

Implementasi Media Sosial dalam Penyuluhan Pertanian pada Saat Pandemi Covid-19

Social Media Implementation in the Agricultural Extension in the Covid-19 Pandemic

Epsi Euriga*, Miftakhul Arifin

Magelang Agriculture Development Polytechnic, Ministry of Agriculture of Republic of Indonesia,
Yogyakarta, 55167, Indonesia

*E-mail: epsieuriga@gmail.com

Diterima: 25/04/2024

Disetujui: 22/05/2024

Diterbitkan: 31/05/2024

Kata kunci: media sosial, pandemi covid 19, penyuluhan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi media sosial dalam penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19 di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dan melibatkan responden penyuluh pertanian level terampil. Metode pengambilan sampel adalah Sampling Sukarela (Voluntary Sampling). Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diakses di google.forms, kemudian dianalisis secara dekriptif. Hasil penelitian meliputi (1) Media sosial yang digunakan penyuluh dengan kategori terbanyak sampai paling sedikit secara berurutan yaitu WhatsApp, SMS, Facebook, Youtube, Telegram, Instagram, Twitter, TikTok, Pinterest, dan BBM, Line dan LinkedIn; (2) Tingkat penggunaan media sosial sebagian besar pada intensitas sering, dan frekuensi penggunaan 1-3 hari sekali; (3) Tingkat kegunaan media sosial tertinggi pada kategori sangat berguna; (4) Penggunaan media sosial tertinggi yaitu digunakan untuk komunikasi dengan petani, dan pesan yang dikirim tertinggi berupa pesan teknis budidaya; (5) Tingkat kemampuan penyuluh dalam penggunaan media sosial tertinggi pada kategori cukup mampu; dan (6) Hambatan penggunaan media sosial yang tertinggi adalah hambatan sosial budaya. Implikasi dari penelitian ini adalah perlu adanya peningkatan kemampuan dalam penggunaan media sosial untuk penyuluhan pertanian, baik bagi para penyuluh maupun para petani secara umum.

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of social media in agricultural extension activities during the Covid 19 Pandemic in Indonesia. This study uses a quantitative descriptive method, and involves skilled level agricultural extension respondents. The data collection method used a questionnaire which was accessed on google forms with

Keyword: covid 19
pandemic, extension,
social media

voluntary sampling method, then analyzed descriptively. The results of the study include (1) the social media used by the extension workers with the most user are WhatsApp, SMS, Facebook, Youtube, Telegram, Instagram, Twitter, TikTok, Pinterest, BBM, Line and LinkedIn; (2) The level of use of social media is mostly at frequent intensity, and the frequency of use is once every 1-3 days; (3) The highest level of social media usability in the very useful category; (4) The highest use of social media is used for communication with farmers, and the highest amount messages sent are in the form of cultivation technical messages; (5) The level of the instructor's ability to use social media is highest in the moderately capable category; and (6) the highest barriers to the use of social media are socio-cultural barriers. The implication of this study is that extension workers and farmers need to increase the ability to use social media for agricultural extension activities.

PENDAHULUAN

Dalam penyuluhan pertanian selalu terjadi proses komunikasi secara langsung dalam bentuk tatap muka secara fisik, maupun tidak langsung dengan memanfaatkan media komunikasi seperti penggunaan telepon maupun menggunakan smartphone. Pada kondisi normal atau saat sebelum terjadi Pandemi Covid-19 proses komunikasi dalam bentuk tatap muka langsung seperti dalam pertemuan kelompok tani dan penyuluh setiap bulan atau lapanan selalu dilakukan. Akan tetapi saat terjadi Pandemi Covid -19 ini, maka pertemuan model tatap muka langsung sangat berkurang karena ada kebijakan pemerintah pusat dan daerah terutama pada daerah zona merah untuk tidak diperkenankan adanya kerumunan. Seandainya terjadi pertemuan maka harus sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan yaitu jaga jarak, cuci tangan, dan menggunakan masker.

Dengan adanya aturan pemerintah tentang pembatasan pertemuan pada segala kegiatan, maka secara umum termasuk kegiatan pertemuan dalam penyuluhan pertanian sangat dibatasi. Hal ini terdapat konsekuensi bahwa segala kegiatan pertemuan secara langsung dalam penyuluhan pertanian harus dihindari. Sesuai dengan temuan dari penelitian yang dilakukan [Wibowo and Haryanto \[1\]](#), bahwa pada saat Pandemi Covid 19 terjadi perubahan frekuensi kunjungan penyuluh ke petani sasaran di sebagian besar kecamatan di Kabupaten Magelang yang meliputi: Bandongan, Borobudur, Candimulyo, Grabag, Kajoran, Kaliangkrik, Mertoyudan, Mungkid, Muntilan, Ngluwar, Pakis, Salam, Salaman, Sawangan, Secang, Srumbung, Tegalrejo, Tempuran, dan Windusari. Menurut para penyuluh tersebut besarnya perubahan mencapai 90 %.

Menurut [Sumardjo \[2\]](#) alternatif strategi penyuluhan pertanian di era Pandemi Covid-19 adalah mengoptimalkan pengelolaan potensi sumber daya lokal (community capital) melalui penguatan modal manusia (human capital), modal sosial (social capital),

dan komunikasi digital. Padahal pertemuan secara tidak langsung dengan menggunakan media sosial (digital) seperti handphone masih sangat terbatas yang dimiliki para petani. Sementara pertemuan secara langsung karena dibatasi, maka penyuluhan yang biasa dilakukan dengan pertemuan kelompok, kunjungan, magang, dan lain sebagainya yang bernuansa pertemuan langsung tidak dapat dilakukan.

Perubahan suasana lingkungan sosial karena adanya Pandemi Covid 19 ini dapat diantisipasi dan menjadi tantangan dalam penggunaan media sosial untuk pelaksanaan penyuluhan yang akan datang. Akan tetapi faktanya untuk menyiapkan adanya perubahan tersebut tidak dapat dilaksanakan secara mendadak. Di samping itu dalam penyuluhan yang dilaksanakan di Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) harus mengikuti aturan pemerintah dalam hubungannya dengan pembatasan pertemuan, sehingga dampak penyuluhan menjadi persoalan yang harus diatasi.

Dengan adanya permasalahan ini maka perlu dilakukan penelusuran penggunaan media sosial dalam penyuluhan. Permasalahan ini perlu dipecahkan agar penyuluhan dapat berjalan dengan lancar. Di sini penggunaan media sosial sangat diharapkan untuk memperlancar penyuluhan. Media sosial dapat memberikan harapan kelancaran dalam proses komunikasi antar penyuluh dan antara penyuluh dan para petani binaannya. Dengan penggunaan media sosial maka dapat memberikan jalan keluar berlangsungnya komunikasi walaupun tidak dapat bertemu secara langsung.

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: (1) Macam-macam media sosial apa sajakah yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19?, (2) Bagaimanakah tingkat penggunaan media sosial dalam penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19?, (3) Bagaimanakah tingkat kegunaan media sosial dalam komunikasi penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19 ?, (4) Bagaimanakah obyek komunikasi penyuluhan dalam penggunaan media sosial saat Pandemi Covid 19?, (5) Bagaimanakah tingkat kemampuan penyuluh dalam penggunaan media sosial dalam kegiatan penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19 ?, dan (6) Bagaimanakah hambatan penyuluh dalam penggunaan media sosial untuk penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19?.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) macam-macam media sosial yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19, (2) tingkat penggunaan media sosial dalam penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19, (3) tingkat kegunaan media sosial dalam komunikasi penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19, (4) obyek komunikasi penyuluhan dalam penggunaan media sosial saat Pandemi Covid 19, (5) tingkat kemampuan penyuluh dalam penggunaan media sosial dalam kegiatan penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19, dan (6) hambatan penyuluh dalam penggunaan media sosial untuk penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19.

Media sosial dapat didefinisikan sebagai media dalam jaringan internet atau secara online yang dimanfaatkan untuk melakukan komunikasi terutama dalam jarak jauh dimana terjadi proses interaksi antara pengguna. Pengguna dapat saling bertukar informasi, membagikan dokumen, kerjasama tim bahkan rapat dengan melalui

perangkat yang dapat berupa aplikasi media social secara virtual. Bahkan terdapat istilah bahwa media social mendekatkan hal yang jauh namun menjauhkan hal yang dekat.

Macam – macam media sosial antara lain: (1) Facebook, adalah aplikasi media sosial yang komprehensif dengan berbagai fungsi dimana pengguna dapat berkomunikasi dengan orang lain melalui facebook messenger, berbagi gambar, suara maupun video, membuat suatu jaringan komunitas ataupun grup sebagai wadah kelompok sosial. Facebook telah terbukti mempengaruhi hasil pemilu seperti di Amerika Serikat. Dampak negatif facebook dapat dikatakan tidak sedikit terutama dalam kegiatan politik, namun dampak positifnya antara lain dapat digunakan sebagai sarana bisnis (marketplace) dan menjadi ajang masyarakat untuk melakukan komplain terhadap ketidakpuasan mereka misalnya kepada pemerintah ataupun perusahaan tertentu; (2) Twitter, lebih dikhususkan sebagai media sosial yang mengutamakan tulisan meskipun saat ini twitter juga menambahkan fitur livestreaming. Pengguna twitter dapat memperoleh informasi sangat cepat dibandingkan media berita lainnya, bahkan pengguna dapat mengikuti akun yang dianggap penting ataupun berguna di berbagai bidang. Seringkali twitter dijadikan ajang politik, info perubahan cuaca dan iklim hingga hingga berjualan.

Media sosial selanjutnya adalah (3) WhatsApp, merupakan media sosial yang semakin populer dengan pengguna yang sangat banyak berbasis nomor seluler. Hampir seluruh pengguna handphone di Indonesia menginstall aplikasi whatsapp dan sering dijadikan sarana bertukar informasi yang utama. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat bertukar gambar, video, suara, lokasi dan membuat grup hingga melakukan broadcasting ataupun melakukan update status; (4) Instagram, merupakan media sosial berbasis gambar ataupun video singkat. Instagram sangat diminati anak-anak muda karena dilengkapi filter-filter menarik hingga melakukan livestreaming. Apabila pengguna instagram memiliki follower dalam jumlah banyak maka pengguna tersebut dapat meraih keuntungan dengan menerima endorse, meskipun ada yang menggunakan secara langsung untuk menjual produk dengan memasang gambar-gambar produk melalui Instagram.

Media sosial lainnya antara lain: (5) LINE, sebelumnya memiliki banyak fitur yang dianggap lebih bagus dibandingkan fitur saat ini. Sebelumnya aplikasi ini memiliki fitur send friend request, timer timeline, like share, dan open chat namun diganti dengan fitur followers. Popularitas LINE dapat dikatakan semakin menurun seiring ditutupnya fitur LINE lainnya seperti LINE Today; (6) Youtube, merupakan media sosial dengan penekanan utama pada video atau gambar bergerak. Terdapat banyak pengguna youtube dengan penghasilan yang sangat melimpah, bahkan terdapat penyuluh menjadi youtuber dalam bidang penyuluhan pertanian dengan penghasilan yang tinggi dari kegiatan membuat konten; (7) BBM atau kepanjangannya Blackberry Messenger, merupakan media sosial yang semakin sepi pengguna dikarenakan perangkatnya juga semakin kurang diminati. BBM sebenarnya cukup unik karena pengguna tidak perlu menggunakan nomor handphone melainkan menggunakan PIN yang tertera pada profil.

Fungsi BBM dapat dikatakan mirip dengan WhatsApp namun lebih dititikberatkan pada pemasangan status pengguna dan mengirimkan pesan melalui internet; (8) Kaskus merupakan forum komunitas yang ada di Indonesia dan pernah menjadi media populer di kalangan remaja Indonesia. Dengan Kaskus pengguna dapat membuat suatu thread pembahasan topik menarik secara bebas.

Media sosial merupakan suatu sarana komunikasi. Stoner, Freeman, dan Gilbert (1995) mendefinisikan komunikasi sebagai *the process by which people attempt to share meaning via the transmission of symbolic messages* atau proses dimana seseorang berbagi suatu arti atau pesan melalui perpindahan pesan secara simbolis kepada orang lain. Komunikasi dapat dilakukan secara langsung (tanpa perantara atau media) ataupun tidak langsung melalui berbagai media komunikasi yang tersedia termasuk didalamnya media sosial.

Terdapat beberapa elemen-elemen dalam komunikasi, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Sumber (*Source*) adalah seseorang yang membuat keputusan untuk berkomunikasi. Sering disebut juga dengan pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*).
- 2) Pesan (*The message*) adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang berisi ide, sikap dan nilai komunikator. Pesan memiliki tiga komponen yaitu; (1) makna, (2) simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, (3) bentuk atau organisasi pesan.
- 3) Saluran (*The channel*) adalah alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
- 4) Penerima (*The receiver*) adalah orang yang menerima pesan. Penerima sering disebut juga dengan sasaran/ tujuan (*destinationion*), penyandi balik (*decoder*), khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), atau penafsir (*interpreter*).
- 5) Hambatan (*Barriers*) adalah faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya kesalahan pemaknaan pesan yang disampaikan komunikator kepada penerima. Hambatan ini bisa berasal dari pesan, saluran, dan pendengar.
- 6) Umpan balik (*Feedback*) adalah reaksi dan respons pendengar atas komunikasi yang komunikator lakukan. Feedback bisa dalam bentuk komentar atau tertulis, surat.
- 7) Situasi (*The situation*) adalah salah satu elemen yang paling penting dalam proses komunikasi. Situasi atau keadaan selama komunikasi berlangsung berpengaruh terhadap mood pembicara maupun pendengar, saluran/ media yang dipakai, dan *feedback audience*.

Media komunikasi dalam penyuluhan pertanian pada anggota kelompok tani adalah menggunakan saluran antar pribadi yang terbagi menjadi tatap muka, *handphone* (HP), dan pertemuan kelompok [3]. Dengan adanya Pandemi Covid 19 maka

tatap muka dan pertemuan kelompok dibatasi, sehingga penggunaan HP semakin meningkat agar komunikasi tetap terlaksana secara optimal.

Kerangka pikir penelitian ini bermula pada masa pandemi Covid 19 terdapat banyak pembatasan aktivitas pada sektor apa pun yang melibatkan orang banyak atau kerumunan untuk menghindari penyebaran Covid 19. Demikian juga penyuluhan pertanian yang melibatkan penyuluh dan petani binaan dikurangi untuk pertemuan secara langsung atau tatap muka sehingga pemerintah mengadakan berbagai pelatihan melalui daring seperti Pelatihan Sejuta Petani dan Penyuluh. Sesuai dengan tugas jabatan penyuluh pertanian banyak kegiatan yang harus bertemu secara langsung atau tatap muka, namun dengan pandemi Covid 19 ini dengan sendirinya terjadi aturan pembatasan bertemu langsung secara fisik sangat menghambat penyampaian pesan atau inovasi baru dalam bidang pertanian. Dengan demikian maka sarana berupa sosial media merupakan kebutuhan dan tuntutan yang harus digunakan untuk media sebagai pengganti tatap muka langsung. Meskipun saat ini pandemi 19 hampir dinyatakan akan berakhir namun penelitian penggunaan media sosial ini perlu dilakukan karena pastinya terdapat pembiasaan penggunaan media social yang tidak menghilang meskipun pandemic pada akhirnya akan dinyatakan menjadi endemi.

Penggunaan sosial media secara umum sudah bukan hal yang menakjubkan karena sudah berkembang dengan pesat, bahkan sudah merambah pedesaan. Namun fakta di lapangan belum merata baik dalam jumlah dan tingkat penguasaan secara individu. Memang bagi anak-anak muda sudah bukan hal baru, namun bagi orang-orang tua masih perlu penyesuaian dalam menggunakannya. Seperti kita ketahui usia petani Indonesia adalah dalam kategori tua demikian juga penyuluh sehingga perlu diteliti media social apakah yang paling efektif dan efisien dan berlaku secara umum dari usia muda hingga tua.

Media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi dan pengetahuan, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Hingga Januari 2021, Indonesia memiliki pengguna internet sebanyak 202,6 juta jiwa dan ini meningkat 16% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Global Web Index (GWI), berikut 10 sosial media yang populer digunakan di Indonesia [4]:

- 1) *Youtube*, merupakan situs web untuk berbagi video. Beberapa orang juga menyebutnya sebagai media sosial berbasis video. Berbagai macam video bisa diunggah melalui *youtube* mulai dari video tutorial, music, video edukasi, film pendek, trailer film, sinetron, video blog, dan lain-lain.
- 2) *WhatsApp*, merupakan aplikasi pesan instan yang bisa digunakan melalui *smartphone* atau laptop. *WhatsApp* tidak menggunakan pulsa seperti SMS, tetapi menggunakan data internet. Jadi, pada aplikasi ini tidak perlu khawatir mengenai panjang pendeknya karakter tulisan, tidak ada batasan selama data internet

memadai. Tidak hanya berkirim pesan seperti teks, pada *WhatsApp* juga bisa mengirim gambar, video, juga dokumen.

- 3) *Instagram*, menjadi media sosial yang digemari di Indonesia terutama kaum muda. Aplikasi berbasis *iOS*, *Android*, dan *Windows phone* ini dapat digunakan penggunanya untuk mengedit, mengunggah foto, video, ke halaman utama *instagram* dan jejaring sosial lainnya.
- 4) *Facebook*, memiliki fungsi yang beraneka ragam seperti berbagi foto, video, lokasi, maupun kegiatan-kegiatan lain. *Facebook* juga terus melakukan pembaharuan untuk meningkatkan kenyamanan penggunanya.
- 5) *Twitter*, adalah konsep jejaring sosial dan *microblogging*. Pengguna *twitter* sudah mencapai lebih dari 500 juta pengguna bersaing dengan *facebook*.
- 6) *Line*, merupakan aplikasi pesan instan yang memungkinkan pengguna untuk saling berkomunikasi melalui jaringan internet. Hampir sama dengan *WhatsApp*, *Line* juga bisa untuk mengirim pesan teks, foto, video, dokumen, dan link.
- 7) *Linkedin*, adalah salah satu media sosial yang berfokus pada jaringan profesional dan bisnis. *Linkedin* digunakan untuk memajang keahlian dan pengalaman yang dimiliki seseorang, baik itu karyawan, pengusaha, dosen, hingga mahasiswa. Dengan *Linkedin*, seseorang dapat membuat profil profesional dengan menambahkan CV foto, pendidikan, hingga pengalaman-pengalaman lain.
- 8) *TikTok*, merupakan aplikasi yang digunakan untuk merekam, mengedit, dan mengunggahnya ke beberapa media sosial. Dengan *TikTok*, bisa membuat video pendek dengan disertai musik dan tulisan. Konten yang unik, biasanya akan cepat viral.
- 9) *Pinterest*, adalah media sosial *virtual pinboard* yang memungkinkan penggunanya untuk membuat koleksi foto maupun album. Secara unik, *pinterest* ini bisa pengguna buat dari hasil unggahan sendiri maupun dari kumpulan gambar pengguna lain yang pengguna temukan di *pinterest*.
- 10) *Telegram*, merupakan aplikasi pesan yang memungkinkan pengguna untuk mengirimkan pesan rahasia yang dienkripsi *end to end* sebagai keamanan tambahan. *Telegram* bisa digunakan di *android*, *iphone*, *windows phone* juga komputer.

Dengan latar belakang tersebut di atas, maka pada perlu dilakukan penelitian tentang penggunaan media sosial bagi para penyuluh dalam kegiatan pelaksanaan tugas jabatan penyuluh pertanian. Media yang banyak digunakan secara umum di masyarakat meliputi: *Youtube*, *WhatsApp (WA)*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Line*, *Linkedin*, *Tik-tok*, *Pinterest*, dan *Telegram*.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang melibatkan penyuluh pertanian terampil yang merupakan Aparatur Sipil Negara (ASN) Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (P3K) dan sedang melaksanakan pendidikan Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) di Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang (Polbangtan YoMa) pada Angkatan I Tahun 2021. Penelitian ini menggunakan populasi penyuluh pertanian yang sedang melaksanakan pendidikan Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) di Politeknik Pembangunan Pertanian (Polbangtan) Yogyakarta Magelang. Jumlah populasi penyuluh adalah 302 orang, dan metode pengambilan sampel secara non-probabilitas yaitu model sampling sukarela (voluntary sampling) atau disebut metode pengambilan sampel non-probabilitas. Sampel sukarela terdiri dari orang-orang yang memilih sendiri ke dalam survei.

Jumlah penyuluh yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 163 orang, yang berasal dari beberapa daerah yaitu tersebar di Daerah Istimewa Yogyakarta, Provinsi Jawa Tengah dan beberapa daerah dari luar Pulau Jawa. Waktu penelitian dilakukan pada tahun 2022 dan 2023. Lokasi penelitian secara virtual lingkup nasional melalui aplikasi google form yang diupload melalui grup WhatsApp perkuliahan mahasiswa Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner. Metode kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari responden. Angket disajikan dalam bentuk pilihan dengan menggunakan google form kemudian di unggah dalam grup WhatsApp penyuluh yang sedang melaksanakan pendidikan Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) di Politeknik Pembangunan Pertanian (Polbangtan) Yogyakarta Magelang. Responden atau penyuluh dapat membuka angket melalui Link yang ada di grup WhatsApp tersebut. Hasil jawaban dalam angket yang terekam melalui aplikasi google form akan secara otomatis terolah secara deskriptif dari setiap item pertanyaan. Bentuk olahan dan sajian data adalah berupa grafik yang dapat dianalisis dan diinterpretasikan.

Harus detail dan jelas sehingga orang yang kompeten dapat melakukan riset yang sama (pelaksanaan riset harus *repeatable* and *reproduceable*). Jika metode yang digunakan telah diketahui sebelumnya, maka pustakanya harus dicantumkan. Bahan dan alat tidak dirinci satu persatu tetapi implisit di dalam narasi metode. Spesifikasi bahan harus detail agar orang lain mendapat informasi tentang cara memperoleh bahan tersebut.

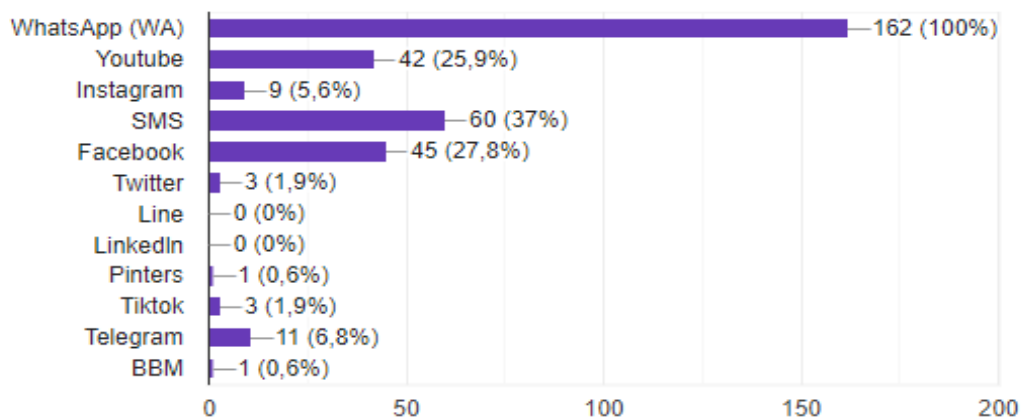
HASIL DAN PEMBAHASAN

Macam-Macam Media Sosial yang digunakan dalam Penyuluhan

Dari Gambar 1 menunjukkan bahwa sebanyak 162 orang (100 %) responden menggunakan *WhatsApp*, kemudian diikuti penggunaan *SMS* sebanyak 60 orang (37 %), *Facebook* sebanyak 45 orang (27,8 %), *Youtube* sebanyak 42 orang (25,9 %), *Telegram* sebanyak 11 orang (6,8 %), *Instagram* sebanyak 9 orang (5,6 %), *Twitter*

sebanyak 3 orang (1,9 %), *TikTok* sebanyak 3 orang (1,9 %), *BBM* sebanyak 1 orang (0,6 %), sedangkan *LINE* dan *Linkedin* tidak ada yang menggunakan (0 %). Hasil ini memang logis karena fakta di lapangan terutama penggunaan *WhatsApp* sangat familiar di masyarakat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian [Safitri, et al. \[5\]](#), Media sosial yang digunakan dalam penyuluhan pertanian umumnya terdiri atas *WhatsApp*, *Facebook*, *Youtube*, dan *Instagram*.

Media Sosial yang digunakan para penyuluh pertanian saat Pandemi Covid 19 bermacam-macam meliputi sebagai berikut:

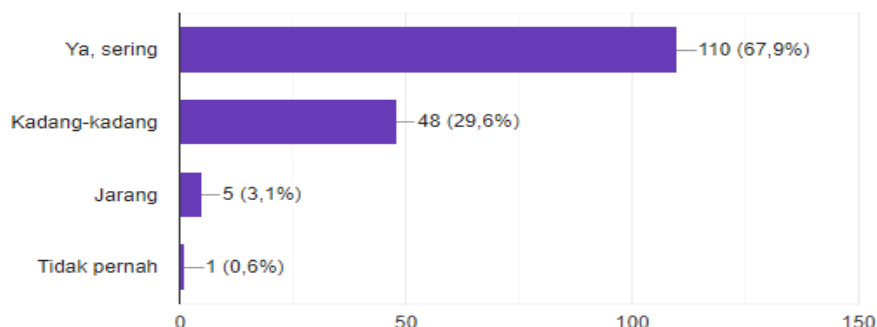


Gambar 1. Grafik Macam-macam media sosial yang digunakan dalam penyuluhan pertanian

Tingkat Penggunaan Media Sosial Dalam Penyuluhan Pertanian

1. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial menurut penyuluh dapat ditunjukkan pada Gambar 2.



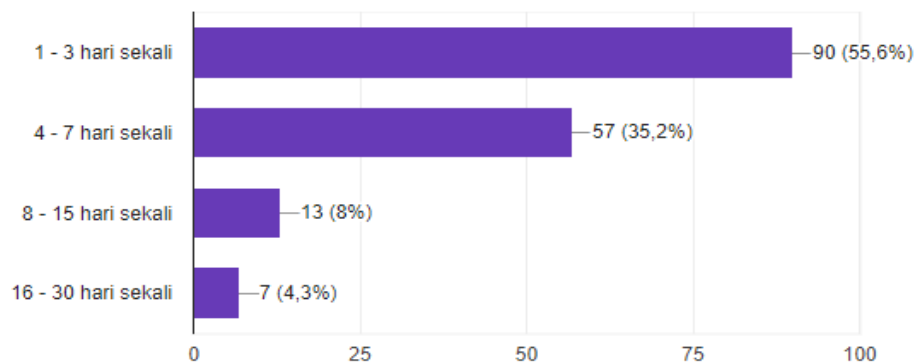
Gambar 2. Grafik Intensitas Penggunaan Media Sosial untuk Penyuluhan

Gambar 2. Menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh penyuluh pertanian tertinggi pada kategori sering sebanyak 110 orang (67,9 %), kategori kadang-kadang

sebanyak 48 orang (29,6 %), kategori jarang sebanyak 5 orang (3,1 %), dan kategori tidak pernah sebanyak 1 orang (0,6 %).

2. Intensitas Frekuensi Waktu Penggunaan Media Sosial

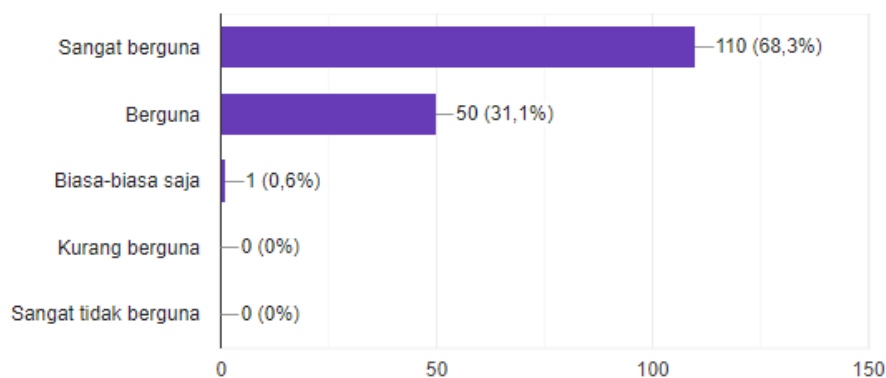
Intensitas atau frekuensi waktu penggunaan media sosial oleh penyuluh dalam penyuluhan pertanian menunjukkan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 90 orang (55,6 %) setiap 1 – 3 hari sekali. Pada frekuensi setiap 4 – 7 hari sekali sebanyak 57 orang (35,2 %), kemudian frekuensi 8 – 15 hari sekali sebanyak 13 orang (8 %), dan 16 – 30 hari sekali sebanyak 7 orang (4,3 %). Berdasarkan hasil penelitian [Nugroho, et al. \[6\]](#), diketahui bahwa mayoritas responden cukup sering menggunakan *WhatsApp* dengan frekuensi 11-15 kali per minggu dan durasi 3-4 jam per hari. Dengan demikian maka menunjukkan kewajaran bahwa penggunaan media sosial sudah dapat dikatakan cukup tinggi intensitas dan frekuensinya. Frekuensi penggunaan media sosial menurut penyuluh dapat ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Frekuensi Waktu Penggunaan Media Sosial dalam Penyuluhan

Tingkat Kegunaan Media Sosial untuk Penyuluhan

Tingkat kegunaan atau kemanfaatan media sosial menurut penyuluh dapat ditunjukkan pada Gambar 4.



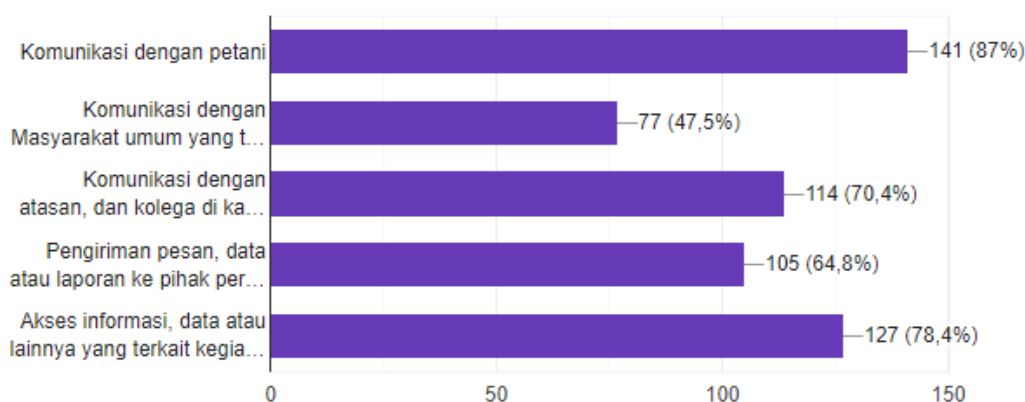
Gambar 4. Grafik Tingkat Kegunaan Media Sosial dalam Penyuluhan

Pada Gambar 4 menunjukkan tingkat kegunaan atau kemanfaatan media sosial dalam penyuluhan pertanian menurut penyuluh yaitu sebagian besar yaitu 110 orang (68,3 %) menyatakan sangat berguna, kemudian yang menyatakan berguna sebanyak 50 orang (31,1 %), dan yang menyatakan biasa-biasa saja sebanyak 1 orang (0,6 %), sedangkan yang menyatakan kurang berguna dan sangat tidak berguna tidak ada. Sebagaimana menurut hasil penelitian Safitri, et al. [5], bahwa penggunaan media sosial dalam aktivitas penyuluhan di lokasi penelitian sudah baik, di mana media sosial dimanfaatkan untuk aktivitas penyuluhan, pelatihan, dan sosialisasi. Selain itu media sosial juga digunakan untuk diskusi dengan penyuluh atau sesama petani terkait pertanian, mencari lebih banyak informasi mengenai pertanian, dan memasarkan hasil pertanian melalui berbagai aplikasi media sosial. Dampak positif penggunaan media sosial adalah peningkatan akurasi, efisiensi, dan efektivitas penyuluhan, menjadi media pembelajaran dan berbagi informasi, serta peningkatan produktivitas pertanian.

Bentuk dan pesan Komunikasi Penyuluhan Dalam Media Sosial

1. Bentuk komunikasi penyuluhan yang menggunakan media sosial

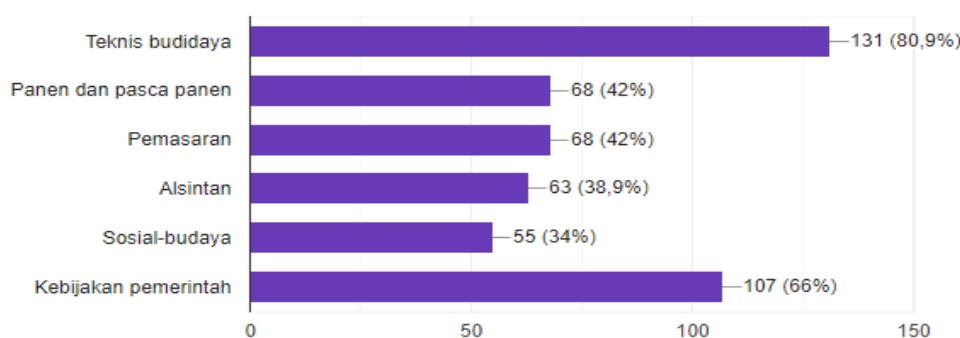
Gambar 5 menunjukkan bahwa kegiatan penyuluh yang menggunakan media sosial tertinggi yaitu komunikasi dengan petani sebanyak 141 orang (87 %), kemudian akses informasi, data atau lainnya yang terkait penyuluhan sebanyak 127 orang (78,4 %), komunikasi dengan atasan dan kolega di kantor BPP sebanyak 114 orang (70,4 %), pengiriman pesan, data atau laporan ke pihak perorangan atau lembaga terkait sebanyak 105 orang (64,8 %), dan yang terendah adalah komunikasi dengan masyarakat umum yang terkait dengan penyuluhan pertanian yaitu sebanyak 77 orang (47,5 %). Hasil ini menginterpretasikan bahwa komunikasi penyuluh dengan petani secara nyata banyak dilakukan setiap saat dengan bantuan media sosial yang sudah familier saat sekarang, dan sebagian besar keluarga petani sudah banyak mempunyai sarana media sosial yang dapat digunakan untuk komunikasi dengan penyuluh saat pandemi Covid 19 ini. Beberapa macam kegiatan komunikasi yang menggunakan media sosial meliputi sebagai berikut:



Gambar 5. Penyuluhan yang menggunakan bantuan media sosial

Materi atau pesan komunikasi yang diakses menggunakan media sosial

Materi atau pesan yang dikirim atau diakses menggunakan media sosial terdapat pada gambar 6 sebagai berikut:



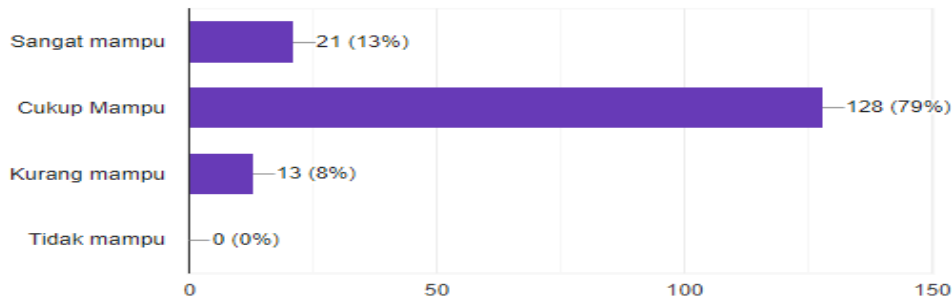
Gambar 6. Materi atau pesan yang sering dikirim atau diakses menggunakan media sosial

Gambar 6 menunjukkan bahwa materi atau pesan yang dikirim atau diakses penyuluh menggunakan media sosial tertinggi tentang materi atau pesan teknis budidaya yaitu sebanyak 131 orang (80,9 %), kemudian diikuti tentang kebijakan pemerintah yaitu 107 orang (66 %), selanjutnya tentang panen dan pasca panen serta pemasaran mempunyai tingkatan yang sama yaitu masing-masing sebanyak 68 orang (42 %), kemudian tentang alsintan sebanyak 63 orang (38,9 %), dan terendah tentang sosial budaya yaitu sebanyak 55 orang (34 %).

Hasil ini didukung penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa dengan pencarian yang dilakukan melalui *website cyber extension* di masa pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa materi yang disajikan dalam website masih berfokus pada aspek teknis budidaya. Sementara aspek ataupun informasi yang terkait dengan sarana prasarana produksi dan pemasaran hasil budidaya pertanian masih sangat sedikit, padahal dengan adanya pembatasan pada masa pandemi, kedua informasi tersebut sangat dibutuhkan penyuluh maupun petani [7].

Tingkat Kemampuan Penyuluh Dalam Penggunaan Media Social

Tingkat kemampuan penyuluh dalam penggunaan media sosial dapat ditunjukkan sebagai berikut:

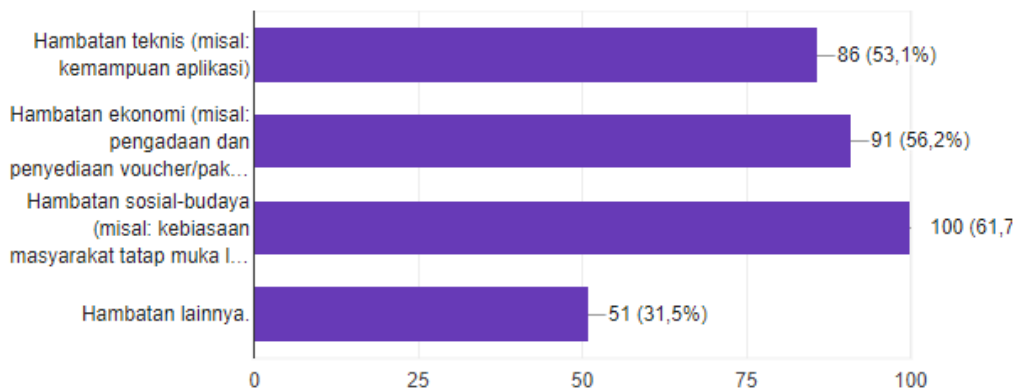


Gambar 7. Tingkat kemampuan penyuluh dalam penggunaan Media Sosial

Tingkat kemampuan penyuluh dalam penggunaan media sosial sebagaimana pada gambar 7. Menunjukkan sebagian besar pada kategori cukup mampu yaitu sebanyak 128 orang (79 %), sementara pada kategori sangat mampu hanya sekitar 21 orang (13 %) dan yang kurang mampu sebanyak 13 orang (8 %), sedangkan yang tidak mampu tidak ada (0 %). Hasil penelitian ini didukung dari hasil penelitian dari [Suratini, et al. \[8\]](#), adanya persepsi penyuluh terhadap kemudahan mengakses informasi melalui media sosial. Dengan demikian secara umum untuk saat sekarang penggunaan media sosial oleh penyuluh pertanian dapat dikatakan tidak sulit lagi untuk pengaplikasian.

Hambatan Penyuluh dalam Penggunaan Media Sosial

Hambatan dalam penggunaan media sosial menurut penyuluh dapat ditunjukkan sebagai berikut:



Gambar 8. Hambatan penyuluh dalam penggunaan Media Sosial

Hambatan penggunaan media sosial menurut penyuluh dapat dilihat pada Gambar 8. Menunjukkan bahwa hambatan yang tertinggi adalah hambatan sosial budaya (misal: kebiasaan masyarakat tani tatap muka langsung) yaitu sebanyak 100 orang (61,7 %), kemudian hambatan ekonomi (pengadaan dan penyediaan sarana media sosial) yaitu sebanyak 91 orang (56,2 %), selanjutnya hambatan teknis (kemampuan aplikasi) sebanyak 86 orang (53,1 %), dan yang terendah hambatan lainnya sebanyak 51 orang (31,5 %).

Menurut hasil penelitian Safitri, et al. [5], hambatan penggunaan media terdiri atas hambatan internal dan hambatan eksternal. Hambatan internal yang dihadapi penyuluh terdiri atas hambatan usia dan kurangnya keterampilan dalam mengaplikasikan *smartphone*; hambatan internal yang dihadapi petani terdiri atas usia, tingkat pendidikan, dan kemampuan dalam mengaplikasikan *smartphone*. Hambatan eksternal penggunaan media sosial baik bagi penyuluh terdiri atas jaringan internet yang kurang stabil, terutama ketika listrik padam dan cuaca buruk, dan keterbatasan kuota internet.

Melaporkan apa yang diperoleh dalam percobaan. Tidak menampilkan data sekaligus sebagai tabel dan grafik. Tabel dan grafik harus *self-explanatory* (dapat dipahami tanpa harus membaca teks), keterangan tabel dan grafik harus lengkap. Tidak mengulang data yang disajikan dalam tabel atau grafik satu per satu dalam bentuk kata-kata, kecuali untuk hal-hal yang sangat menonjol. Pembahasan membandingkan hasil yang kita peroleh dengan data pengetahuan (hasil riset orang lain) yang sudah dipublikasikan. Menjelaskan implikasi dari data yang kita peroleh bagi ilmu pengetahuan atau pemanfaatannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial oleh penyuluh dalam rangka penyuluhan pertanian saat Pandemi Covid 19 bervariasi yaitu dengan kategori terbanyak menggunakan WhatsApp, kemudian diikuti kategori sedang yaitu meliputi SMS, Facebook, dan Youtube, serta termasuk kategori rendah meliputi Telegram, Instagram, Twitter, TikTok, Pinterest, dan BBM, sedangkan yang tidak ada yang menggunakan adalah Line dan LinkedIn.

Tingkat penggunaan media sosial meliputi intensitas dan frekuensi penggunaan media sosial. Intensitas penggunaan media sosial oleh penyuluh pertanian tertinggi pada kategori sering, kemudian diikuti kadang-kadang, selanjutnya jarang dan yang terendah tidak pernah. Frekuensi penggunaan tertinggi setiap 1-3 hari sekali, kemudian secara berturut-turut 4-7 hari sekali, 8-15 hari sekali dan yang terendah 18-30 hari sekali.

Tingkat kegunaan media sosial menurut persepsi penyuluh berkisar antara sangat berguna sampai dengan biasa-biasa saja, dan tertinggi pada kategori sangat berguna, kemudian diikuti kategori berguna, dan paling rendah kategori biasa-biasa saja. Untuk kategori negatif yaitu kurang berguna dan sangat tidak berguna tidak ada pernyataan keduanya.

Bentuk dan pesan komunikasi penyuluhan yang menggunakan media sosial yaitu untuk bentuk komunikasi yang tertinggi yaitu komunikasi dengan petani, kemudian akses informasi, data atau lainnya yang terkait penyuluhan, komunikasi dengan atasan dan kolega di kantor BPP, pengiriman pesan, data atau laporan ke pihak perorangan atau lembaga terkait, dan yang terendah adalah komunikasi dengan masyarakat umum yang terkait dengan penyuluhan pertanian. Pesan atau materi yang dikirim menggunakan media sosial yaitu tertinggi pesan teknis budidaya, kemudian diikuti

tentang kebijakan pemerintah, selanjutnya tentang panen dan pasca panen serta pemasaran, kemudian tentang alsintan, dan terendah tentang sosial budaya.

Tingkat kemampuan penyuluh dalam penggunaan media sosial tertinggi pada kategori cukup mampu, kemudian diikuti kategori sangat mampu, selanjutnya kurang mampu, sedangkan yang tidak mampu tidak ada. Hambatan penggunaan media sosial menurut penyuluh yang tertinggi adalah hambatan sosial budaya, kemudian hambatan ekonomi, selanjutnya hambatan teknis, dan yang terendah hambatan lainnya.

Dengan memperhatikan hasil penelitian ini maka disarankan terkait beberapa hal menyangkut penggunaan media sosial yaitu meliputi (1) sebagian besar para penyuluh telah menggunakan dan menguasai dengan baik terhadap aplikasi salah satu media sosial seperti WhatsApp, namun belum banyak yang menguasai aplikasi lain, padahal aplikasi lain seperti Youtube penting untuk mengunggah video yang sangat berguna dalam penyuluhan secara online. Dengan demikian maka perlu dilakukan pelatihan penggunaan media sosial yang belum banyak dikuasai penyuluh namun sangat penting dalam penyuluhan. Adanya hambatan yang utama yaitu hambatan sosial budaya dalam penggunaan media sosial. Hal ini memang wajar karena para petani mayoritas sudah tua sehingga di samping penggunaan media sosial dianggap tidak familier juga masih ada kebiasaan pertemuan langsung dianggap lebih penting. Dengan demikian maka penggunaan media sosial perlu disosialisasikan kepada petani muda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. T. Wibowo and Y. Haryanto, "Kinerja penyuluh pertanian dalam masa pandemi covid-19 di Kabupaten Magelang," *Jurnal Penelitian Peternakan Terpadu*, vol. 2, no. 2, pp. 79-92, 2020.
- [2] Sumardjo, "Tantangan dan peluang profesi penyuluh dalam pembangunan nasional. Makalah disampaikan pada Webinar Kuliah Umum: Tantangan Dan Peluang Penyuluh Dalam Pembangunan Nasional," 2020.
- [3] S. A. Rusdy and A. F. Sunartomo, "Proses komunikasi dalam penyuluhan pertanian program System of Rice Intensification (Sri)," *Jurnal Kirana*, vol. 1, no. 1, pp. 1-11, 2020.
- [4] A. Rifda. "10 Sosial Media Paling Populer di Indonesia." <https://www.gramedia.com/best-seller/sosial-media-paling-populer/> (accessed 31 januari, 2022).
- [5] E. Safitri, E. Arif, and Asmawi, "Penggunaan media sosial dalam penyuluhan pertanian di Kecamatan Tiung Kabupaten Dharmasraya," *Jurnal Niara*, vol. 13, no. 2, pp. 92-101, 2021.
- [6] I. Nugroho, W. Sumekar, and K. Prayoga, "Hubungan frekuensi penggunaan whatsapp terhadap keberhasilan pemasaran kopi di Gapoktan Gunung Kelir Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang," *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, vol. 28, no. 1, pp. 17-31, 2021.
- [7] K. S. Indraningsih, K. S. Septanti, and A. M. Ar-Rozi, *Penyuluhan Pertanian dalam Upaya Pemberdayaan Petani Pada Era Pandemi Covid-19* (Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Kementan). 2020, pp. 613-633.
- [8] S. Suratini, P. Muljono, and C. T. Wibowo, "Pemanfaatan media sosial untuk mendukung kegiatan penyuluhan pertanian di Kabupaten Minahasa Provinsi Sulawesi Utara," *Jurnal Penyuluhan*, vol. 17, no. 1, pp. 12-24, 2021.