nilai produksi yang sangat tinggi sehingga mendorong untuk melakukan pembudidayaan yang memanfaatkan keterampilan dan pengetahuan yang tinggi agar memperoleh hasil yang sangat bagus dengan memanfaatkan keberadaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam dunia pertanian yang diharapkan untuk dapat menjadi media dalam membantu petani mendapatkan informasi baik pra panen maupun pasca panen sehingga petani dapat mengelola dengan baik usahatani tanaman hias yang dimiliki.

Teknologi Informasi dan komunikasi (TIK) yang tersedia dapat digunakan petani dengan memanfaatkan internet yang ada. Berdasarkan hal di atas penulis tertarik meneliti pemanfaatan internet, dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat sejauh mana tingkat pemanfaatan internet sebagai media pembelajaran petani tanaman hias dengan tingkat pemanfaatan internet dan perannya terhadap tingkat pendapatan petani tanaman hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.

Dalam hal ini, peneliti mengambil karakteristik petani sebagai variabel X dalam penelitian yang berhubungan dengan pemanfaatan internet. Ciri-ciri atau sifat-sifat yang dimiliki oleh petani meliputi beberapa faktor atau unsur-

unsur yang melekat pada diri seseorang dapat dikatakan sebagai karakteristik petani (Ambarwati *et al.*, 2020). Faktor-faktor dalam karakteristik petani yang berhubungan dengan pemanfaatan media internet dalam penelitian ini terdiri atas umur, tingkat pendidikan formal, lama berusahatani, kekosmopolitan, dan perilaku penggunaan media sosial.

1. Umur

Umur adalah lama waktu hidup manusia sejak dilahirkan atau diadakan.

Umur petani merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan kemampuan kerja dalam melakukan usahatani.

2. Tingkat pendidikan formal

Tingkat pendidikan formal adalah suatu proses dimana individu atau petani dalam meningkatkan pendidikan sesuai dengan jenjang yang akan di tempuhnya dalam melanjutkan pendidikan yang ditempuh.

3. Lama Berusahatani

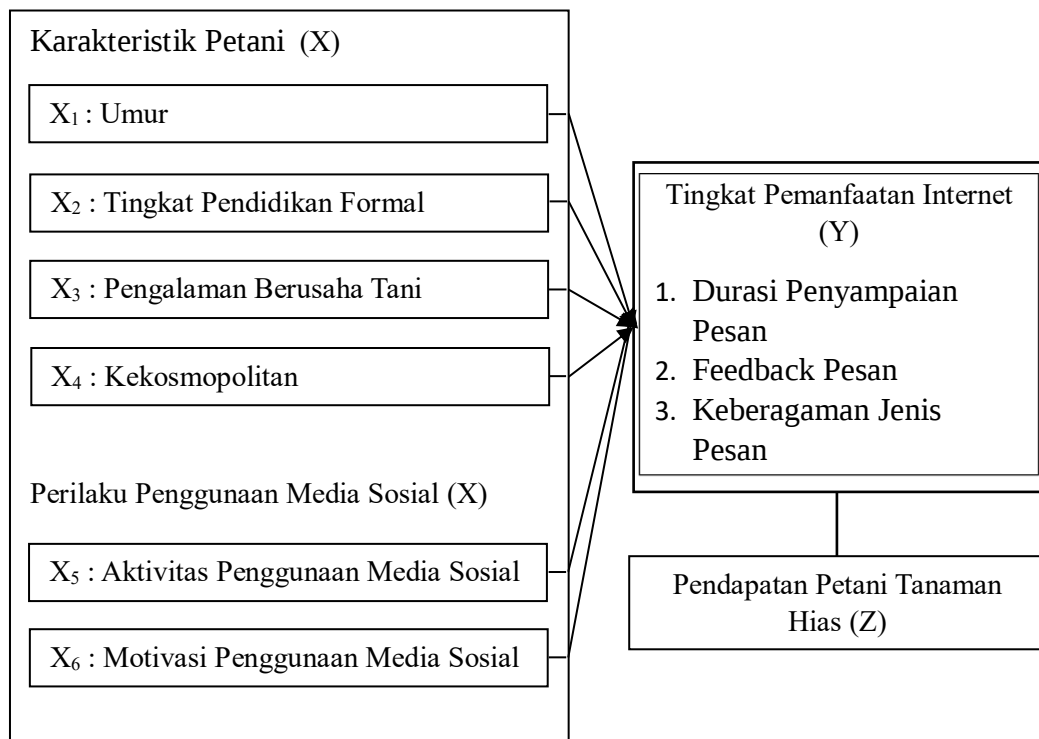
Lama berusahatani adalah lamanya petani dalam bekerja sebagai petani tanaman hias diukur dalam satuan tahun dan diklasifikasikan menjadi baru, cukup lama, dan lama berdasarkan data lapangan.

4. Kekosmopolitan

Kekosmopolitan secara umum dapat diartikan sebagai keterbukaan seseorang terhadap berbagai sumber informasi sehingga memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berpotensi menjadi peluang yang besar bagi pelaku pembangunan pertanian. Pemanfaatan teknologi komunikasi dalam pembangunan pertanian memerlukan kompetensi dari pengguna teknologi informasi dan komunikasi tersebut. Dalam hal ini, sektor pertanian juga memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan pembangunan pertanian yang berkelanjutan. Media internet memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang pertanian, salah satunya yaitu dengan menggunakan internet. Sehingga terdapat variabel X yang menunjang petani tanaman hias dalam memanfaatkan media internet yaitu (5) Aktivitas penggunaan media sosial dan (6) Motivasi akses media sosial.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah di kemukakan, maka dapat dilihat suatu hubungan antara variabel X (factor internal umur, tingkat Pendidikan formal, pengalaman berusaha tani tanaman hias, kekosmopolitan dan factor eksternal aktivitas penggunaan media sosial, motivasi penggunaan media sosial) dengan variabel Y yang mencakup (durasi penyampaian pesan, feedback pesan dan keberagaman jenis pesan). Variabel (Z) mencakup pendapatan petani tanaman hias yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Kerangka pemikiran tentang pemanfaatan internet untuk pertanian dan peranya terhadap tingkat pendapatan petani tanaman hias dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Tingkat pemanfaatan internet petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan kabupaten Lampung Timur.

2.7 Hipotesis

Berdasarkan semua uraian di atas, untuk melihat hubungan variabel Penggunaan dan pemanfaatan internet dengan tingkat pendapatan petani, maka diperoleh hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Diduga terdapat hubungan nyata antara umur dengan tingkat pemanfaatan internet.
2. Diduga terdapat hubungan nyata antara tingkat pendidikan formal dengan tingkat pemanfaatan internet.
3. Diduga terdapat hubungan nyata antara pengalaman usahatani dengan tingkat pemanfaatan internet.
4. Diduga terdapat hubungan nyata antara kekosmopolitan dengan tingkat pemanfaatan internet.
5. Diduga terdapat hubungan nyata antara aktivitas penggunaan media sosial dengan tingkat pemanfaatan internet.
6. Diduga terdapat hubungan nyata antara motivasi akses media sosial dengan tingkat pemanfaatan internet.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian sensus yang mengambil data terhadap populasi untuk memperoleh sejumlah nilai-nilai tertentu atas sejumlah variabel. Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari mewawancarai secara langsung petani hortikultura dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) sebagai alat bantu pengumpulan data. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, laporan-laporan, publikasi dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini, serta lembaga atau instansi yang terkait dalam penelitian ini. Desain penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Peneliti bermaksud untuk mengetahui karakteristik petani, tingkat pemanfaatan internet yang berhubungan dengan tingkat pendapatan petani tanaman hias.

3.2 Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan batasan operasional adalah batasan-batasan atau definisi dari variabel yang menjadi objek dari suatu penelitian sehingga dapat dianalisis dan diperoleh data yang berkenaan dengan penelitian. Variabel penelitian yang terdiri dari X, Y dan Z. Variabel (X) merupakan variabel bebas atau variabel tidak terikat yang mempengaruhi variabel lainnya, dalam penelitian ini variabel (X) terdiri dari faktor-faktor yang berhubungan dengan karakteristik individu petani. Variabel (Y) merupakan variabel yang bersifat terikat dan tidak terikat yang mampu mempengaruhi dan dipengaruhi oleh

variabel lain. Variabel (Z) merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

Variabel (Y) dalam penelitian ini yaitu penggunaan dan pemanfaatan internet oleh petani tanaman hias. Maka konsep dasar dan definisi oprasionsal dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel X

Umur (X_1) merupakan identitas responden yang dapat menggambarkan pengalaman dalam diri responden sehingga terdapat keragaman perilaku berdasarkan umur responden.

Tingkat Pendidikan rormal (X_2) adalah jenjang Pendidikan terakhir yang pernah diikuti responden sampai saat penelitian dilaksanakan, diukur dalam satuan tahun dan diklasifikasikan menjadi tinggi, sedang, rendah. berdasarkan data lapangan.

Lama bertani (X_3) adalah rentang waktu seseorang bekerja sampai saat ini penelitian dilakukan.

Kekosmopolitan (X_4) adalah banyaknya informasi yang dicari oleh petani dari luar system sosial yang diketahui guna memenuhi kebutuhan informasi yang diinginkan oleh petani.

Perilaku penggunaan media sosial tanggapan terhadap kehadiran media sosial yang dimiliki dan digunakan. Perilaku pengguna media sosial dapat dilihat melalui aktivitas penggunaan media sosial dan motivasi akses media sosial.

Aktivitas pengguna media sosial (X_5) merupakan seberapa sering atau intensitas pelaku dalam mengakses media sosial dalam jangkawaktu tertentu.

Motivasi akses media sosial (X_6) merupakan suatu kebutuhan yang kuat yang datang dari diri individu untuk mengarahkan pelaku agar dapat

mencari kepuasan atas keinginan atau kebutuhannya, dalam hal ini yaitu alasan dalam mengakses media sosial.

Tabel 4. Definisi operasional dan indikator pengukuran variabel X

No	Variabel X	Definisi Operasional	Klasifikasi	Satuan
1	Umur (X_1)	Lamanya petani hidup di hitung sejak lahir sampai dengan waktu penelitian dilakukan	Muda (<15 tahun) Dewasa (11-65 tahun) Tua (>65 tahun)	Tahun
2	Tingkat Pendidikan Formal (X_2)	Jenjang menempuh pendidikan formal ya dimiliki responden	Tidak Sekolah SD SMP SMA Perguruan Tinggi	Tahun
3	Lama Berushatani tanaman hias (X_3)	Jumlah tahun responden menjadi petani tanaman hias	Baru Cukup Lama Lama	Tahun
4	Kekosmopoli-tan(X_4)	Keterbukaan petani dalam berinteraksi dan mencari informasi secara langsung maupun melalui media elektronik dan massa	Rendah Sedang Tinggi	Skor
5	Aktivitas penggunaan media sosial (X_5)	Seberapa sering responden dalam mengakses media sosial dalam jangka waktu tertentu.	Rendah Sedang Tinggi	Skor
6	Motivasi Akses Media Sosial (X_6)	Dorongan rasa ingin tahu serta motivasi dalam penggunaan media sosial.	Rendah Sedang Tinggi	Skor`

2. Variabel Y

Penggunaan media sosial sebagai media promosi mencakup aktivitas responden mengoperasikan media sosial dalam melihat aktivitas pelaku usaha yang memberikan informasi terkini, informasi yang menarik perhatian, dan selanjutnya memberi pengaruh pada peningkatan penjualan produk melalui pesan-pesan yang disampaikan melalui media sosial. Media sosial sebagai media promosi terdiri dari durasi penyampaian informasi, *feedback* pesan, dan keberagaman jenis pesan. Indikator pada variabel ini meliputi:

- 1) Durasi penyampaian informasi terkini yaitu rutinnnya petani tanaman hias media sosial dalam mengunggah pesan teks, pesan suara, foto, atau video melalui akun media sosial.
- 2) *Feedback* pesan yaitu banyak dan rutinnnya petani tanaman hias menerima respon dari konsumen dan membalas komentar yang berhubungan dengan informasi produk dan promosi usaha tanaman hias.
- 3) Keberagaman jenis pesan yang disampaikan merupakan ragam variasi bentuk pesan yang disampaikan melalui media sosial. Keberagaman jenis pesan dapat dilihat dari jenis-jenis pesan yaitu berupa foto, video, pesan suara dan pesan teks.

Tabel 5. Definisi operasional dan indikator pengukuran variabel Y

No	Variabel Y	Definisi Operasional	Klasifikasi	Satuan
1	Durasi penyampaian informasi	Rutinnnya petani dalam mengunggah pesan teks, pesan suara, foto, atau video melalui akun media sosial	Rendah Sedang Tinggi	Skor
2	Feedback pesan	Banyak dan rutinnnya menerima respon dari konsumen dan membalas komentar yang berhubungan dengan informasi produk dan promosi usaha tanaman hias.	Rendah Sedang Tinggi	Skor

Tabel 5. Tabel Lanjutan

No	Variabel Y	Definisi Operasional	Klasifikasi	Satuan
3	Keberagaman jenis pesan	Ragam variasi bentuk pesan yang disampaikan melalui media sosial. Keberagaman jenis pesan dapat dilihat dari jenis-jenis pesan yaitu berupa foto, video, pesan suara dan pesan teks.	Rendah Sedang Tinggi	Skor

3. Tingkat Pendapatan (Z)

Jumlah uang yang diterima petani akibat dari hasil penjualan tanaman hias. Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti ingin melihat tingkat pendapatan yang diterima oleh petani dengan adanya akibat dari pemanfaatan internet oleh petani. Sehingga dapat diketahui pendapatan yang diterima oleh petani tanpa memanfaatkan internet (*offline*) dan memanfaatkan internet (*online*).

Tabel 6. Tingkat pendapatan petani (Z)

No	Variabel Z	Definisi Operasional	Klasifikasi	Pengukuran
1	Tingkat Pendapatan Petani (Z)	Jumlah uang yang diterima oleh petani tanaman hias dalam satu bulan	Rendah Sedang Tinggi	Rupiah

3.3 Lokasi, Waktu, dan Responden Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Tulus Rejo, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur. Lokasi Penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan di Desa Tulus Rejo, banyak masyarakat yang memilih untuk berusaha tani tanaman hias di pekarangan rumah, sehingga menjadi sentra atau pusat tanaman hias khususnya di Kecamatan Pekalongan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2025.

3.4 Jenis dan Metode Penelitian

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode sensus. Penelitian ini menggunakan dua jenis data, antara lain:

1. Data Primer

Sumber data primer (sumber tangan pertama), yaitu sumber data yang langsung diberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono,2016).

Sumber data primer dalam hal ini adalah data hasil wawancara dengan petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder (sumber tangan kedua), yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain, atau lewat dokumen (Sugiyono,2016). Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data dari buku-buku, internet, majalah, jurnal, dll.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah:

1. Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian.
2. Pengamatan ini dilakukan melalui pencatatan dan pengukuran terhadap studi yang diperkirakan memengaruhi hasil penelitian
3. Wawancara (*interview*) adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang disebut panduan wawancara. Dalam penelitian ini, metode wawancara digunakan untuk menggali data terkait hal-hal yang berhubungan dengan pengembangan kelompok tani kerbau.
4. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang hal-hal pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui

apa saja pemanfaatan dan peran internet dalam petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.

5. Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data melalui dokumentasi berupa gambar (foto) dan film guna melengkapi atau memberikan informasi mengenai penelitian yang sedang dilaksanakan.

3.5 Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui pengukuran sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat atau mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas merupakan keadaan yang menggambarkan apakah instrumen yang akan kita gunakan mampu untuk mengukur apa yang akan kita ukur di dalam penelitian. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut dapat menjalankan fungsi ukur atau menjalankan fungsi ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud tes tersebut. Hasil yang diperoleh dari uji validitas adalah suatu instrumen yang sah atau valid. Uji validitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh data kuesioner dilakukan dalam penelitian yang dilakukan. Nilai validitas didapat dari r hitung dan r tabel dengan pernyataan bahwa r hitung $>$ r tabel maka valid. Adapun rumus mencari r hitung sebagai berikut:

$$r \text{ hitung} = \frac{\sum X_1 Y_1 - \sum X_1 x (\sum Y_1)}{\sqrt{n \sum X_1^2 - \sum X_1 x \{n \sum X_1^2 - \sum X_1^2\}}}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi (validitas)

X = Skor pada atribut item n

Y = Skor pada total atribut

XY = Skor pada atribut item n dikalikan skor total

N = Banyaknya atribut

Hasil uji validitas dilihat dari *corrected item-total correlation*, jika sesuai dengan persyaratan pada r tabel maka akan dinyatakan valid dan memenuhi persyaratan reliabilitas, setelah memenuhi syarat tersebut maka instrumen dapat dinyatakan layak serta dapat digunakan.

Tabel 7. Hasil uji validitas variabel X kosmopolitan

Butir pertanyaan	Nilai R hitung	Keputusan
Pertanyaan 1	0,824**	Valid
Pertanyaan 2	0,680**	Valid
Pertanyaan 3	0,391	Tidak valid
Pertanyaan 4	0,569**	Valid
Pertanyaan 5	0,362	Tidak Valid
Pertanyaan 6	0,584**	Valid

Sumber : Data diolah, 2025

Tabel 8. Hasil uji validitas variabel X aktivitas penggunaan media sosial

Butir pertanyaan	Nilai R hitung	Keputusan
Pertanyaan 1	0,799**	Valid
Pertanyaan 2	0,809**	Valid
Pertanyaan 3	0,613**	valid
Pertanyaan 4	0,700**	Valid
Pertanyaan 5	0,507*	Valid
Pertanyaan 6	0,693**	Valid

Sumber : Data diolah, 2025

Tabel 9. Hasil uji validitas variabel X motivasi dalam mengakses media sosial

Butir pertanyaan	Nilai R hitung	Keputusan
Pertanyaan 1	0,832**	Valid
Pertanyaan 2	0,631**	Valid
Pertanyaan 3	0,725**	valid
Pertanyaan 4	0,634**	Valid
Pertanyaan 5	0,673**	Valid
Pertanyaan 6	0,537*	Valid
Pertanyaan 7	0,560*	Valid
Pertanyaan 8	0,465*	Valid
Pertanyaan 9	0,040	Tidak valid
Pertanyaan 10	0,648**	Valid
Pertanyaan 11	0,458*	Valid
Pertanyaan 12	0,480*	Valid

Sumber : Data diolah, 2025

Tabel 10. Hasil uji validitas variabel Y penggunaan media sosial

Butir pertanyaan	Nilai R hitung	Keputusan
Durasi penyampaian Pesan		
Pertanyaan 1	0,935**	
Pertanyaan 2	0,906**	
Pertanyaan 3	0,791**	
Pertanyaan 4	0,536*	
frekuensi <i>feedback</i> pesan		
Pertanyaan 5	0,898**	
Pertanyaan 6	0,935**	
Pertanyaan 7	0,455*	
Pertanyaan 8	0,534*	
jenis pesan yang di sampaikan		
Pertanyaan 9	0,847**	
Pertanyaan 10	0,666**	
Pertanyaan 11	0,700**	
Pertanyaan 12	0,687**	
Pertanyaan 13	0,517*	
Pertanyaan 14	0,535*	

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil validitas diatas dari butir pertanyaan, jika diketahui nilai r tabel dengan jumlah responden sebanyak 20 orang dan α 0,05 adalah lebih dari 0,456 maka, terdapat 3 pertanyaan dalam kuisisioner yang tidak valid. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi dari serangkaian pengukuran, karena suatu pengukuran yang valid belum tentu dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat ukur ketepatan pertanyaan kuesioner. Menurut Husein dan Umar (2004), reliabilitas adalah ukuran dalam menentukan derajat ketepatan, sebagai pengukur ketelitian dan keakuratan yang terlihat pada instrumen pengukurannya, sedangkan uji reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan untuk mengukur konsistensi (ketepatan) dari instrumen yang terukur. Variabel yang reliabel apabila nilai *cronbach alpha* > 0,6. Adapun cara pengujiannya yaitu sebagai berikut:

- 1) Membuat tabulasi dengan memberikan nomor pada setiap pertanyaan kuesioner.
- 2) Pengujian reliabilitas yang selanjutnya menggunakan rumus korelasi sederhana.

Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$r_{\text{total}} = \frac{2r_{tt}}{(1+r_{tt})}$$

Keterangan :

r_{total} = Angka reliabilitas keseluruhan item atau koefisien reliabilitas

r_{tt} = Angka korelasi belahan pertama dan belahan kedua

Tabel 11. Hasil uji realibilitas

Butir pertanyaan	Nilai R hitung	Keputusan
Tingkat kekosmopolitan	0,647	relaibel
Aktivitas penggunaan media sosial	0,795	relaibel
Motivasi dalam mengakses media sosial	0,787	relaibel
Penyampaian informasi	0,811	relaibel
Feedback pesan	0,716	relaibel
Jenis pesan	0.742	relaibel

Sumber : Data diolah, 2025

Tabel 11 menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach Alpha* untuk seluruh indikator pada variabel X dan Y memiliki nilai lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah terbukti reliabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang dapat digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama dan tetap menghasilkan data yang konsisten serta tidak berubah-ubah. Dengan demikian, instrumen dalam penelitian ini telah memenuhi syarat reliabilitas, yang merupakan salah satu kriteria penting dalam menentukan kelayakan suatu instrumen penelitian. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan terkait uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam variabel X dan Y dianggap reliabel dan dapat diandalkan sebagai alat pengukuran dalam penelitian ini.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kuantitatif. Tujuan pertama, dan kedua penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kuantitatif, sedangkan tujuan ketiganya dan keempat menggunakan uji Rank Spearman.

1) Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2014), metode analisis deskriptif yaitu suatu metode yang digunakan untuk menganalisis data yaitu dengan menggambarkan data-data yang sudah terkumpul dan menyimpulkan data tersebut sesuai fakta di lapangan atau tanpa menghilangkan kebenaran datanya.

Penyajian data ini dimaksudkan untuk menggambarkan informasi mengenai tingkat kinerja penyuluh pertanian dalam persepsi petani ke dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisis statistik deskriptif dilaksanakan melalui beberapa tahapan:

- a) Penyajian data variabel X dan Y dengan metode tabulasi
- b) Penentuan kecenderungan nilai responden untuk masing-masing variabel. Interval kelas ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{klasifikasi}}$$

2) Rank Spearman

Pada penelitian ini digunakan uji korelasi *Rank Spearman* karena skala pengukuran datanya menggunakan skala rasio dan jenis hipotesisnya yaitu hipotesis korelasi yang dalam hal ini meramalkan derajat hubungan antara dua variabel. Rumus dari *Rank Spearman* adalah sebagai berikut :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n^3}$$

Keterangan :

r_s = Penduga koefisien korelasi.

d_i = Perbedaan setiap pasangan rank .

N = Jumlah responden.

Bila terdapat rank kembar baik pada variabel X maupun pada variabel Y, maka dilakukan pengujian lanjutan untuk menjaga tingkat signifikansi pengujian sehingga dibutuhkan faktor koreksi t dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum di^2}{2\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

$$\sum x^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum Tx$$

$$\sum y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum Ty$$

$$T = \frac{t^3 - t}{12}$$

Keterangan :

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat variabel X yang dikoreksi

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat variabel Y yang dikoreksi

$\sum Tx$ = jumlah faktor koreksi variabel X

$\sum Ty$ = jumlah faktor koreksi variabel Y

T = faktor koreksi

t = banyaknya observasi berangka sama pada peringkat tertentu

n = jumlah sampel

Kaidah pengambilan keputusan dalam penelitian ini ditentukan dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 16. Kaidah pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $\leq (\alpha) = 0,05$ atau $(\alpha) = 0,01$ maka terima H1, berarti terdapat hubungan antara kedua variabel yang diuji.
2. Jika nilai signifikansi $> (\alpha) = 0,05$ atau $(\alpha) = 0,01$ maka tolak H1, berarti tidak terdapat hubungan antara kedua variabel yang diuji.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Tingkat Pemanfaatan Internet di Desa Tulus Rejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur masuk dalam kategori sedang.
2. Tingkat pendapatan petani tanaman hias mayoritas responden memiliki pendapatan yang masuk dalam kategori rendah yaitu kurang dari UMR Kabupaten Lampung Timur sebesar kurang dari Rp. 2.893.069 juta per bulan dari penjualan tanaman hias. Pendapatan dari penjualan tanaman hias tergolong rendah disebabkan oleh beberapa faktor seperti permintaan pasar yang tidak stabil, tanaman hias yang sering dianggap barang sekunder bukan kebutuhan pokok, sehingga penjualannya bisa naik turun tergantung tren dan daya beli masyarakat.
3. Hubungan karakteristik individu dengan tingkat pemanfaatan internet adalah kekosmopolitan, aktivitas penggunaan media sosial, dan motivasi penggunaan media sosial. Sedangkan umur, tingkat pendidikan dan pengalaman berusahatan tidak berhubungan dengan tingkat pemanfaatan internet oleh petani tanaman hias.
4. Tidak terdapat hubungan antara tingkat pemanfaatan internet dengan tingkat pendapatan petani tanaman hias. Hal ini karena petani memiliki keterbatasan dalam penerapan pengetahuan digital ke dalam praktik bisnis tanaman hias dan pola distribusi tanaman hias yang masih sangat bergantung pada pemasaran secara langsung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat peneliti berikan yaitu:

1. Diharapkan kepada petani untuk tetap menggunakan media sosial sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan serta mengakses lebih banyak informasi.
2. Diharapkan kepada petani untuk meningkatkan keterampilan penguasaan terhadap media sosial dalam memasarkan produk dan memperluas jaringan pemasaran.
3. Kepada pemerintah, diharapkan untuk memberi dukungan kepada petani tanaman hias dalam usahatani.
4. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lanjutan untuk meneliti variabel lain yang belum dimasukkan ke dalam model penelitian ini terkait pemanfaatan internet dan perannya terhadap tingkat pendapatan petani tanaman hias di Desa Tulus Rejo, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Sulaeman. 2020. *Ekonomi Makro*. In Unesa University Press. Yayasan Kita Menulis. <https://dosenekonomi.com/ilmuekonomi/teori-ekonomi-makro>.
- Adekoya, A.E. 2007. *Cyber Extension communication: A strategic model for agricultural and rural transformation in Nigeria*. *International journal of food, agricultural and environment* ISSN 1459-0255. 366-368.
- Adi, A. P., 2022. *Strategi Efektif Internet Marketing*: Elex Media Komputindo. Jakarta
- Adi, S., M, Wulandari., A. K ,Wulandari., dan A, Muzakki,. 2018. Survei: *Topik Dan Tren Analisis Sentimen Pada Media Online*. Seminar Nasional Teknologi dan Multimedia, 55–60.
- Ambarwati, dan Sobari, S. 2020. Membangun Jiwa Kewirausahaan di Era Milenial Bagi Mahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. 140-144.
- Amin M, Sugiyanto, Sukei K, Ismadi. 2013. *Application of Cyber Extension as Communication Media to Empower The Dry Land Farmer at Donggala District, Central Sulawesi*. *Journal of Basic and Aplied Scientific*.
- Andarwati, S. R., B. S, Sankarto. 2005. Pemenuhan Kepuasan Penggunaan Internet oleh Peneliti Badan Litbang Pertanian Di Bogor. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*. Vol. 14, Nomor 1.
- Andriaty, E. dan Setyorini, E. 2012. Ketersediaan Sumber Informasi Teknologi Pertanian di Beberapa Kabupaten di Jawa. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*. 21(1):30-35.
- Anin, A. J. 2022. Pemanfaatan Media Sosial oleh Petani dalam Berusaha Di Desa Honuk Kecamatan Amfoang Barat Laut Kabupaten Kupang (Studi Kasus : Kelompok Tani Bimini). *Skripsi*. Universitas Nusa Cendana.
- Artaman, Dewa Made Aris. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Di Kabupaten Gianyar. *Tesis*. Program Magister Program Studi Ilmu Ekonomi Program Pascasarjana. Universitas Udayana Denpasar.

- Aziz, A., Rahman, H., Rahim, R., Lukito, H., & Syafrizal, S. 2023. Pengaruh Online Shopping terhadap Peningkatan Kinerja Green Marketing pada Kaum Milenial di Beberapa Kota Besar: *Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1294-1309
- Badan Pusat Statistika. 2022. *Produksi Tanaman Hias*. Di akses pada 25 Oktober 2023. <https://bps.go.id/>.
- Bambang, D. P. 2020. *Strategy Branding teori dan perspetif komunikasi dalam bisnis*. Penerbit UB Press.
- Bonaraja Purba, Sherly Gaspersz, Muhammad, B. 2020. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
- Christian, A.I., dan Subejo. 2018. *Akses, Fungsi, dan Pola Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh Petani pada Kawasan Pertanian Komersial di Kabupaten Bantul*. Bantul.
- Dewan, S and Riggins, F. J. 2005. : *The Digital Divide : Current and Future Research Directions.: Journal of the Association for Information Systems*.
- Darwis, Ahmad. 2020. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Katering Putri Tonyamang. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah, Makassar. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11617-Full_Text.pdf
- Endah, J. 2007. *Membuat Tanaman Hias Rajin Berbunga* : Agromedia Pustaka. Jakarta
- Gultom, D. T., Listiana, I., dan Rara, R. 2023. Komunikasi Pengembangan Usaha Tapis oleh Generasi Muda melalui UMKM Tapis Jejama Kham di Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran. *Jurnal komunikasi pembangunan*, 21(02), 85-92.
- Gregory N. Mankiw. 2011 . *Principles Of Economics (Pengantar Ekonomi Mikro):*. Salemba Empat. Jakarta.
- Ghozali Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Dipenogoro. Semarang.
- Handika, I. 2021. Penggunaan dan Pemanfaatan Internet untuk Pertanian dan Perannya Terhadap Tingkat Pendapatan Petani. *Jurnal*. Vol 5 (2) : 233-255.
- Hasyim, H. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi terhadap Pendapatan (Studi kasus: Desa Dolok Saribu Kecamatan Paguran Tapanuli Utara). *Jurnal Komunikasi*, 18 (1).

- Herman. 2022. Penggunaan dan Pemanfaatan Media Internet oleh Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) di Balai Pelaksana Penyuluh Pertanian (BP3) Kecamatan Gedong Tataan. *Skripsi*. Universitas Lampung. Lampung.
- Hermawansyah, H dan Pratama, R. 2021. *Analisis Profil dan Karakteristik Pengaruh Media Sosial di Indonesia dengan Metode EFA dan MCA*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Hernanda, Aditya Kusuma. 2021. Perbaikan Sistem Hydraulic pada unit Excavator Samsung SE 210 LC-2. *Tugas Akhir*.: Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Humaerah, dan Dwi. 2014. Analisis Pendapatan Usahatani Sayuran Di Kelompok Tani Jaya, Desa Ciaruteun Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor. *Jurnal Agribisnis*. Vol. 8, No. 1.
- Husein, Umar. 2004. Metode Penelitian untuk *Skripsi dan Tesis* Bisnis. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Indahsari, S. M., Batoa, H., dan Rela, I. Z. 2022. Analisis Pemanfaatan Media Sosial Facebook sebagai Sumber Informasi dalam Usahatani Komunitas Petani Hidroponik di Kota Kendari. *Jurnal Ilmiah Penyuluhan Dan Pengembangan Masyarakat*, 2(1), 34.
- Junawan, Hendra dan N, Laugu. 2020. Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram, Dan Whatsapp Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Jurnal Baitul Ulum*. Vol. 4, No. 1.
- Kadiman, K. 2006. *Penelitian Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi*. 2005-2025. Jakarta.
- Kaplan, A. dan Haenlein, M. 2010. *User of the world, unite! the challenge! and opportunities of social media*. Business Horizons. Prancis.
- Kartasapoetra. 1994. *Teknologi Penyuluhan Pertanian*. Bina Aksara. Jakarta.
- Kirana, A., Effendi, I., Silviyanti, S,. 2018. Peran Anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam Mewujudkan Desa Agrowisata Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*. Vol 6 No. (4).
- Kurniawan, H. 2016. Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Batik Solo "Inasinul". *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor (IPB)
- Listiana, I. 2018. Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kapasitas Penyuluh di Provinsi Lampung. *Doctoral dissertation*. IPB.

- Listiana, I., Rangga, K. K., Anggoroseto, P., dan Purwatiningsih, N. A. 2020. *Respons Petani Terhadap Penggunaan Combine Harvester pada Waktu Panen Padi Sawah Di Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung*. Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian, 23(3), 259–269. Lampung.
- Mahendra, Y. I., 2022. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran Tanaman Hias Bonsai pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Sidomulyo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim. *Jurnal*. XI-2 : 90-97.
- Manyamsari, I. 2014. Karakteristik Petani dan Hubungannya dengan Kompetensi Petani Lahan Sempit (Kasus: Di Desa Sinar Sari Kecamatan Dramaga Kab. Bogor Jawa Barat). *Agrisep Vol (15) No.2*
- Mardikanto, T. 1993. *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. Sebelas Maret University Press. Surakarta
- Mardikanto, T. dan Sutarni, S. 1982. *Pengantar Penyuluhan Pertanian*. Hapsara, Surakarta.
- Mattjik. 2010. *Budidaya Bunga Potong dan Tanaman Hias*. IPB Press, Bogor.
- Mulyandari, R. S. H. 2019. Kiat Sukses Budi Daya Bawang Putih. Bogor: Perpustakaan dan Penyebaran Teknologi Pertanian. 104 hlm.
- Mulyandari, R. S. H. 2011. Cyber Extension Sebagai Media Komunikasi dalam Pemberdayaan Petani Sayuran. *Disertasi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Nazia, F., dan Widyastuti, T. V. 2023. *Perlindungan Kekayaan Intelektual terhadap Produk Ekonomi Kreatif*. Penerbit NEM.
- Nugroho, B. S., Purnamasari, E., Prahara, T., & Ayuwardani, M. 2022. *Penerapan Strategi Kaizen Production dan Integrated Digital Marketing Untuk Meningkatkan Produktivitas dan Penjualan Tanaman Hias*. Surya Abdimas, 6(2), 361–370. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i2.1736>.
- Purbo, O, W. 2006. *Internet Wireless dan Hotspot*. Indonesia: Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Padmowihardjo S. 1994. *Psikologi Belajar Mengajar*. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Pitaloka, T. 2021. Eksplorasi dan Karakterisasi Morfologi Tanaman Kacang Koro di Kabupaten Solok Sumatera Barat. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Andalas.
- Prasetio, A. P., & Hariani, D. 2020. *Kewirausahaan: Teori dan praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Prasetyo, E., Nugroho, R. A., & Lestari, S. D. 2022. *Strategi komunikasi pemasaran digital untuk produk pertanian: Studi perilaku konsumen dalam e-commerce*. Yogyakarta.
- Pratama, R. A., dan Widyastuti, S. 2022. Pengaruh Penerimaan Pajak dan Tingkat Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Veteran Economics, Management, & Accounting*, 1(1), 104–120.
- Pratiwi, dan Ety. 2022. *Using Social Media to Improve The Students' English Ability*, *Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics*. (1).36-44.
- Purbo, O. W. 2007. *Hebat Jaringan Wireless di Dunia Berkembang*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Rahardja. mandala, dan Manurung. 2001. “*Teori Ekonomi Makro*”. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI. Jakarta.
- Rahman, A. 2022. *Pengaruh media digital dalam perilaku konsumen tanaman hias*. Jakarta.
- Randy dan Purnaningsih. 2020. Penggunaan Internet di Kalangan Petani Talas dalam Memperoleh Informasi Pertanian pada Kelompok Tani Saluyu, Situgede, Bogor. *Jurnal*. Vol 2 (5); 782787. IPB.
- Rohman, M. 2023. *Pemanfaatan media online dalam pemasaran tanaman hias: Dampak terhadap pengembangan bisnis dan jangkauan pasar*. Bandung.
- Safitri, E., dan Arif, E. 2021. Penggunaan media sosial dalam penyuluhan pertanian di Kecamatan Tiumang Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Niara*, 13(2), 92-101.
- Simarmata, T. R., dan Pahlevi, P. 2023. Analisis Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Penunjang Hasil Pertanian Pada Petani di Kabupaten Dairi. Arima: *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 21-29.
- Soekartawi.2019. *Analisis Usahatani*.:UI-Press. Jakarta.
- Soekartawi. 2005. *Agroindustri: Dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Sudarmanto. 2019. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Sudarmono, A. S. 1997. *Tanaman Hias Ruangan : Mengenal dan Merawat*. Kanisius. Yogyakarta.

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sumekar, W., Prasetyo, A. S., & Nadhila, F. I. 2021. Tingkat Kinerja Petugas Lapang Program Asuransi Usaha Ternak Sapi (AUTS) di Kecamatan Getasan. *Jurnal Agrinika : Jurnal Agroteknologi Dan Agribisnis*. 5(1), 10.
- Sumitro. 2018. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Pemanfaatan Media Informasi oleh Petani Salak di Desa Sumillan Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makasar. Sulawesi Selatan.
- Slamet, R. 2016. *Membangun Motivasi Kewirausahaan Mahasiswa Untuk Meningkatkan Kemandirian di Studenpreneur Academy Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Swastha. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. (edisi 2). Liberty-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Wijaya, C. Manurung, O. 2021. *Produktivitas Kerja*. Kencana. Jakarta.
- Wifalin, Michelle. 2016. *Efektivitas Instagram Common Ground, e-komunikasi*.
- Wulandari, M. N., Nurmayasari, I., Yanfika, H., & Silviyanti, S. (2023). The Faktor-Faktor dan Perilaku Petani dalam Pengelolaan Usahatani Padi Organik di Kabupaten Lampung Tengah. *Suluh Pembangunan : Journal of Extension and Development*, 5(2), 123–137.
<https://doi.org/10.23960/jsp.vol5.no2.2023.147>.
- Wulandari FR. 2007. *Dasar-Dasar Informasi*. Universitas Terbuka. Jakarta.