

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH WANITA TANI DALAM
KEGIATAN BERTANI *URBAN FARMING* DI KECAMATAN KEDATON
KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Haliman Akbar Hasiholan
2154211004



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH WANITA TANI DALAM KEGIATAN BERTANI *URBAN FARMING* DI KECAMATAN KEDATON KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Haliman Akbar Hasiholan

Penggunaan media sosial adalah sebuah proses atau aktivitas yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam menggunakan platform digital untuk tujuan berinteraksi, berbagi konten, berkomunikasi, berpartisipasi dalam percakapan, dan membangun hubungan sosial secara online tanpa dibatasi ruang dan waktu. Ukuran penggunaan media sosial terdiri dari frekuensi, durasi, dan atensi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial wanita tani dalam kegiatan bertani Urban Farming di Kecamatan Kedaton, faktor-faktor yang berhubungan dengan penggunaan media sosial. Penelitian dilaksanakan bulan Juni sampai Agustus 2025 di Kecamatan Kedaton. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Responden dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin, berjumlah 67 wanita tani yang masuk dalam KWT (Kelompok Wanita Tani). Pengambilan data dilakukan dengan teknik wawancara menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif kuantitatif dan analisis statistik Korelasi Rank Spearman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial wanita tani dalam kegiatan bertani Urban Farming di Kecamatan Kedaton yang meliputi frekuensi, durasi, dan atensi termasuk dalam kategori sedang dalam penggunaannya. Faktor-faktor yang berhubungan dengan penggunaan media sosial wanita tani dalam kegiatan bertani Urban Farming adalah motif kebutuhan dan kepuasan.

Kata Kunci : *Urban Farming*, Media Sosial, dan Wanita Tani

ABSTRACT

THE USE OF SOCIAL MEDIA BY WOMEN FARMERS IN URBAN FARMING ACTIVITIES IN KEDATON DISTRICT BANDAR LAMPUNG CITY

By

Haliman Akbar Hasiholan

Social media use is a process or activity undertaken by individuals or groups using digital platforms to interact, share content, communicate, participate in conversations, and build social relationships online without being limited by time and space. Measures of social media use include frequency, duration, and attention. This study aims to determine the social media use of female farmers in urban farming activities in Kedaton District, and the factors associated with social media use. The study was conducted from June to August 2025 in Kedaton District. The research method used was a survey. Respondents in this study were determined using the Slovin formula and consisted of 67 female farmers who were members of the Women Farmers Group (KWT). Data collection was conducted using interviews and questionnaires. This study employed descriptive quantitative statistical analysis and Spearman Rank Correlation. The research results show that female farmers' social media use in urban farming activities in Kedaton District, including frequency, duration, and attention, falls into the moderate category. Factors associated with female farmers' social media use in urban farming activities are needs and satisfaction.

Keywords : *Urban Farming, Social Media, and Women Farmer*

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH WANITA TANI DALAM
KEGIATAN BERTANI *URBAN FARMING* DI KECAMATAN KEDATON
KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Haliman Akbar Hasiholan

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi : **PENGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH WANITA TANI DALAM KEGIATAN BERTANI *URBAN FARMING* DI KECAMATANA KEDATON KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa Nomor : **Haliman Akbar Hasiholan**

Pokok Mahasiswa : 2154211004

Jurusan/Program Studi : Agribisnis / Penyuluhan Pertanian

Fakultas : Pertanian

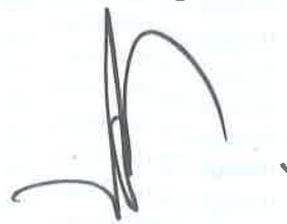


1. Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Dame Trully Gultom, M.Si.
NIP 196206021987032002


Dr. Helvi Yanfika, S.P., M.E.P.
NIP 198101102008122001

2. Ketua Jurusan Agribisnis



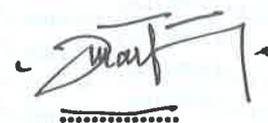
Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 196910031994031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

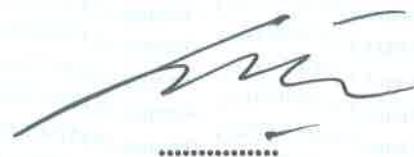
Ketua

:Dr. Ir. Dame Trully Gultom, M.Si.



Anggota

:Dr. Helvi Yanfika, S.P., M.E.P.



**Penguji Bukan
Pembimbing**

:Dr. Ir. Sumaryo, M.Si.



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP 196411181989021002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 02 Desember 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :Haliman Akbar Hasiholan
NPM :2154211004
Program Studi :Penyuluhan Pertanian
Jurusan :Agribisnis
Fakultas :Pertanian
Alamat :Perum Mekar Asri II, Blok H3/7, Kelurahan Mekar Bakti,
Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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 disebut dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 02 Desember 2025

Penulis



Haliman Akbar Hasiholan
2154211004

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang pada 15 Desember 2002. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Nasron Simatupang dan Ibu Nurleni Manik. Penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar di SD Negeri Mekar Bakti 1 pada tahun 2015.

Sekolah Menengah Pertama diselesaikan di SMPN 1 Cikupa pada tahun 2018. Sekolah Menengah Atas di SMAN 4 Kabupaten Tangerang diselesaikan pada tahun 2021. Penulis diterima pada Program Studi Penyuluhan Pertanian, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2021 melalui jalur Seleksi Mandiri Masuk Perguruan Tinggi Negeri wilayah Barat (SMMPTN-Barat).

Penulis mengikuti kegiatan *homestay* (Praktik Pengenalan Pertanian) di Desa Mekar Jaya Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang pada tahun 2022.

Penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Gedung Harapan Kecamatan Negeri Agung Kabupaten Way Kanan selama 40 hari pada bulan Januari sampai Februari pada tahun 2024. Penulis melakukan kegiatan Praktik Umum (PU) selama 30 hari di Badan Perakitan dan Modernisasi Pertanian (BRMP) di Provinsi Lampung tahun 2024.

Penulis juga menjadi mahasiswa aktif didalam perkuliahan. Penulis pernah mengikuti mahasiswa prestasi secara lingkup Jurusan Agribisnis. Penulis pernah menjadi asisten dosen mata kuliah Pendidikan Orang Dewasa semester genap tahun ajaran 2022/2023, mata kuliah Dasar-Dasar Komunikasi Pertanian semester genap tahun ajaran 2023/2024, mata kuliah Statistika Dasar semester genap tahun ajaran 2024/2025, dan mata kuliah Komunikasi Bisnis semester genap tahun

ajaran 2024/2025. Penulis juga aktif mengikuti berbagai organisasi yaitu Himaseperta (Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis) dan Kopma (Koperasi Mahasiswa) di Universitas Lampung.

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini sebagai wujud bakti serta tanggung jawab

**Kepada :
Haliman Akbar Hasiholan**

**Kedua Orang Tua,
Bapak Nasron Simatupang dan Ibu Nurleni Manik yang selama ini
selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa disetiap helaan nafas
Penulis.**

**Kakak
Nani Mutiara Ningsih**

Keluarga besar, sahabat, dan teman-teman Penulis.

**Almamater Tercinta
Universitas Lampung**

MOTTO

“Bahenma dirimu songon laut na luas, manang songon dia pe masalah na ro tungolumu, jalo ma dohot roha na serep dohot iman na gogo.”
”Buatlah dirimu seperti laut yang luas, walaupun seperti apa masalah yang datang ke hidupmu, kamu harus terima dengan hati yang sabar dan iman yang kuat.”

“Nikmati setiap detik hidupmu, karena waktu adalah aset terbesar.”
-Haliman Akbar Hasiholan

“Terkadang untuk sesekali kita harus berbangga diri, karena sudah mampu melewati hal-hal di luar ekspektasi”
-Lisantera

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah rabbi 'alamin. Puji Syukur kehadiran Allah SWT karena atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Penggunaan Media Sosial Oleh Wanita Tani Dalam Kegiatan Bertani *Urban Farming* Di Kecamatan Kedaton”**. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus 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. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
4. Dr. Indah Listiana, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Penyuluhan Pertanian Universitas Lampung
5. Dr. Ir. Dame Trully Gultom, M.Si., selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan ilmu, ketulusan hati, kesabaran, bimbingan, dukungan, arahan, semangat, saran dan semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dalam menjalankan perkuliahan hingga penyelesaian tugas skripsi.
6. Dr. Helvi Yanfika, S.P., M.E.P., selaku Dosen Pembimbing kedua dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, arahan, saran, semangat dan semua kebaikan yang telah diberikan kepada Penulis dalam menjalankan perkuliahan hingga penyelesaian tugas skripsi.

7. Dr. Ir. Sumaryo, M.Si., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, arahan, saran, nasihat dan semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dalam menjalankan perkuliahan hingga penyelesaian tugas skripsi.
8. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu, nasihat, dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
9. Mba Lucky, Mba Iin, Pak Bukhori dan Mas Iwan yang selalu membantu Penulis menyelesaikan segala bentuk administrasi kampus dan memudahkan Penulis untuk mencari referensi buku di ruang baca.
10. Mba Mutia Agustina selaku Penyuluh Pertanian Lapangan di Kecamatan Kedaton yang telah menjembatani kepada wanita tani dan sebagai sumber informasi dalam mendukung proses penelitian.
11. Kelompok Wanita Tani Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung yang telah meluangkan waktu dan membantu memberikan informasi kepada Penulis selama turun lapang hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
12. Teristimewa kedua orang tua tercinta, Bapak Nasron Simatupang dan Ibu Nurleni Manik yang tiada hentinya selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, perhatian, semangat dan materi kepada Penulis. Betapa bangga dan bersyukur memiliki kedua orang tua yang sangat hebat dan luar biasa yang dengan kesabarannya membesarkan, menyayangi, mendidik dan selalu menjadi pendengar yang baik serta tempat pulang ternyaman untuk Penulis.
13. Kakak tersayang Nani Mutiara Ningsih Simatupang yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, doa, semangat, dukungan, perhatian, materi dan menjadi pendengar yang baik untuk penulis.
14. Keluarga besar kedua orang tua yang senantiasa memberikan kasih sayang, semangat, doa dan dukungan tiada henti kepada Penulis.
15. Sahabat dari Tangerang Aryo, Anazia, Rivaldy, Nasywa, Fadila, Gracia, Arum, Liona, yang selalu memberikan semangat dan menjadi pendengar yang baik tempat berkeluh kesah bagi Penulis.

16. Sahabat-sahabat KKN (Gedung Harapan) Tara, Emil, Finka, Bulan, Yunia, Jessica, Bu Titin, Bu Sri, serta Pak Trimo beserta keluarga yang sampai saat ini selalu menanyakan progres skripsi, memberikan dukungan dan doa tiada henti. Terima kasih sudah mengajarkan arti kebersamaan dalam ikatan kekeluargaan, karena tanpa kalian KKN Penulis tidak akan berwarna.
17. Sahabat sekaligus teman seperjuangan sejak awal perkuliahan Adinda, Era, Regita, Stefany, Adil, Nanda, Simon, Ardi, Sakila, Intan, Wafieq, Fifin, yang telah kebersamai penulis sejak masa PKKMB hingga saat ini. Penulis ucapkan terima kasih sudah banyak membantu, meluangkan tenaga, pikiran, dan materi kepada penulis. Menjadi mahasiswa Universitas Lampung tidak akan menyenangkan dan seseru ini tanpa kalian semua.
18. Sahabat seperbimbingan skripsi Reni, Deka, Amanda, Putra, Akmal yang telah bersama-sama dalam menulis skripsi dan saling menguatkan satu sama lain.
19. Sahabat pena Pelitha Simanjuntak yang berada di Universitas Malikussaleh yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada Penulis dalam menyusun Skripsi.
20. Teman-teman seperjuangan kelas PPN B 2021 yang tidak bisa Penulis sebutkan satu-satu yang telah memberikan informasi, bantuan dan masukan selama menjalankan perkuliahan.
21. Teman-teman seperjuangan Jurusan Agribisnis angkatan 2021 yang tidak bisa Penulis sebutkan satu-satu yang telah memberikan informasi, bantuan dan masukan selama menjalankan perkuliahan.
22. Adik kelas angkatan 2022 dan 2023 yang tidak bisa Penulis sebutkan satu-satu yang telah memberikan informasi, semangat, dan dukungan kepada Penulis dalam menyelesaikan skripsi.
23. Almamater tercinta dan seluruh pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu Penulis dalam menyusun skripsi ini.
24. Terakhir, terima kasih banyak kepada diri sendiri, Haliman Akbar Hasiholan. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, tetap memilih berusaha, mengendalikan, dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, tapi selalu mencoba

dan mengusahakan. Terima kasih tidak menyerah sesulit apapun prosesnya karena keberanianmu melawan rasa takut dan keyakinanmu bahwa pasti bisa, ini merupakan pencapaian yang patut diapresiasi untuk diri kita sendiri. Maafkan semua yang lalu, ampuni hati kecilmu. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Haliman. Semua akan baik-baik saja.

Akhir kata, semoga Allah senantiasa membalas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, namun semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bandar Lampung, 02 Desember 2025

Penulis

Haliman Akbar Hasiholan

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Konsep <i>Urban Farming</i>	6
2.1.2 <i>Uses and Gratification Theory</i>	7
2.1.3 Media Sosial	10
2.1.4 Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Penggunaan Media Sosial	14
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Hipotesis	28
III. METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Konsep Dasar dan Definisi Operasional	29
3.1.1 Variabel Independen (Variabel X).....	29
3.1.2 Penggunaan Media Sosial (Variabel Y).....	29
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3 Populasi dan Teknik Penentuan Sampel	31
3.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	33
3.5 Metode Analisis Data.....	34
3.6 Uji Validitas	35
3.7 Uji Reliabilitas	38
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Lokasi Kota Bandar Lampung.....	41
4.1.1 Kondisi Geografis.....	41
4.1.2 Kondisi Topografi	42
4.1.3 Kondisi Demografi	43

4.2	Gambaran Umum Kecamatan Kedaton.....	44
4.2.1	Kondisi Geografis.....	44
4.2.2	Kondisi Topografi	45
4.2.3	Kondisi Demografi	45
4.3	Gambaran Umum Kelompok Wanita Tani.....	46
4.4	Karakteristik Responden	52
4.5	Motif Kebutuhan (X1).....	54
4.6	Kepuasan (X2).....	63
4.7	Penggunaan Media Sosial (Y).....	71
4.8	Kendala Wanita Tani Dalam Menggunakan Media Sosial	77
4.9	Media Sosial Wanita Tani	80
4.10	Pengujian Hipotesis	83
4.11	Pendapatan Kelompok Wanita Tani.....	87
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Saran.....	99
	DAFTAR PUSTAKA	100
	LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Luas penggunaan lahan pertanian per-kabupaten/kota di Provinsi.....	2
2. Penelitian terdahulu.....	20
3. Definisi operasional variabel independen (X).....	29
4. Definisi operasional penggunaan media sosial (Y).....	31
5. Jumlah populasi dan sampel penelitian.....	32
6. Uji validitas motif kebutuhan.....	36
7. Uji validitas kepuasan	37
8. Uji validitas penggunaan media sosial.....	38
9. Uji reliabilitas motif kebutuhan	39
10. Uji reliabilitas kepuasan.....	39
11. Uji reabilitas penggunaan media sosial.....	40
12. Sebaran responden berdasarkan umur.....	52
13. Sebaran responden berdasarkan pendidikan formal.....	53
14. Sebaran responden berdasarkan kebutuhan kognitif.....	54
15. Sebaran responden berdasarkan kebutuhan afektif.....	55
16. Sebaran responden berdasarkan kebutuhan integrasi personal	57
17. Sebaran responden berdasarkan kebutuhan integrasi sosial.....	58
18. Sebaran responden berdasarkan kebutuhan pelepasan ketegangan	60
19. Rekapitulasi variabel motif kebutuhan.....	62
20. Sebaran responden berdasarkan <i>content</i> atau isi.....	64
21. Sebaran responden berdasarkan <i>accuracy</i> atau keakuratan	65
22. Sebaran responden berdasarkan format atau bentuk	66
23. Sebaran berdasarkan <i>ease of use</i> atau kemudahan penggunaan.....	67
24. Sebaran responden berdasarkan <i>timeliness</i> atau ketepatan waktu	69
25. Rekapitulasi variabel kepuasan	70
26. Sebaran responden berdasarkan frekuensi	72
27. Sebaran responden berdasarkan durasi	73

28. Sebaran responden berdasarkan atensi.....	75
29. Rekapitulasi variabel penggunaan media sosial.....	76
30. Kendala wanita tani dalam menggunakan media sosial.....	77
31. Media sosial yang digunakan wanita tani	80
32. Uji korelasi <i>Rank Spearman</i> variabel X dan variabel Y	83
33. Pendapatan kelompok wanita tani.....	88
34. Identitas responden.....	107
35. Skor variabel motif kebutuhan (X1)	110
36. Skor variabel kepuasan (X2).....	113
37. Skor variabel penggunaan media sosial (Y).....	116
38. Pendapatan kelompok wanita tani.....	119
39. Uji validitas kebutuhan kognitif pada motif kebutuhan.....	121
40. Uji validitas kebutuhan afektif pada motif kebutuhan	122
41. Uji validitas kebutuhan integrasi personal pada motif kebutuhan	123
42. Uji validitas kebutuhan integrasi sosial pada motif kebutuhan.....	124
43. Uji validitas kebutuhan pelepasan ketegangan pada motif kebutuhan.....	125
44. Uji validitas <i>content</i> atau isi pada kepuasan	126
45. Uji validitas <i>accuracy</i> atau keakuratan pada kepuasan.....	127
46. Uji validitas format atau bentuk pada kepuasan	128
47. Uji validitas <i>ease of use</i> atau kemudahan penggunaan pada kepuasan.....	129
48. Uji validitas <i>timeliness</i> atau ketepatan waktu pada kepuasan.....	130
49. Uji validitas frekuensi pada penggunaan media sosial	131
50. Uji validitas durasi pada penggunaan media sosial.....	132
51. Uji validitas atensi pada penggunaan media sosial	133
52. Uji reliabilitas kebutuhan kognitif pada motif kebutuhan	134
53. Uji reliabilitas kebutuhan afektif pada motif kebutuhan.....	134
54. Uji reliabilitas kebutuhan integrasi personal pada motif kebutuhan.....	134
55. Uji reliabilitas kebutuhan integrasi sosial pada motif kebutuhan	134
56. Uji reliabilitas kebutuhan pelepasan ketegangan pada motif kebutuhan ...	134
57. Uji reliabilitas <i>content</i> atau isi pada kepuasan	135
58. Uji reliabilitas <i>accuracy</i> atau keakuratan pada kepuasan	135
59. Uji reliabilitas format atau bentuk pada kepuasan	135
60. Uji reliabilitas <i>ease of use</i> atau kemudahan penggunaan pada kepuasan ..	135
61. Uji reliabilitas <i>timeliness</i> atau ketepatan waktu pada kepuasan.....	135
62. Uji reliabilitas frekuensi pada penggunaan media sosial	136
63. Uji reliabilitas durasi pada penggunaan media sosial	136

64. Uji reliabilitas atensi pada penggunaan media sosial.....	136
65. Hasil uji <i>Rank Spearman</i> motif kebutuhan dengan penggunaan media sosial	136
66. Hasil uji <i>Rank Spearman</i> kepuasan dengan penggunaan media sosial	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka berpikir penggunaan media sosial oleh wanita tani dalam kegiatan bertani <i>Urban Farming</i> di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.....	27
2. Peta administrasi Kota Bandar Lampung.....	42
3. KWT Sedap Malam.....	138
4. KWT Melati Jaya 10	138
5. KWT Mandiri Sejahtera.....	138
6. KWT Gang Hijau	138
7. KWT Fortuna	139
8. KWT Anggrek Macan.....	139
9. KWT Srikandi	139
10. KWT Delima.....	139
11. KWT Bungsu Cantik.....	140

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi yang ada di negara Indonesia. Provinsi Lampung sendiri terletak di Pulau Sumatera dan berada di ujung Pulau Sumatera. Salah satu sektor yang berperan di Provinsi Lampung yaitu sektor pertanian. Pertanian adalah kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, sumber energi, dan mengelola lingkungan hidupnya. Potensi pertanian di Provinsi Lampung sangat besar dan beragam, hal tersebut ditandai dengan beragamnya komoditas pertanian yang tumbuh dan berkembang di Provinsi Lampung. Komoditas pertanian yang ada di Provinsi Lampung antara lain kopi, karet, tembakau, kakao, lada, dan kelapa sawit.

Kegiatan pertanian di Provinsi Lampung bisa dilakukan di daerah yang ada di Provinsi Lampung. Salah satu kota yang ada di Provinsi Lampung yaitu Kota Bandar Lampung. Kota Bandar Lampung merupakan Ibukota Provinsi Lampung. Masalah pertanian yang ada di Kota Bandar Lampung yaitu terbatasnya ruang terbuka hijau di dalam permukiman dan penggunaan lahan pertanian yang sangat minim. Masalah pertanian tersebut tentu saja mengganggu terhadap kegiatan pertanian yang ada di Kota Bandar Lampung dan tentunya potensi pertanian di Kota Bandar Lampung berkurang dikarenakan dari masalah tersebut. Luas penggunaan lahan per-Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas penggunaan lahan pertanian per-kabupaten/kota di Provinsi Lampung tahun 2024

No	Kabupaten/Kota	Luas Penggunaan Lahan (ha)
1	Lampung Barat	13.443
2	Tanggamus	23.080
3	Lampung Selatan	45.634
4	Lampung Timur	63.421
5	Lampung Tengah	82.245
6	Lampung Utara	19.292
7	Way Kanan	22.975
8	Tulang Bawang	51.722
9	Pesawaran	15.855
10	Pringsewu	13.678
11	Mesuji	32.164
12	Tulang Bawang Barat	12.178
13	Pesisir Barat	8.778
14	Bandar Lampung	922
15	Metro	2.984

Sumber : Dinas KPTPH Provinsi Lampung, 2025

Tabel 1 menunjukkan bahwa penggunaan lahan pertanian di Kota Bandar Lampung menempati urutan terkecil. Sejalan dengan penelitian Utoyo (2012), Kota Bandar Lampung masih terdapat kondisi lahan *absentia* atau yang bisa dikonotasikan sebagai lahan tidur. Kondisi ini menjadikan pemanfaatan lahan menjadi kurang optimal. Untuk mengatasi penggunaan lahan pertanian yang minim tersebut, dapat dilakukan dengan pemanfaatan pekarangan dengan sistem *Urban Farming*.

Konsep *Urban Farming* adalah satu konsep yang dapat dikembangkan di Kota Bandar Lampung dalam upaya sebagai solusi atas masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya. Pengembangan pertanian perkotaan (*Urban Farming*) sudah menjadi tren hidup sehat bagi masyarakat perkotaan, hal ini merupakan salah satu usaha memenuhi kebutuhan bahan pangan bagi masyarakat kota (Sastro, 2016). *Urban Farming* adalah konsep berkebun yang memanfaatkan ruang di rumah atau pemukiman. Area pekarangan rumah dimanfaatkan untuk pertanian (Hardika, 2024).

Solusi untuk mengatasi keterbatasan lahan dan kebutuhan masyarakat akan sayur, dapat dilakukan dengan pemanfaatan lahan pekarangan dengan cara hidroponik dan vertikultur.dengan sistem *Urban Farming*. Keberhasilan kegiatan bertani *Urban Farming* ditentukan oleh adanya faktor pemanfaatan yaitu dengan penggunaan media sosial. Dukungan tersebut meliputi media sosial sebagai media pemberi informasi dan pengetahuan dalam menjalankan kegiatan ini dan media sosial sebagai sarana pemasaran hasil-hasil dari kegiatan yang sudah dijalankan. Kemampuan manusia dalam perkembangan teknologi informasi menjadi hal yang menentukan tingkat keberhasilan dari pembangunan pertanian yang ada (Gultom, Listiana, dan Yanfika, 2023).

Media sosial adalah sebuah media *online*, dimana para penggunanya bisa dengan mudah memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya (Yusuf, 2023). Media sosial adalah *platform* digital yang memfasilitasi pengguna untuk terhubung, berinteraksi, dan berbagi konten dengan orang lain. Media sosial yang umum digunakan seperti *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, *google*, dan *youtube*. Media sosial cukup memainkan peran penting pada penyebaran informasi tentang *Urban Farming*, dikarenakan fungsi media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian Rahmawati (2022), bahwa kegiatan *Urban Farming* berhasil karena dukungan penggunaan dari media sosial. Dukungan tersebut meliputi media sosial sebagai media pemberi informasi dan pengetahuan dalam menjalankan program ini dan media sosial sebagai sarana pemasaran hasil-hasil dari kegiatan yang sudah dijalankan.

Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung merupakan salah satu kecamatan dimana wanita tani melaksanakan *Urban Farming*. Kegiatan bertani *Urban Farming* dikhususkan untuk wanita tani, karena pada prinsipnya wanita tani memiliki peranan penting dalam kegiatan ini. Wanita tani atau Kelompok Wanita Tani (KWT) adalah suatu kelompok masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan skill warga belajar. Kegiatan *Urban Farming* menggunakan media sosial untuk sebagai alat komunikasi dan untuk mencari pengetahuan.

Sejalan juga dengan penelitian Supratman (2018) menjelaskan bahwa seseorang menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi secara virtual, mengeksplorasi hobi, memperoleh hiburan, menunjang tugas, melakukan pembelajaran daring, serta pengadopsian gaya hidup. Kelebihan lain yang mampu diperoleh dari media sosial belum semua digunakan dan diketahui oleh wanita tani yang lainnya di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung. Berdasarkan masalah tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Penggunaan Media Sosial Oleh Wanita Tani Dalam Kegiatan Bertani *Urban Farming* Di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah yang akan diteliti:

1. Bagaimana penggunaan media sosial oleh wanita tani dalam kegiatan bertani *Urban Farming* di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung ?
2. Apa saja faktor-faktor yang berhubungan dengan penggunaan media sosial oleh wanita tani dalam kegiatan bertani *Urban Farming* di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung ?
3. Bagaimana kendala yang dihadapi wanita tani dalam menggunakan media sosial dalam kegiatan bertani *Urban Farming* di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui penggunaan media sosial oleh wanita tani dalam kegiatan bertani *Urban Faming* di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.
2. Menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan penggunaan media sosial oleh wanita tani dalam kegiatan bertani *Urban Farming* di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.

3. Mengetahui kendala yang dihadapi wanita tani dalam menggunakan media sosial dalam kegiatan bertani *Urban Faming* di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini:

1. Peneliti, sebagai salah satu bagian dari proses belajar untuk meningkatkan kualitas dan kapabilitas peneliti.
2. Petani, sebagai sumber informasi tentang penggunaan media sosial untuk mendapatkan informasi pertanian yang lebih luas.
3. Dinas Pertanian Kota Bandar Lampung, sebagai informasi tambahan dalam penggunaan media sosial dalam kegiatan bertani *Urban Farming*.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Konsep *Urban Farming*

Menurut Rahman (2018), *urban* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berarti berkenaan dengan kota atau bersifat kekotaan atau orang yang berpindah dari desa ke kota. Sedangkan *farming* atau pertanian juga masih dalam KBBI merupakan segala yang berkaitan perihal bertani (mengusahakan tanah dengan tanam-menanam), atau segala yang bertalian dengan tanam-menanam (pengusahaan tanah dan sebagainya). *Urban Farming* merupakan salah satu perwujudan dari konsep pembangunan perkotaan berkelanjutan yaitu menjadikan kota tidak hanya sebagai penyedia pangan bagi warganya secara berkelanjutan untuk ketahanan pangan tetap juga mempertimbangkan aspek sosial ekonomi melalui peningkatan pendapatan masyarakat.

Konsep *Urban Farming* hadir dan menawarkan solusi dengan menciptakan dan mengelola lahan terbuka di tengah padatnya bangunan dan permukiman perkotaan yang tidak dimanfaatkan menjadi lahan yang produktif sehingga dapat memberikan nilai tambah pada perekonomian kota (Rahmawati dkk., 2025). Metode *Urban Farming* yang dilaksanakan di permukiman Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung adalah hidroponik dan vertikultur. Vertikultur merupakan salah satu upaya mensiasati keterbatasan lahan, terutama dalam rumah tangga. Metode ini sangat sesuai untuk sayuran seperti bayam, kangkung, sawi, selada, dan daun sayuran.

Hidroponik adalah metode bercocok tanam yang menggunakan air sebagai media tanam pengganti tanah. Tanaman tumbuh dan menyerap nutrisi yang terlarut dalam air, tanpa menggunakan tanah sebagai media tumbuh. Metode ini sangat sesuai untuk sayuran seperti bayam, kangkung, kucai, sawi, selada, seledri, dan daun sayuran lainnya. Manfaat metode ini yaitu dapat menghemat penggunaan air dan lahan, serta memungkinkan kontrol yang lebih baik terhadap nutrisi langsung dari air.

Target yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah terlaksananya konsep *Urban Farming* di pemukiman padat dengan sasaran warga masyarakat terutama kaum wanita yang tergabung di kelompok wanita tani di Kota Bandar Lampung. *Urban Farming* memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Mengisi lahan-lahan kosong yang tidak produktif sehingga bisa memberikan nilai tambah pada perekonomian kota.
2. Meningkatkan citra positif publik, khususnya dalam relasi antar masyarakat perkotaan.
3. Meningkatkan lahan hijau dalam wilayah kota.
4. Memberikan kesempatan bagi rumah tangga yang berpenghasilan.

(Dinas Pertanian Kota Bandar Lampung, 2024)

2.1.2 *Uses and Gratification Theory*

Uses and Gratifications Theory untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Hebert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam buku *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Awal dekade 1940-an dan 1950-an para pakar telah meneliti alasan mengapa khalayak terlibat dalam berbagai jenis perilaku komunikasi (Fajrie, 2013). Lahirnya teori ini juga merupakan kritik terhadap teori peluru atau teori jarum hipodermik dari Willbur Schramm, dalam teori peluru ini dikatakan bahwa media

sangat kreatif dan *powerfull*, sedangkan audiens pasif. Sehingga media akan mudah mengenai dan menembus sasaran.

Uses and Gratifications Theory ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi di dalam melihat media. Artinya, manusia itu punya otonomi, wewenang untuk memperlakukan media.

Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Konsumen media mempunyai kebebasan mereka menggunakan media tersebut (Itqiya, 2024).

Uses and Gratification Theory adalah teori komunikasi yang menekankan pada peran aktif pengguna media dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Teori ini berfokus pada apa yang dilakukan orang dengan media, bukan apa yang media lakukan pada orang. Faktor-faktor yang mempengaruhi teori ini sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan Motif Individu

Setiap individu memiliki kebutuhan dan motif yang berbeda-beda dalam menggunakan media. Kebutuhan ini bisa berupa kebutuhan informasi, hiburan, sosial, atau aktualisasi diri. Motif ini mendorong individu untuk mencari media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

2. Harapan dan Keyakinan

Individu memiliki harapan dan keyakinan tentang apa yang dapat mereka peroleh dari media. Harapan ini didasarkan pada pengalaman masa lalu, informasi dari orang lain, atau citra media itu sendiri. Keyakinan tentang media mempengaruhi pilihan individu dalam menggunakan media.

3. Sikap

Sikap individu terhadap media juga mempengaruhi pilihan mereka. Individu cenderung memilih media yang sesuai dengan sikap mereka.

4. Pengalaman Pribadi

Pengalaman pribadi individu dengan media dapat mempengaruhi preferensi mereka. Pengalaman yang positif dapat mendorong individu untuk terus menggunakan media tersebut, sementara pengalaman negatif dapat membuat mereka menjauhi media.

5. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, dan kelompok masyarakat, juga dapat mempengaruhi pilihan media individu. Individu seringkali mengikuti apa yang orang lain gunakan.

6. Ketersediaan Media

Ketersediaan media juga merupakan faktor penting dalam teori *Uses and Gratification*. Individu hanya dapat memilih media yang tersedia bagi mereka.

7. Karakteristik Media

Karakteristik media, seperti jenis konten, format, dan *platform*, juga mempengaruhi pilihan individu. Individu cenderung memilih media yang sesuai dengan preferensi mereka.

Uses and Gratification Theory merupakan suatu teori yang mengukur tingkat kepuasan penggunaan media. Teori ini menyatakan audiens secara aktif dapat memilih media yang berguna (*uses*) untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) sesuai dengan yang diinginkan. Terdapat tiga komponen atau jenis dalam penggunaan *Uses and Gratification Theory*, yaitu:

1. Kognitif

Kebutuhan yang berkaitan dengan perolehan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan dan alam seperti penggunaan internet dalam mencari informasi.

2. Afektif

Kebutuhan yang berkaitan dengan perolehan pengalaman yang menyenangkan, estetis dan dapat memenuhi kebutuhan emosional.

3. Sosial

Kebutuhan yang berkaitan dengan interaksi dan komunikasi bersama keluarga, teman dan dunia dengan memanfaatkan sosial media (Isnaini, 2023).

2.1.3 Media Sosial

Penggunaan memiliki kata dasar yaitu “guna” yang berarti pakai. Penggunaan adalah proses, cara, atau perbuatan memakai sesuatu. Secara umum, penggunaan merujuk kepada tindakan atau proses memanfaatkan sesuatu. Salah satu teori penggunaan yaitu teori keputusan penggunaan yang ada didalam penelitian (Muharam dan Soliha, 2017). Teori tersebut mennyebutkan keputusan penggunaan adalah pemilihan dua atau lebih pilihan keputusan menggunakan, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Teori tersebut menyatakan bahwa indikator yang dapat mengukur keputusan penggunaan adalah:

1. Pemilihan produk, konsumen bisa menentukan keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa maupun memakai uangnya untuk keperluan lainnya.
2. Pemilihan merek, yaitu konsumen harus mampu menentukan merek apa yang hendak dibelinya.
3. Pemilihan penyalur, yaitu konsumen harus bisa menetapkan penyedia jasa yang hendak didatanginya.
4. Waktu pembelian, yaitu keputusan konsumen dalam menentukan kapan akan dilakukan pembelian.
5. Jumlah pembelian, yaitu keputusan konsumen mengenai jumlah barang atau jasa yang hendak dibelinya.

Media sosial dapat digunakan untuk memperoleh informasi terkait pengembangan *Urban Farming* dari pemilihan bibit sampai pengolahan lahan sempit. Masyarakat juga dapat mendapatkan informasi seputar pelaku usaha hasil pertanian untuk mendapatkan

penunjang lahan pertaniannya hingga memasarkan hasil panen. Kegiatan memperoleh informasi seputar pertanian dari media sosial disebut dengan *cyber extension*. *Cyber extension* adalah salah satu inovasi pengembangan jaringan komunikasi informasi pertanian yang secara efektif diprogramkan dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi dalam penyuluhan pertanian. Mekanisme ini diharapkan dapat meningkatkan keberdayaan petani melalui penyediaan informasi yang relevan dan mendukung usaha tani untuk meningkatkan produktivitasnya (Harun, 2023).

Media sosial tersusun dari dua kata, yakni “medial dan sosial”
Medial diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata sosial diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial. (Hasan, 2020). Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial ialah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual (Oktaviani, 2019).

Zaman digital saat ini terdapat banyak jenis *platform* media sosial yang telah berkembang. *Platform* media sosial tersebut dapat dibedakan berdasarkan jenis-jenisnya. Sutomo (2019) mengklasifikasikan media sosial sebagai berikut:

1. Proyek Kolaborasi (*Collaborative Projects*)

Platform yang memungkinkan pengguna berkolaborasi dalam pembuatan konten, seperti Wikipedia.

2. Blog dan Mikroblog (*Blogs and Microblogs*)
Platform untuk menerbitkan konten tertulis, seperti *WordPress* dan *Twitter*.
3. Konten (*Content Communities*)
Platform untuk berbagi konten media, seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *TikTok*.
4. Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Sites*):
Platform untuk membangun koneksi sosial, seperti *Facebook*, *LinkedIn*, dan *WhatsApp*.

Menurut Sari (2024), menyatakan bahwa media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

1. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan memanfaatkan internet dan teknologi web.
2. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience* (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audience* (*many to many*).
3. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Menurut Harun (2023), terpaan media sosial dapat diukur melalui 3 hal:

1. Frekuensi, yang mengacu pada seberapa sering seseorang menggunakan media. Ini mencerminkan jumlah atau jumlah kali individu terlibat dalam penggunaan media dalam periode waktu.
2. Durasi, mengacu pada lamanya waktu yang dihabiskan seseorang dalam penggunaan media. Ini mencerminkan berapa lama seseorang terlibat dalam aktivitas media dalam satu sesi atau secara keseluruhan. Durasi dapat diukur dalam jam, menit, atau detik.

3. Atensi, mengacu pada tingkat fokus atau konsentrasi yang diberikan seseorang pada penggunaan media. Ini mencerminkan sejauh mana seseorang terlibat secara kognitif dan emosional dalam aktivitas media yang sedang dilakukan. Tingkat atensi dapat bervariasi dari rendah hingga tinggi.

Dalam skripsi Arsyilla (2024), menyatakan bahwa ada berbagai keuntungan dari penggunaan media sosial, yaitu:

1. Mendapatkan Informasi

Media sosial menjadi sumber informasi yang melibatkan berbagai topik seperti pemberitahuan mengenai pekerjaan, potensi mendapatkan beasiswa, dan berbagai topik lainnya yang sedang menjadi pembicaraan atau yang sering disebut sebagai konten viral.

2. Menjaga Silaturahmi

Melalui keberadaan media sosial, para pengguna memiliki kemampuan untuk berkomunikasi meskipun berada pada jarak yang jauh. Meski terpisah oleh jarak, akses ke media sosial memungkinkan orang untuk tetap menjalin komunikasi dan berinteraksi dengan orang lain, baik itu bertemu dengan orang baru, berkomunikasi dengan kerabat, keluarga, atau rekan lama, menjadi salah satu manfaat silaturahmi melalui media sosial.

3. *Branding*

Branding dalam pengertian umum suatu kumpulan kegiatan komunikasi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan supaya merek yang mereka kenalkan dapat dikenal dan memiliki nilai sendiri di benak konsumen atau calon pembeli. Untuk perkembangan saat ini, *branding* yang dilakukan tidak hanya oleh perusahaan saja, akan tetapi meluas pada tingkat personal atau yang sering dikenal dengan sebutan personal *branding*. Media disini memberikan keuntungan, karena media menjangkau audiens yang lebih luas.

2.1.4 Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Penggunaan Media Sosial

Faktor-faktor yang berhubungan dengan penggunaan media sosial diantaranya:

1. Motif Kebutuhan

1) Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan yang berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan kepada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Hal ini memang benar bahwa orang menurut pandangan psikologi kognitif memiliki kecenderungan untuk mengerti dan menguasai lingkungannya. Disamping itu, kebutuhan ini juga dapat memberikan kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang. Dalam penelitian (Prihatiningsih, 2017) kebutuhan kognitif berhubungan dengan penggunaan media sosial karena mereka menggunakan media sosial untuk mendapatkan suatu informasi dan pengetahuan.

2) Kebutuhan Afektif

Kebutuhan karena pengalaman emosional, menyenangkan, atau estetis. Kebutuhan afektif berkaitan dengan penguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional. Hal ini berkaitan dengan pengalaman dan kepuasan yang dirasakan khalayak ramai ketika menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Motif menonton konten Firman Tuhan Brian Siawarta untuk menjawab kebutuhan efektif adalah menyenangkan. Hasil wawancara dan observasi menunjukkan khalayak merasa termotivasi, terhibur, dan terbuka (Wakas dan Wulage, 2021).

3) Kebutuhan Integrasi Personal

Kebutuhan ini sering dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Dalam penelitian Hasil penelitian menunjukkan bahwa menonton tidak untuk meningkatkan atau menambah kredibilitas dan kepercayaan diri khalayak tetapi hubungan dengan kredibilitas disini, semakin sering menonton, maka dapat meningkatkan kredibilitas (Wakas dan Wulage, 2021).

4) Kebutuhan Integrasi Sosial

Kebutuhan yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman, dan lainnya. Hal ini didasarkan pada hasrat untuk menjalankan fungsi dan peran sosial dalam meningkatkan interaksi dengan orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan integrasi sosial menjadi motif *followers* menonton video konten, dalam hal ini menambah bahan diskusi atau perbincangan dengan teman dan keluarga, tetapi juga antara komunikator dengan khalayak melalui kolom komentar. Dalam penelitian ditemukan bahwa terjalin komunikasi interpersonal antara komunikator dengan khalayak melalui kolom komentar pada setiap video kontennya, maupun sesama khalayak yang saling berdiskusi terkait konten pada kolom komentar maupun pada platform media sosial lainnya (Wakas dan Wulage, 2021).

5) Kebutuhan Pelepasan Ketegangan

Kebutuhan pelepasan ketegangan (*escapist needs*) dibutuhkan orang ketika ingin melakukan pelarian dan pengalihan yang berkaitan dengan pelepasan emosi, ketegangan dan kebutuhan akan hiburan. Pengalihan diartikan sebagai kategori kepuasan yang berasal dari penggunaan media, melibatkan pelarian diri

dari rutinitas dan permasalahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa khalayak menonton untuk menghibur dan mengisi waktu luang ketika sendiri. Hasil wawancara menunjukkan ketika mengisi waktu luang dan ketika sendiri, artinya media menjadi pengganti teman ketika sedang sendiri atau mengisi waktu luang (Wakas dan Wulage, 2021).

2. Kepuasan

1) *Content* (isi)

Aspek ini mengukur kepuasan pengguna yang dapat dilihat dari sisi isi dari suatu sistem. Sistem berisi tentang fungsi dan modul yang dapat digunakan oleh pengguna. Aspek ini juga dapat dijadikan alat ukur untuk mengetahui kelayakan sistem dalam kebutuhan pengguna. Apabila isi dari sistem semakin lengkap maka kepuasan pengguna terhadap suatu sistem semakin tinggi pula. Dalam penelitian Labibah dan Kartika (2023), berdasarkan persepsi pengguna tentang *content* (isi) Rumah Jurnal UIN Sunan Kalijaga ke dalam kategori puas dengan mean 3.20. Menurut Doll dan Torkzadeh dalam (Hudin dan Dwita, 2016) isi dalam sebuah sistem informasi haruslah sesuai dengan kebutuhan pengguna serta memiliki informasi terbaru. Hal ini dikarenakan semakin lengkap sebuah sistem informasi maka dapat meningkatkan kepuasan pengguna media sosial.

2) *Accuracy* (keakuratan)

Aspek keakuratan berfungsi sebagai pengukur kepuasan pengguna yang dapat ditinjau dari pengimputan data yang diolah menjadi sebuah sistem informasi kepuasan pengguna. Aspek ini juga digunakan untuk meninjau seberapa sering terjadi eror atau kesalahan dalam proses

pengolahan data. Selain itu, keakuratan juga diukur dengan meninjau kesalahan pengimputan oleh pengguna sistem. Variabel yang sudah dinilai cukup baik oleh pengguna yaitu mengenai *accuracy*, Format, dan Content, sedangkan untuk *Timeliness* dan *Ease of Use* dinilai masih kurang baik dan masih perlu dikembangkan lagi (Taswin, Indra, dan Hamrul, 2022).

3) Format

Aspek format ini dapat ditinjau dari sisi tampilan dan estetika dari suatu sistem dalam mengukur kepuasan pengguna. Selain itu, format juga dapat memberikan informasi kepuasan pengguna terhadap penggunaan media yang digunakannya, seperti media tersebut menarik atau tidak oleh pengguna ataupun tampilan media tersebut memudahkan pengguna dalam mencari informasi. Hal tersebut dapat memengaruhi tingkat efektifitas dari pengguna. Dalam penelitian Kurniawan, Pritalia, dan Rahayu (2024), menyatakan bahwa berdasarkan hasil hipotesis tersebut, diketahui bahwa tampilan dan tata letak antarmuka sistem yang disajikan aplikasi media sosial X seperti desain tampilan yang menarik bagi pengguna, apakah pengaturan warna sudah tepat dan serasi untuk diterapkan dalam penggunaan aplikasi, dan sistem aplikasi yang ramah pengguna mempengaruhi penilaian kepuasan pengguna.

4) *Ease of Use* (kemudahan penggunaan)

Aspek ini menjelaskan bahwa kepuasan pengguna dapat dilihat dari kemudahan pengguna dalam menggunakan media sosial seperti memasukkan data, mengolah data dan mencari informasi yang dibutuhkan. Faktor *ease of use* dinilai dari tingkat kepuasan pengguna melalui perspektif kemudahan penggunaan atau kegunaan dalam sistem suatu

aplikasi seperti proses memasukkan data dan pengelolaan data serta pencarian informasi yang dibutuhkan maupun diinginkan pengguna. Dalam penelitian Fitriansyah dan Harris (2019), faktor yang dominan dalam menciptakan kepuasan pengguna dalam metode EUCS pada situs web Universitas Universal adalah pada variabel yang memiliki nilai rata-rata (mean) yang paling tinggi, yaitu pada variabel *ease of use*, sedangkan variabel yang memiliki nilai rata-rata (mean) yang paling rendah yaitu pada variabel format.

5) *Timeliness*

Ketepatan waktu merupakan variabel yang ditujukan untuk mengukur kepuasan pengguna akhir berdasarkan ketersediaan output informasi di waktu yang tepat dan kemampuan sistem dapat menyediakan informasi secara up-to-date serta tepat waktu. Pengukuran variabel tersebut dilaksanakan dengan melihat karakteristik sistem suatu aplikasi seperti apakah sistem tepat waktu dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan dan apakah sistem menyajikan informasi secara up-to-date serta apakah sistem mampu untuk selalu menyediakan informasi yang dibutuhkan dalam suatu aplikasi. Dalam penelitian Kurniawan, Pritalia, dan Rahayu (2024), pada hasil pengukuran yang telah dilakukan, diketahui bahwa ketepatan waktu aplikasi media sosial X dalam menyajikan informasi yang dibutuhkan dalam waktu yang singkat secara responsif dan tepat waktu serta perbaharuan secara berkala sesuai fenomena terbaru dan terkini mempengaruhi keputusan dalam merasakan kepuasan penggunaan aplikasi media sosial X.

2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Mengkaji penelitian terdahulu berfungsi untuk referensi penelitian, lalu sebagai pembandingan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya dan sebagai pengambilan data dan metode yang digunakan. Penelitian terdahulu juga dapat digunakan sebagai acuan variabel yang akan digunakan dalam metode penelitian. Kajian penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Penelitian terdahulu

No	Penulis Tahun	Judul Penelitian	Tujuan, Metode, dan Hasil	Variabel yang digunakan
1.	Isnaini, 2023 (Skripsi)	Pendekatan <i>Uses and Gratification Theory</i> Pada Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar	Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pendekatan UGT terhadap penggunaan TIK dalam pembelajaran. Metode yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dan uji yang digunakan yaitu deskriptif PLS SEM. Hasil penelitian adalah guru menggunakan teknologi dipengaruhi oleh kebutuhan afektif seperti menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, internet, android, komputer dan aplikasi pembelajaran untuk dapat meningkatkan kreativitas dan efektivitas dalam melakukan proses pembelajaran	X (<i>Uses and Gratification Theory</i>): 1. Kognitif. 2. Afektif. 3. Sosial. Y (Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi): 1. Alat. 2. Aplikasi. 3. Media Sosial.
2.	Wakas dan Wulage, 2021 (Jurnal Misiologi dan Komunikasi Kristen, Vol.1(1), Hal.2798-4931)	Analisis Teori <i>Uses and Gratification</i> :Motif Menonton Konten Firman Tuhan <i>Influencer</i> Kristen Pada Media Sosial Tiktok	Tujuan penelitian ini untuk melihat trend fenomena Tiktok saat dewasa ini. Metode penelitian yaitu kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yaitu faktor kebutuhan berhubungan dengan penggunaan media sosial tiktok. Kebutuhan kognitif, afektif, dan sosial.	X (<i>Uses and Gratification Theory</i>): 1. Kognitif. 2. Afektif. 3. Integrasi Personal. 4. Integrasi Sosial. 5. Pelepasan Ketegangan.

Tabel 2. Lanjutan

No	Penulis Tahun	Judul Penelitian	Tujuan, Metode, dan Hasil	Variabel yang digunakan
3.	Kurniawan, Pritalia, dan Rahayu, 2019 (Jurnal Teknikal, Vol.13(3), Hal.471-480)	Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Penggunaan Media Sosial X Menggunakan Metode End User Computing Satisfacation (EUCS)	Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengukur kepuasan dan menilai aspek-aspek seperti konten, keakuratan, format, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif deduktif, teknik sampel <i>non-probability sampling</i> , dan uji analisis data yaitu uji regresi linier berganda. Hasil penelitian adalah diketahui bahwa seluruh variabel mempengaruhi kepuasan pengguna (user satisfaction) dengan memperoleh nilai dan dukungan positif.	X (Faktor yang mempengaruhi kepuasan penggunaan media sosial): 1. <i>Content</i> . 2. <i>Accuracy</i> . 3. <i>Format</i> . 4. <i>Ease of use</i> . 5. <i>Timeliness</i> . Y (<i>End User Computing Satisfication</i>).
4.	Harun, 2023 (Skripsi)	Penggunaan Media <i>Online</i> Sebagai <i>Cyber Extension Urban Farming</i> Masyarakat Perkotaan Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Makassar.	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui terpaan media <i>online</i> . Metode penelitian yaitu kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian yaitu aspek-aspek terpaan media <i>online</i> terdiri dari frekuensi, durasi, dan atensi.	X1 (Penggunaan Media <i>Online</i>). X2 (<i>Motif Urban Farming</i>). Perilaku Pengguna Media Online (Y).

Tabel 2. Lanjutan

No	Penulis Tahun	Judul Penelitian	Tujuan, Metode, dan Hasil	Variabel yang digunakan
5.	Oktaviani dan Fatchiya, 2019 (Jurnal Komunikasi Pembangunan, Vol.17(1))	Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Pongok Kabupaten Klaten	Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi media sosial. Metode penelitian yang digunakan survei dan pendekatan kuantitatif. Uji statistik yang dipakai yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian adalah faktor-faktor yang memengaruhi media sosial yaitu pada tahap <i>interest</i> , tahap <i>desire</i> , dan tahap <i>action</i> .	X (Karakteristik responden): <ol style="list-style-type: none"> 1. Usia. 2. Jenis Kelamin. 3. Pendidikan. 4. Pekerjaan. Y (Faktor yang mempengaruhi media sosial): <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Interest</i>. 2. <i>Desire</i>. 3. <i>Action</i>.
6.	Prihatiningsih, 2017 (Jurnal <i>Communication</i> , Vol.3(1))	Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui motif penggunaan media sosial Instagram di kalangan remaja. Metode penelitian yaitu deskriptif dan pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan analisis <i>interactive</i> dan dengan teknik triangulasi. Hasil penelitian yaitu motif penggunaan Instagram dilihat dari lima kebutuhan penggunaan Media.	X (Kebutuhan Khalayak): <ol style="list-style-type: none"> 1. Kognitif. 2. Afektif. 3. Personal. 4. Social. 5. Pelepasan ketegangan. Penggunaan Media Massa (Y).

Tabel 2. Lanjutan

No	Penulis Tahun	Judul Penelitian	Tujuan, Metode, dan Hasil	Variabel yang digunakan
7.	Kartika dan Labibah, 2023 (Jurnal Perpustakaan, Vol.14(2), Hal.73-81)	Analisis Kepuasan Terhadap Rumah Jurnal Menggunakan Model End User Computing Satisfacation (EUCS)	Tujuan penelitian ini yaitu untuk menilai berdasarkan aspek konten, akurasi, format, ketepatan waktu, dan kemudahan penggunaan. Metode penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian adalah tingkat kepuasan Mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Jurusan IIS angkatan 2021 masuk kategori sangat puas berdasarkan pada metode UCS. Mahasiswa merasa sangat dipermudah untuk mencari informasi jurnal melalui Rumah Jurnal UIN Sunan Kalijaga.	X (Variabel metode EUCS): <ol style="list-style-type: none"> 1. Konten. 2. Akurasi. 3. Format. 4. Kemudahan penggunaan. 5. Ketepatan waktu. Y (Kepuasan penggunaan media): <ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi.
8.	Fitriansyah dan Harris, 2019 (Jurnal Sistem Informasi, Vol.2(1), Hal.2579-5341)	Pengukuran Kepuasan Pengguna Situs Web Dengan Metode End User Computing Satisfacation (EUCS).	Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi sejauh mana kepuasan pengguna situs web. Metode penelitian yaitu kuantitatif. Peneliti menggunakan analisis <i>interactive</i> dan dengan teknik triangulasi. Hasil penelitian yaitu tingkat kepuasan pengguna di nilai netral.	X (Kebutuhan Khalayak): <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Content</i>. 2. <i>Accuracy</i>. 3. <i>Format</i>. 4. <i>Ease of Use</i> 5. <i>Timeliness</i> Y (<i>End User Computing Satisfacation</i>).

Tabel 2. Lanjutan

No	Penulis Tahun	Judul Penelitian	Tujuan, Metode, dan Hasil	Variabel yang digunakan
9.	Wardani dan Wenerda, 2023 (Jurnal Ilmiah Indonesia, Vol.10(1), Hal.2548-1398)	Analisis Peran Instagram @Newrivermoonn Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata New Rivermoon Dalam Memenuhi Kebutuhan Pengguna: Perspektif Teori <i>Uses And Gratifications</i> .	Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran instagram @newrivermoonn sebagai media promosi dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Metode penelitian yang digunakan penelitian kualitatif. Hasil penelitian adalah bahwa Instagram @newrivermoon menggunakan berbagai fitur di platform Instagram untuk tujuan promosi destinasi wisata.	X (Pengguna Instagram @newrivermoonn): 1. Motif kognitif. 2. Motif afektif. 3. Motif hubungan personal. 4. Motif integrasi sosial. 5. Motif hiburan. Y (Kepuasan penggunaan media).
10.	Deborah dan Anggraeni, 2019 (Jurnal <i>Publish</i> , Vol.1(2), Hal.70-175)	Pengaruh Terpaan Media Terhadap Minat Berkunjung pada Sial <i>Interfood Expo Jakarta 2022</i> .	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh terpaan media Instagram terhadap minat berkunjung pengguna Instagram @Interfood.. Metode penelitian yaitu kuantitatif eksplanatif. Hasil penelitian, berdasarkan analisis yang di jabarkan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media sosial terhadap minat berkunjung SIAL <i>Interfood</i> .	X (Terpaan Media): 1. Frekuensi. 2. Durasi. 3. Atensi. Y (Minat Berkunjung): 1. <i>Problem Recognition</i> . 2. <i>Information Gathering</i> .

2.3 Kerangka Pemikiran

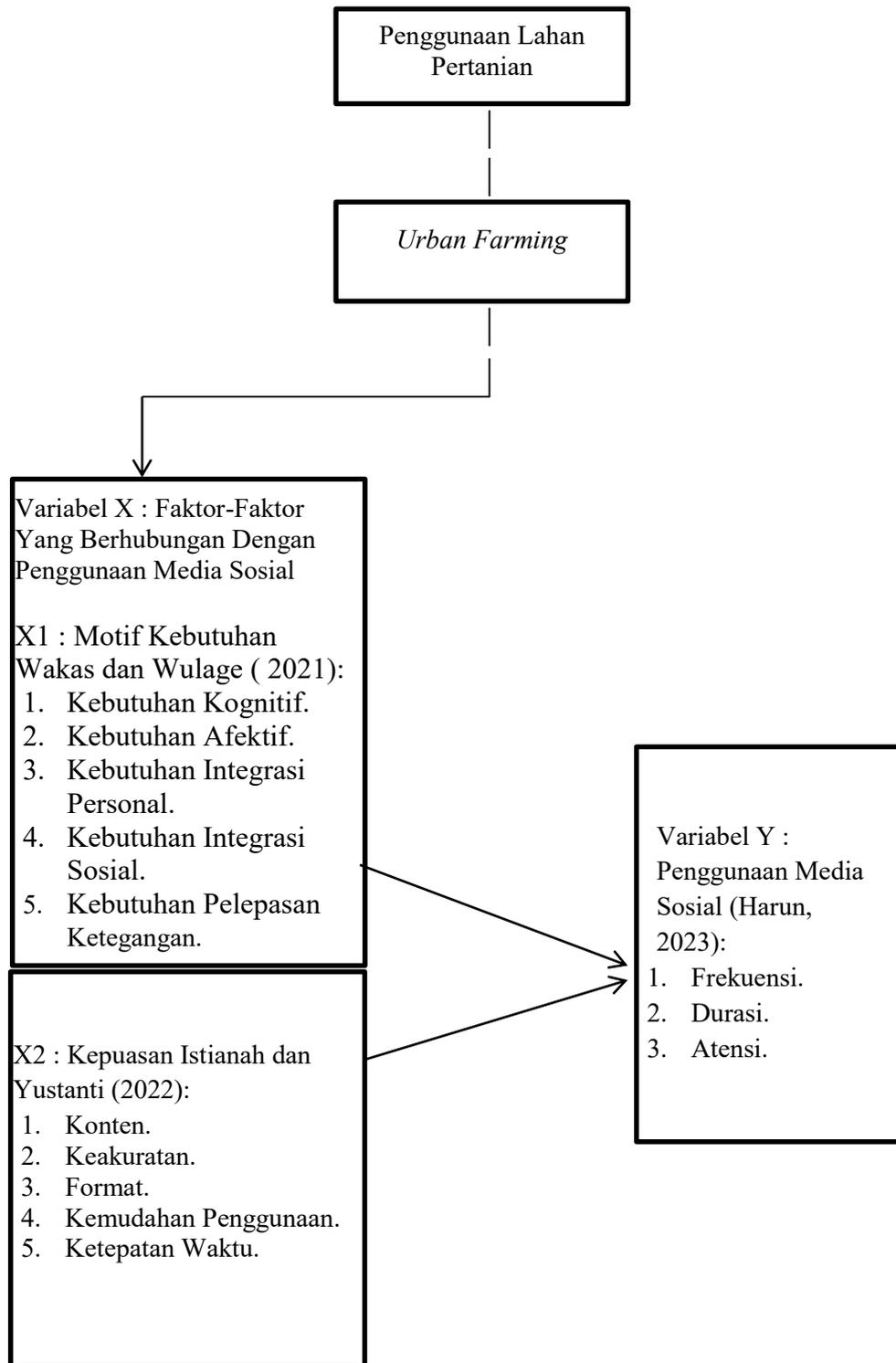
Potensi pertanian di Provinsi Lampung sangat besar dan beragam, hal tersebut ditandai dengan beragamnya komoditas pertanian yang tumbuh dan berkembang di Provinsi Lampung. Komoditas pertanian yang ada di Lampung antara lain kopi, karet, tembakau, kakao, lada, dan kelapa sawit. Masalah pertanian yang ada di Kota Bandar Lampung yaitu terbatasnya ruang terbuka hijau di dalam permukiman dan penggunaan lahan pertanian yang sangat minim. Masalah pertanian tersebut tentu saja mengganggu kegiatan pertanian yang ada di Kota Bandar Lampung.

Solusi untuk mengatasi keterbatasan lahan dan kebutuhan masyarakat akan sayur, dapat dilakukan dengan pemanfaatan lahan pekarangan dengan cara hidroponik dan vertikultur dengan *Urban Farming*. Salah satu faktor pendukung keberhasilan *Urban Farming* yang dilaksanakan tersebut adalah penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial digunakan biasanya karena kebutuhan informasi dan proses interaksi satu sama lain. Media sosial adalah *platform* digital yang memfasilitasi pengguna untuk terhubung, berinteraksi, dan berbagi konten dengan orang lain. Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial ialah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas.

Konsep *Urban Farming* itu sendiri adalah satu konsep yang dapat dikembangkan di Kota Bandar Lampung dalam upaya sebagai solusi atas masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya. Pengembangan pertanian perkotaan (*Urban Farming*) sudah menjadi tren hidup sehat bagi masyarakat perkotaan, hal ini merupakan salah satu usaha memenuhi kebutuhan bahan pangan bagi masyarakat kota.

Berdasarkan hasil penelitian Wakas dan Wulage (2021), terdapat lima motif kebutuhan menonton konten Firman Tuhan *Influencer* Kristen Brian Siawarta pada media sosial Tiktok. Kelima motif kebutuhan tersebut yaitu motif kebutuhan (X1) motif kebutuhan merupakan dorongan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya. Motif kebutuhan terdiri kebutuhan kognitif yaitu semakin penting kebutuhan pengetahuan, maka semakin tinggi juga penggunaan media sosial (X1.1), kebutuhan afektif yaitu semakin tinggi kebutuhan emosional pengguna, semakin tinggi penggunaan media sosial (X1.2), kebutuhan integrasi personal yaitu semakin ada keinginan untuk *branding* personal, semakin tinggi penggunaan media sosial (X1.3), kebutuhan integrasi sosial yaitu semakin banyak relasi teman, semakin tinggi penggunaan media sosial (X1.4), dan kebutuhan pelepasan ketegangan yaitu semakin jenuh pada diri seseorang, maka tinggi juga penggunaan media sosial (X1.5).

Penelitian Istianah dan Yustanti (2022), terdapat kepuasan (X2) merupakan perasaan dari seseorang ketika menggunakan media sosial. Indikator variabel kepuasan yang berhubungan dengan penggunaan media sosial meliputi konten yaitu semakin keren dan menarik konten yang ditampilkan, semakin tinggi penggunaan media sosial (X2.1), keakuratan yaitu semakin akuratnya suatu informasi, semakin tinggi penggunaan media sosial (X2.2), format yaitu semakin bagus dan sesuai penulisan yang ditampilkan, semakin tinggi penggunaan media sosial (X2.3), kemudahan penggunaan yaitu semakin mudahnya media sosial digunakan oleh seseorang, maka semakin tinggi penggunaan media sosialnya (X2.4), dan ketepatan waktu yaitu semakin cepat respon suatu media sosial, maka semakin tinggi penggunaan media sosial tersebut (X2.5). Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dilihat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka berpikir penggunaan media sosial oleh wanita tani dalam kegiatan bertani *Urban Farming* di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga terdapat hubungan antara motif kebutuhan dengan penggunaan media sosial oleh wanita tani dalam kegiatan bertani *Urban Farming*.
2. Diduga terdapat hubungan antara kepuasan dengan penggunaan media sosial oleh wanita tani dalam kegiatan bertani *Urban Farming*.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional ini mencakup definisi yang berfungsi sebagai acuan dan dapat digunakan untuk mendapatkan data dan melakukan analisis yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel X dan Y.

3.1.1 Variabel Independen (Variabel X)

Variabel independen terdiri dari motif kebutuhan dan kepuasan. Motif kebutuhan adalah alasan atau dorongan seseorang melakukan sesuatu yang didasari oleh kebutuhan yang belum terpenuhi dan kepuasan adalah suatu perasaan yang dirasakan oleh pengguna setelah melalui pengalaman terhadap suatu kinerja atau hasil. Secara rinci definisi operasional variabel X1 dan variabel X2 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Definisi operasional variabel independen (X)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pengukuran	Satuan Pengukuran	Klasifikasi
Motif Kebutuhan (X1)	Alasan seseorang melakukan sesuatu berdasarkan kebutuhan yang kurang.	1. Kebutuhan Kognitif. 2. Kebutuhan Afektif. 3. Kebutuhan Integrasi Personal. 4. Kebutuhan Integrasi Sosial. 5. Kebutuhan Pelepasan Ketegangan	Skor	1. Tinggi. 2. Sedang. 3. Rendah.

Tabel 3. Lanjutan

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pengukuran	Satuan Pengukuran	Klasifikasi
Kepuasan (X2)	Perasaan seseorang setelah menggunakan media sosial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Content/isi</i>. 2. <i>Accuracy/keakuratan</i>. 3. <i>Format/bentuk</i>. 4. <i>Ease of use/kemudahan penggunaan</i>. 5. <i>Timeliness/ketepatan waktu</i>. 	Skor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tinggi. 2. Sedang. 3. Rendah.

3.1.2 Penggunaan Media Sosial (Variabel Y)

Variabel (Y) dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial.

Skala pengukurannya mengacu pada penelitian (Harun, 2023)

meliputi:

1. Frekuensi

Frekuensi penggunaan media menunjukkan seberapa rutin seseorang berinteraksi dengan media. Semakin sering frekuensinya, semakin besar kemungkinan pesan media memengaruhi mereka. rekuensi penggunaan media menunjukkan seberapa rutin seseorang berinteraksi dengan media. Semakin sering frekuensinya, semakin besar kemungkinan pesan media memengaruhi mereka.

2. Durasi

Indikator ini penting untuk memahami seberapa besar waktu yang dihabiskan seseorang dengan media. Semakin lama durasinya, semakin besar potensi terpaannya.

3. Atensi

Atensi mengukur kualitas terpaan media. Seseorang mungkin menghabiskan banyak waktu dengan media, tetapi jika mereka tidak memberikan perhatian penuh, pengaruhnya mungkin terbatas.

Secara rinci definisi operasional variabel Y dan indikator variabel Y dapat dilihat pada Tabel 4

Tabel 4. Definisi operasional penggunaan media sosial (Y)

Indikator	Definisi Operasional	Indikator Pengukuran	Satuan Pengukuran	Klasifikasi
Frekuensi.	Seberapa rutin seseorang berinteraksi dengan media sosial.	Jumlah	Kali	1. Tinggi. 2. Sedang. 3. Rendah.
Durasi	Seberapa besar waktu yang dihabiskan seseorang dengan media sosial.	Lama	Jam/hari	1. Tinggi. 2. Sedang. 3. Rendah.
Atensi	Kefokusan seseorang dalam bertani dengan media sosial.	Kecepatan respon	Skor.	1. Tinggi. 2. Sedang. 3. Rendah.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei melalui pendekatan deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian adalah Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan minim dalam penggunaan lahan untuk pertanian. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan April-Mei tahun 2025.

3.3 Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

Menurut Firdaus (2018), populasi merupakan kumpulan subjek atau informasi dengan atribut tertentu. Populasi adalah keutuhan komponen yang akan digunakan sebagai wilayah spekulasi yang terdiri dari barang-barang atau subjek-subjek yang jumlah dan kualitasnya ditentukan oleh ahlinya untuk dipertimbangkan dan didapatkan kesimpulannya. Populasi mencakup individu, makhluk hidup, dan juga benda. Populasi juga tidak persis apa yang ada di dalam objek atau subjek, namun semua sifat dan sifat yang digerakkan oleh subjek atau objek sehingga akhirnya bisa diperhatikan dan membuat keputusan dari penelitian.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan kualitas dari suatu populasi, atau bagian kecil dari perseorangan populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu dengan tujuan supaya mereka dapat mewakili populasinya. Sampel yang bisa diambil harus benar-benar mewakili. Sampel yang baik merupakan sampel yang cermat dan tepat, yang memiliki ketelitian tinggi dan memiliki kesalahan dalam pengambilan sampel yang sedikit (Erlina, 2020). Jumlah sampel ditentukan berdasarkan Rumus Slovin (Madjina, Pratikno, dan Tripena, 2024). Rumus Slovin yaitu menghitung jumlah populasi objek tertentu yang belum diketahui karakteristiknya secara pasti. Rumus ini sering digunakan dalam penelitian survei ketika peneliti ingin mendapatkan hasil yang representatif dari populasi yang besar.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel (orang)

N = Ukuran populasi (orang)

E = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e = 0,1

Sebelum turun lapang untuk penelitian, peneliti diharuskan menentukan sampel untuk dijadikan responden penelitiannya. Rumus diatas digunakan peneliti untuk menentukan populasi dan sampel penelitiannya. Sampel ini mewakili dari setiap klasifikasi kelompoknya. Jumlah populasi dan sampel penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah populasi dan sampel penelitian

No	Nama Kelompok Wanita Tani	Populasi (orang)	Sampel (orang)
1.	Mandiri Sejahtera	23	7
2.	Anggrek Macan	27	9
3.	Sedap Malam	27	9
4.	Srikandi	20	7
5.	Bungsu Cantik	17	6

Tabel 5. Lanjutan

No	Nama Kelompok Wanita Tani	Populasi (orang)	Sampel (orang)
6.	Delima	23	7
7.	Melati Jaya 10	15	6
8.	Gang Hijau	27	9
9.	Fortuna	23	7
Jumlah		202	67

Berdasarkan rumus dan tabel di atas, maka perhitungan untuk ukuran sampel adalah:

$$n = \frac{202}{202(0,1^2) + 1}$$

$$n = \frac{202}{2,02 + 1}$$

$$n = 67$$

Berdasarkan Rumus Slovin, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 67 orang.

3.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti mencakup data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh dari sumber asli atau tidak melalui perantara. Data primer didapat oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer yang diperoleh melalui wawancara menggunakan kuesioner pada anggota kelompok wanita tani di Kecamatan Kedaton. Data primer yang dikumpulkan terdiri dari identitas penyuluh yaitu umur, tingkat pendidikan formal, pengalaman, kepemilikan media, karakteristik media, motif individu, keyakinan, sikap, lingkungan, informasi, komunikasi, dan pemasaran. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari lembaga instansi yaitu Dinas Pertanian Kota Bandar Lampung, jumlah kelompok wanita tani yang ada di Kecamatan Kedaton dan keadaan lokasi penelitian. Metode dan teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

1. Kuisisioner
Berupa berupa pertanyaan yang diajukan pada kelompok wanita tani. Kuisisioner ini dilakukan kepada kelompok wanita tani dalam memperoleh data tentang (X1) motif kebutuhan, (X2) kepuasan, dan (Y) penggunaan media sosial.
2. Observasi
Kegiatan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung dan analisis langsung di lapangan dan mencatat fenomena di lapangan. Pengamatan dan fenomena tersebut tentunya yang berkaitan dengan pemakaian media komunikasi.
3. Dokumentasi
Pengumpulan data dengan menelusuri dan mencatat data, dokumen, arsip, dan referensi yang relevan di instansi terkait.

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif kuantitatif dan analisis statistika non parametrik. Berikut penjelasan analisis data yang digunakan berdasarkan tujuan:

1. Tujuan satu dan tiga
Tujuan satu tiga dijawab dengan metode analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif merupakan analisis statistik untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul.
2. Tujuan kedua
Tujuan ini dijawab menggunakan metode analisis statistika nonparametrik yaitu analisis Korelasi *Rank Spearman* dengan bantuan alat statistika SPSS versi 26 (Siegel, 1997). Pengujian hipotesis menggunakan uji Koefisien Korelasi *Rank Spearman* dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_s = Koefisien korelasi

d_i = Perbedaan pasangan setiap peringkat

n = jumlah sampel

Rumus *Rank Spearman* ini digunakan untuk melihat korelasi (keeratatan hubungan) antara variabel-variabel dari peringkat dan dibagi dalam klasifikasi tertentu. Hal ini sesuai dengan fungsi *Rank Spearman* yang merupakan ukuran asosiasi dua variabel yang berhubungan, diukur sekurang-kurangnya dengan skala ordinal (berurutan), sehingga objek atau individu yang dipelajari dapat diberi peringkat dalam rangkaian berurutan.

Selanjutnya akan dilakukan uji signifikansi, pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien hitung dengan nilai signifikansi. Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai signifikansi < pada $\alpha = 0,05$, maka terima H_0 , berarti tidak terdapat hubungan yang nyata antara variabel dependen dan variabel independen.
- b. Jika nilai signifikansi \geq pada $\alpha=0,05$ maka tolak H_0 , berarti terdapat hubungan yang nyata antara variabel dependen dan variabel independen.

3.6 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji dalam upaya mencari kebebasan atau valid tidaknya kuesioner untuk menjalankan dengan tepat fungsi ukurnya. Uji validitas dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh data kuesioner dalam penelitian. Nilai validitas didapat melalui hitung dan r tabel dengan pernyataan bahwa jika r hitung > r tabel maka valid. Rumus mencari r hitung adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2016).

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

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 item pertanyaan variabel X_1 pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6 berikut :

Tabel 6. Uji validitas motif kebutuhan

Variabel	<i>Corrected item-Total Correlation</i>	Uji Validitas
Kebutuhan Kognitif (X1.1)		
Pertanyaan 1	0,864	Valid
Pertanyaan 2	0,866	Valid
Kebutuhan Afektif (X1.2)		
Pertanyaan 1	0,986	Valid
Pertanyaan 2	0,985	Valid
Kebutuhan Integrasi Personal (X1.3)		
Pertanyaan 1	0,777	Valid
Pertanyaan 2	0,791	Valid
Pertanyaan 3	0,806	Valid
Kebutuhan Integrasi Sosial (X1.4)		
Pertanyaan 1	0,775	Valid
Pertanyaan 2	0,843	Valid
Kebutuhan Pelepasan Ketegangan (X1.5)		
Pertanyaan 1	0,963	Valid
Pertanyaan 2	0,873	Valid

Berdasarkan Tabel 6 di atas, hasil uji validitas motif kebutuhan untuk setiap butir pertanyaan pada variabel X_1 lebih besar dari nilai R tabel dengan $n = 10$ dan nilai signifikansi 0,05 adalah 0,4973. Hal tersebut berarti setiap indikator yang meliputi kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan ketegangan telah teruji valid. Instrumen yang telah teruji valid menandakan instrumen pada penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil uji validitas item pertanyaan variabel X2 pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7 berikut :

Tabel 7. Uji validitas kepuasan

Variabel	<i>Corrected item-Total Correlation</i>	Uji Validitas
Content/Isi (X2.1)		
Pertanyaan 1	0,873	Valid
Pertanyaan 2	0,873	Valid
Accuracy/Keakuratan (X2.2)		
Pertanyaan 1	0,846	Valid
Pertanyaan 2	0,883	Valid
Format/Bentuk (X2.3)		
Pertanyaan 1	0,825	Valid
Pertanyaan 2	0,943	Valid
Ease of Use/Kemudahan Penggunaan (X2.4)		
Pertanyaan 1	0,885	Valid
Pertanyaan 2	0,867	Valid
Timeliness/Ketepatan Waktu (X2.5)		
Pertanyaan 1	0,834	Valid
Pertanyaan 2	0,918	Valid

Berdasarkan Tabel 7 di atas, hasil uji validitas kepuasan untuk setiap butir pertanyaan pada variabel X2 lebih besar dari nilai R tabel dengan $n = 10$ dan nilai signifikansi 0,05 adalah 0,4973. Hal tersebut berarti setiap indikator yang meliputi content/isi, accuracy/keakuratan, format/bentuk, *ease of use/kemudahan penggunaan*, dan *timeliness/ketepatan waktu* telah teruji valid. Instrumen yang telah teruji valid menandakan instrumen pada penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian. Instrumen mendapatkan hasil yaitu valid dari pengujian setiap akan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dibuat. Hasil uji validitas tersebut nanti akan dipakai dalam atau pada saat turun lapang besar, Uji validitas bukan hanya uji ini saja untuk dalam penelitian kuantitatif, tetapi dengan dukungan dari hasil uji reliabilitas juga.

Hasil uji validitas item pertanyaan variabel Y pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 8 berikut :

Tabel 8. Uji validitas penggunaan media sosial

Variabel	<i>Corrected item-Total Correlation</i>	Uji Validitas
Frekuensi (Y1.1)		
Pertanyaan 1	0,850	Valid
Pertanyaan 2	0,850	Valid
Durasi (Y1.2)		
Pertanyaan 1	0,944	Valid
Pertanyaan 2	0,861	Valid
Atensi (Y1.3)		
Pertanyaan 1	0,877	Valid
Pertanyaan 2	0,824	Valid

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji validitas penggunaan media sosial untuk setiap butir pertanyaan pada variabel Y lebih besar dari nilai R tabel dengan $n = 10$ dan nilai signifikansi 0,05 adalah 0,4973. Hal tersebut berarti setiap indikator yang meliputi frekuensi, durasi, dan atensi telah teruji valid. Instrumen yang telah teruji valid menandakan instrumen pada penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.7 Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk melihat hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Tujuan reliabilitas untuk mempercayai bahwa instrumen penelitian dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data. Koefisien *Alpha Cronbach* ($C\alpha$) dengan menggunakan SPSS. Menurut Juliani dan Erita (2023) Uji reliabilitas merupakan pengukuran yang dilakukan untuk mengukur konsistensi dari instrumen yang diukur. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dari kuisisioner dalam penelitian. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Variabel yang reliabel apabila nilai cronbach alpha $> 0,06$. Adapun cara pengujiannya adalah sebagai berikut :

$$r = total = \frac{2(r. tt)}{1 + (r. tt)}$$

Keterangan:

r – total : Angka reliabilitas keseluruhan item atau koefisien reliabilitas

r . tt : Angka korelasi belahan pertama dan belahan kedua

Hasil uji reabilitas pertanyaan variabel X1 dapat dilihat pada Tabel 9 berikut :

Tabel 9. Uji reliabilitas motif kebutuhan

Variabel X1	Cronbach's Alpha	Keputusan
Kebutuhan Kognitif	0,664	Reliabel
Kebutuhan Afektif	0,970	Reliabel
Kebutuhan Integrasi Personal	0,663	Reliabel
Kebutuhan Integrasi Sosial	0,635	Reliabel
Kebutuhan Pelepasan Ketegangan	0,750	Reliabel

Tabel 9 menunjukkan bahwa hasil uji reabilitas dari seluruh indikator dari variabel X1 lebih besar dari 0,6. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang telah disepakati dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam variabel X1 dikatakan *reliabel* atau konsisten.

Hasil uji reabilitas pertanyaan variabel X2 dapat dilihat pada Tabel 10 berikut:

Tabel 10. Uji reliabilitas kepuasan

Variabel X2	Cronbach;s Alpha	Keputusan
Content/Isi	0,687	Reliabel
Accuracy/Keakuratan	0,661	Reliabel
Format/Bentuk	0,681	Reliabel
Ease of Use/Kemudahan Penggunaan	0,696	Reliabel
Timeliness/Ketepatan Waktu	0,682	Reliabel

Tabel 10 menunjukkan bahwa hasil uji reabilitas dari seluruh indikator dari variabel X2 lebih besar dari 0,6. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang telah disepakati dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam variabel X2 dikatakan *reliabel* atau konsisten.

Hasil uji reabilitas pertanyaan variabel Y dapat dilihat pada Tabel 11 berikut :

Tabel 11. Uji reabilitas penggunaan media sosial

Variabel Y	<i>Cronbach;s Alpha</i>	Keputusan
Frekuensi	0,615	<i>Reliabel</i>
Durasi	0,741	<i>Reliabel</i>
Atensi	0,615	<i>Reliabel</i>

Tabel 11 menunjukkan bahwa hasil uji reabilitas dari seluruh indikator dari variabel Y lebih besar dari 0,6. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang telah disepakati dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam variabel Y dikatakan *reliabel* atau konsisten.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Penggunaan media sosial oleh wanita tani dalam kegiatan bertani *Urban Farming* di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung tergolong sedang. Penggunaan media sosial oleh wanita tani di Kecamatan Kedaton cukup baik dalam menggunakan media sosial. Aplikasi media sosial yang responden lakukan yaitu *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Tiktok*. Penggunaan media sosial oleh wanita tani didasarkan motif kebutuhan dan kepuasan yang disertai indikator-indikator dari kedua hal tersebut. Sebagian besar wanita tani diharapkan lebih sering menggunakan media sosial lagi, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan saja. Terlebih lagi hidup di kehidupan perkotaan, agar wanita tani tidak buta terhadap teknologi dan media sosial di zaman modern ini dan bisa menyesuaikannya terlebih lagi dalam sektor pertanian khususnya *Urban Farming*. Bisa seperti mengikuti pelatihan dan penyuluhan, serta menerapkan inovasi *Urban Farming* yang baru, mendapatkan ilmunya dan mencoba atau mempraktikanya yang dari media sosial.
2. Faktor-faktor yang berhubungan dengan penggunaan media sosial oleh wanita tani dalam kegiatan bertani *Urban Farming* di Kecamatan Kedaton yaitu motif kebutuhan dan kepuasan. Faktor-faktor yang berhubungan tersebut memiliki hubungan yang kuat atau nyata.
3. Kendala wanita tani dalam penggunaan media sosial dalam kegiatan bertani *Urban Farming* di Kecamatan Kedaton bermacam-macam, seperti sinyal dan jaringan, keterbatasan kuota, keterbatasan

penyimpanan *handphone*, dan terakhir yaitu keterbatasan jumlah *handphone*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Wanita tani diharapkan lebih sering menggunakan media sosial lagi, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan saja. Bisa seperti mengikuti pelatihan dan penyuluhan, serta menerapkan inovasi *Urban Farming* yang baru, mendapatkan ilmunya dan mencoba atau mempraktikannya.
2. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis, disarankan untuk menambahkan variabel lain diluar variabel motif kebutuhan dan kepuasan.
3. Berdasarkan kendala wanita tani menggunakan media sosial yaitu salah satunya kuota, kepada pihak Dinas Pertanian Kota Bandar Lampung, diharapkan dapat membantu dalam berupa bantuan kuota internet kepada wanita tani agar wanita tani menggunakan media sosial dengan lebih sering lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhirajasa, M.R., Amira, S.H., Rahayu, F. 2023. Konsekuensi *Ease of Use* Pada *Social Media Instagram*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol.7(1).
- Amirah, N., Nawireja, I.K. 2021. Dampak Ponsel Pintar Terhadap Perkawinan Anak Perempuan Di Pedesaan (Kasus: Desa Lubuk Pabrik, Kecamatan Lubuk Besar, Kabupaten Bangka Tengah, Kepulauan Bangka Belitung). *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, Vol.6(6), Hal.612-626.
- Arsyilla, N. 2024. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Iklan Layanan Masyarakat. *Skripsi*. Universitas Prof. Dr. Moestopo. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Statistik Indonesia 2020*. BPS Indonesia.
- Deborah, T., dan Anggraeni, D. 2022. Pengaruh Terpaan Media Terhadap Minat Berkunjung pada Sial *Interfood Expo Jakarta 2022*. *Jurnal Publish*, Vol.1(2), Hal.70-175.
- Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan, dan Tanaman Hortikultura. 2024. *Luas Penggunaan Lahan Pertanian per-Kabupaten/Kota Provinsi Lampung*. Dinas KPTPH Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Dinas Pertanian Kota Bandar Lampung. 2024. *Program Urban Farming*. Bandar Lampung.
- Efendi, M.S., Fatgehipon, A.H., Scorviana, N. 2024. Media Sosial *Instagram* Dalam Membangun Ekistensi Diri Remaja. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, Vol. 1(2).
- Erlina, N. 2020. Pengukuran Tingkat Keberhasilan Implementasi Aplikasi *Mobile Learning* Diantara Pelajar SD Sampai Dengan SLTA di Jabodetabek. *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Tangerang Selatan
- Fajrie, M. 2013. Analisis *Uses and Gratification* Dalam Menentukan Strategi Dakwah. *Jurnal Islamic Review*, Vol.4(1), Hal.1.
- Fathoni, L.A., Junaedi, F. 2024. Pengaruh Kualitas Konten Instagram Terhadap Kepuasan Followers Akun Instagram @barkas.ums. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta..

- Febrina, R.I., Salamah, U., Sakinah, G. 2024. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Penelitian dan Pemikiran*, Vol.10(1), Hal.84-100.
- Fitriansyah, A., dan Harris, I. 2019. Pengukuran Kepuasan Pengguna Situs Web Dengan Metode *End User Computing Satisfacation* (EUCS). *Jurnal Sistem Informasi*, Vol.2(1), Hal.2579-5341.
- Gitosaputro, S., Yanfika, H., Nurmadani., Nurhaliza, S., Irawan, S.A. 2025. Kinerja Penyuluh Pertanian Dalam Memanfaatkan Alat Digital Pada Era *New Normal* di Provinsi Lampung Bagian Utara. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, Vol.11(2), Hal.3512-3527.
- Gultom, D.T., Irawan, S.A., Listiana, I., Yanfika, H. 2023. Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Oleh Penyuluh Pertanian Lapangan Terhadap Fungsi BPP Sebagai Pusat Pembelajaran di Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah*, Vol.9(2), Hal.2455-2467.
- Gultom, D.T., Listiana, I., Rara. 2023. Komunikasi Pengembangan Usaha Tapis Oleh Generasi Muda Melalui UMKM Tapis Jejama Kham di Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol.21(2), Hal.85-92.
- Gultom, D.T., Sumardjo., Sarwoprasojo, S., Mulyono, P. 2017. Strategi Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pertanian Melalui Pemanfaatan *Cyber Extension* di Provinsi Lampung. *Jurnal Sosiohumaniora*, Vol.19(1), Hal.64-69.
- Hardika, M. 2024. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Program Pertanian Perkotaan (*Urban Farming*) Oleh Kelompok Masyarakat di Kampung Sayur Cempako 26 Ilir Kota Palembang. *Skripsi*. Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Hardiyanto, A., Widarni, S., Mandamdari, A.N. 2022. Studi Komparasi Tentang Motivasi Dan Pendapatan Anggota Kelompok Tani Ngudi Tani Maju Di Desa Bobosan Kecamatan Purwokerto Utara. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, Vol.6(3), Hal.1062-1072.
- Harun, F. 2023. Penggunaan Media *Online* Sebagai *Cyber Extension Urban Farming* Masyarakat Perkotaan Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Makassar. *Skripsi*. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Hasan, R. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pekanbaru.

- Isnaini, M. 2023. Pendekatan *Uses and Gratification Theory* Pada Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar. *Skripsi*. Jambi. Muaro Jambi.
- Istianah, E., Yustanti, W. 2022. Analisis Kepuasan Penggunaan Pada Aplikasi Jenius Dengan Menggunakan Metode EUCS (*End User Computing Satisfaction*) Berdasarkan Perspektif Pengguna. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, Vo.3(4).
- Itqiya, F. 2024. Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Pengguna Video dan Foto Di Instagram AA GYM. *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Tangerang Selatan.
- Juliani, R.P., Erita, S. 2023. Analisis Validitas dan Realibilitas Instrumen Penilaian Kemampuan Berpikir Kritis Dalam Konteks Sekolah Menengah. *Journal of Educational Integration and Development*, Vol.3(3).
- Kartika dan Labibah. 2023. Analisis Kepuasan Terhadap Rumah Jurnal Menggunakan Model *End User Computing Satisfaction* (EUCS). *Jurnal Perpustakaan*, Vol.14(2), Hal.73-81.
- Koten, F.P.N., Jufriansah, A., Hikmatiar, H. 2022. Analisis Penggunaan Aplikasi *WhatsApp* Sebagai Media Informasi Dalam Pembelajaran. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara*, Vol.14(1), Hal.72-84.
- Kurniawan, F., Pritalia, G.L., Rahayu, F.S. 2024. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Media Sosial X Menggunakan Metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS). *Jurnal TEKNIKA*, Vol.13(3), Hal.471-480.
- Kurniawan, F., Pritalia, G.L., Rahayu, F.S. 2024. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Penggunaan Media Sosial X Menggunakan Metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS). *Jurnal Teknikal*, Vol.13(3), Hal.471-480.
- Madjina, N.I., Pratikno, B., Tripena, A. 2024. Penentuan Ukuran Sampel: Menggunakan Rumus Bernoulli dan Slovin: Konsep dan Aplikasinya. *Jurnal Ilmiah Matematika dan Pendidikan Matematika*, Vol.16(1), Hal.73-84.
- Muharam, W., dan Soliha, E. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu dan Call Papers UnisBank*, Vol.3(3), Hal.93-99.
- Nasution, D.A. 2022. Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Medan Area. *Skripsi*. Universitas Medan Area. Medan.

- Natasya, I.A. 2021. Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Kompas.Com Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Covid-19 Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Nugraha, A.A., Erawan, E., Ghufron. 2019. Penggunaan Media Internet Dalam Memenuhi Kebutuhan Kognitif Pada Komunitas Mi Fans Samarinda. *Journal Ilmu Komunikasi*, Vol.7 (1)
- Nugraha, A.F., Pratama, A., Faroqi, A. 2024. Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi Kai Access Menggunakan Model End User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, Vol.3 (2).
- Oktaviani, W.F., Fatchiya, A. 2019. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol.17 (1).
- Oktaviani, A., Maulana, A., Firmansyah, R. 2023. Peranan Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.2(2), Hal.143-150.
- Piandari, R., Zaen, M.T.A. 2023. Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi E-Paksi Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, Vol.13 (3).
- Prastisi, I.A., Listiana, I., Yanfika, H. Silviyanti, S. 2021. Tingkat Pengetahuan Petani Padi Sawah Terhadap Inovasi *Transplanter* di Kelompok Tani Sinar Kencana II Kampung Bumi Kencana. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, Vol.23(1), Hal.110-118.
- Prihatiningsih, W. 2017. Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, Vol.3(1).
- Puspitasari, B., Mariyono, J., Setiyawan, H. 2025. Pengaruh Terpaan Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Berkebun Pada Followers @mini_garden12. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, Vol.11 (2).
- Puspita, R., Purwanti, S., Alfando, J., Sucipta, W. 2024. Motif Pengikut Akun @Agustine.Gozali Dalam Meningkatkan Kesadaran Pentingnya Skincare Di Instagram. *Journal Ilmu Komunikasi*, Vol.12 (4), Hal.238-249.
- Qadir, A., Ramli, M. 2024. Media Sosial (Definisi, Sejarah, dan Jenis-Jenisnya). *Jurnal Sosial, Agama, dan Budaya*, Vol.3(6).

- Rahmawati, D.F., Huaida, A., Octaviani, S., Maspupa, U.S. 2022. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran Hasil Urban Farming Pada Kelompok Tani Wanita. *Journal Jambora Community Empowerment*, Vol.3(1), Hal.36-43.
- Ramayanti, A., Narti, S., Yanto. 2023. Motif Pengguna Aplikasi Tempo Di Kalangan Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Multimedia Dehasen*, Vol.2 (3), Hal.551-566.
- Rasidi, M.A., Hikmatullah, N., Sobry, M. 2021. Hambatan Guru Dalam Pembelajaran Daring: Studi Kasus di Kelas V MIN 2 Kota Mataram. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, Vol.8(2), Hal.159-174.
- Rusata, T. 2019. Aktivasi Promosi Pariwisata di Media Sosial Studi Kasus Kabupaten Belitung. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, Vol.4(2), Hal.277-292.
- Safriana, S., Samatan, N. 2021. Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun *Instagram @Indozone.ID* Terhadap Kepuasan *Followers* Generasi Z Dalam Memperoleh Informasi. *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol.2(1), Hal.17-25.
- Sahputra, H.Y., Wahyuni, S., Sari, W., Kurniati, D., Iskandar, T. 2024. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pendukung Keberhasilan Pendidikan Di SMP Bumi Qur'an Siantar. *Jurnal Mudarrisuna: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, Vol.14(2).
- Sari, S. 2024. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Petani Hortikultura Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Skripsi*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Sastro, Y. 2016. *Teknologi Akuaponik Mendukung Pengembangan Urban Farming*. BPTP Jakarta. Jakarta
- Setiawan, I.M.D., Sukanteri, N.P., Suryana, I.M., Suparyana, P.K. 2019. Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Penjualan Produksi Kelompok Wanita Tani (KWT) Ayu Tangkas di Desa Megati. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol.8(2).
- Siegel, S. 1997. *Statistika Non Parametrik untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. PT Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung
- Sulaksana, K.T.A.P, Arisena, G.M.K. 2025. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Edukasi Pertanian. *Jurnal Agrisistem Seri Sosek dan Penyuluhan*, Vol.21(1).

- Supratman, L. P. 2018. Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal Ilmu Komunnikasi*. 15(1), Hal.47–60.
- Suryaningsih, A. 2020. Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Sains dan Teknologi*, Vol.7(1).
- Sutomo, F. 2019. Perubahan Penggunaan Lahan di Kecamatan Kelara dan Rumbia Kabupaten Jeneponto. *Jurnal Ecosolum*, Vol.2(1), Hal.2252-7923.
- Talumedo. 2021. Penggunaan Media Sosial Terhadap Usia *Menarche* Pada Siswi Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Poltekkes*, Vol.13(2).
- Taswin., Indra., Hamrul, H. 2022. Implementasi Metode End User Computing Satisfacation Untuk Mengukur Tingkat Keefektifan dan Kepuasan Pengguna Sistem E-Learning. *Journal of Computer and Information System*, Vol.5(1), Hal.13-24.
- Tuffahati, T.P., Purwanti, S., Agustian, J.F., Dwivayani, K.D. 2024. Motif Penggunaan *Twitter @Ohmybeautybank* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan. *Journal of Comprehensive Science*, Vol.3(7).
- Utoyo, B. 2012. Dinamika Penggunaan Lahan di Wilayah Perkotaan (Studi di Kota Bandar Lampung). Prosiding Seminar Hasil Penelitian FISIP Unila.
- Wakas, J.E. dan Wulage, M.B.N. 2021. Analisis Teori Uses And Gratification:Motif Menonton Konten Firman Tuhan Influencer Kristen Pada Media Sosial Tiktok. *Jurnal Misiologi dan Komunikasi Kristen*, Vol.1(1), Hal.2798-4931.
- Wardani, A.K., dan Wenerda, I. 2025. Analisis Peran Instagram @Newrivermoon Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata New Rivermoon Dalam Memenuhi Kebutuhan Pengguna: Perspektif Teori *Uses And Gratifications*. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol.10(1), Hal.2548-1398.
- Yanfika, H., Amanah, S., Tjitropranoto, P., Fatchiya, A., Harijati, S. 2021. Kemandirian Anggota Kelompok Wanita Sawargi Dalam Keberlanjutan Usaha Pengolahan Hasil Pertanian Di Kelurahan Situ Gede Kota Bogor. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, Vol.12(2).
- Yusuf, F. Rahman, H., Rahmi, S., Lismayani, A. 2023. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, Vol.2(1), Hal.2962-8776.
- Zuniananta, LE. 2021. Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Informasi Di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol.10(4).