

THESIS

**ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL ANAK PETANI
KAKAO DI KECAMATAN WOTU KABUPATEN LUWU TIMUR**

***ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA UTILIZATION BY COCOA FARMERS'
CHILDREN IN WOTU DISTRICT, EAST LUWU REGENCY***

M FIKRI ALGHIFARI YUNUS



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

**ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL ANAK PETANI KAKAO DI
KECAMATAN WOTU KABUPATEN LUWU TIMUR**

TESIS

*Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister Dalam Program
Studi Magister Ilmu Komunikasi*

Disusun dan Diajukan Oleh:

M. Fikri Alghifari Yunus

E02221047

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

MAKASSAR

2024

TESIS

**ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL ANAK PETANI KAKAO DI
KECAMATAN WOTU KABUPATEN LUWU TIMUR**

Disusun dan diajukan oleh

M FIKRI ALGHIFARI YUNUS

E022221047

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam

rangka penyelesaian Studi Program Magister Ilmu Komunikasi

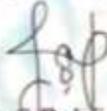
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

pada tanggal **25 JUNI 2024**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Tut Bahfiarti, S.Sos., M.Si
Nip. 197306172006042001

Pembimbing Pendamping,



Dr. H. Muhammad Farid, M.Si
Nip. 196107161987021001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,



Prof. Dr. Muh. Akbar, M.Si
Nip. 196506271991031004

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. Phil. Sukri, S.IP., M.Si
Nip. 197508182008011008

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M Fikri Alghifari Yunus

NIM : E022221047

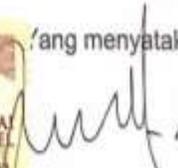
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S2 (Strata 2)

Dengan ini menyatakan bahwa TESIS yang saya tulis dengan judul **"Analisis Pemanfaatan Media Sosial Anak Petani Kakao di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur"** merupakan hasil karya sendiri, bukan mengambil karya dari orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian maupun keseluruhan TESIS ini merupakan hasil karya dari orang lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 19 Juli 2024

Yang menyatakan,

M Fikri Alghifari Yunus



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Analisi Pemanfaatan Media Sosial Anak Petani Kakao di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur” guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi dalam program studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan tesis ini, tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya. Berkat bantuan, semangat, dorongan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak sehingga kendala, hambatan serta kesulitan tersebut dapat teratasi. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada **Allah SWT** yang memberikan kemudahan serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini, dan penghargaan setinggi-tingginya kepada kedua orang tua penulis, Ayah **Alm. M Yunus Sihuna** dan Ibu **Sidrati Basir** yang selalu memberikan semangat dan senantiasa berjuang untuk menyekolahkan penulis setinggi-tingginya dan selalu berusaha memberikan yang terbaik walau ditengah keterbatasan yang kadang

terjadi. Apa yang penulis lakukan tidak akan dapat membalas segala doa baik dan usaha kalian sehingga menjadikan penulis seperti saat ini. Semoga kedepannya apapun yang dilakukan panulis setelah ini selalu bisa membanggakan kalian. Aamiin Allahumma Aamiin. Tak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih kepada kakak penulis **M Rifqi Fauzan Yunus** yang selalu memberikan semangat dikala penulis mengalami masa-masa sulit untuk menyelesaikan pendidikan dan selalu menjadi alasan penulis untuk terus berjuang hingga bisa membanggakan keluarga.

Penulis menyadari bahwa tesis ini jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang.

Dalam kesempatan ini, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang banyak berkontribusi dalam penulisan tesis ini:

1. Prof. Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos.,M.Si dan Dr. Muhammad Farid, M.Si selaku pembimbing saya, terima kasih atas arahan, masukan, nasehat yang telah diberikan kepada penulis yang sangat berguna dalam penulisan tesis ini. Semoga bapak dan ibu selalu dalam lindungan Allah SWT dan senantiasa diberikan kesehatan dalam menjalankan kesehariannya, umur yang panjang dan berkah, serta rezeki yang berlimpah.
2. Prof. Dr. H. Muh. Akbar, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi atas bantuan secara administrasi dan memberi semangat

dalam penyelesaian studi penulis.

3. Seluruh Bapak/Ibu dosen Departemen Ilmu Komunikasi tanpa terkecuali yang telah memberikan ilmu dan waktunya kepada penulis selama menempuh pendidikan serta staf Departemen Ilmu Komunikasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
4. Terima kasih juga kepada seluruh responden dalam hal ini seluruh remaja di Kecamatan Wotu yang telah berkerja sama dan membantu saya dalam pengisian kuesioner selama penelitian berlangsung.
5. Teman-teman S2 Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 yang turut memberikan dukungan dan semangat selama perkuliahan berlangsung.
6. Terima kasih kepada Pria Tampan Wotu. Dirga, Iksan, Irvan, Fadil, Furqan Fajrul dan Habil. Setiap langkah dalam penelitian ini mengingatkan penulis pada kenangan indah bersama. Kalian adalah bukti bahwa persahabatan sejati tidak kenal waktu dan jarak.
7. Kepada Yusril, Paldi, Asmi, Nugie, Iank, Fajar, Cicu, Agung, Ahmad, Iksan, Terima kasih telah menjadi teman sejati yang selalu ada disamping penulis, tidak hanya dalam suka maupun duka.
8. Kepada orang – orang baik, Putri, Ibnu, Aldi, Darul, Ani, Lulu, Nona, Ebit, Indah, Poppy, Rahmi, Andini, dan masih banyak lagi yang tidak sempat penulis sebutkan satu per satu. Terimakasih, kalian telah menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan ini, memberikan dukungan, inspirasi, dan

tawa yang tak ternilai harganya.

9. Terimakasih kepada Yustim PT Yuscorp Bisnis Indonesia. Terimakasih atas kepercayaan, dukungan tanpa syarat, dan semangat kolaboratif yang selalu kalian bawa setiap hari di tempat kerja.
10. M. Fikri Alghifari Yunus, yaitu diri saya sendiri. Terima kasih kepada diri sendiri yang selalu menghadapi kegelapan dengan penuh keyakinan. Seperti petani yang gigih mengolah ladang kering menjadi subur, begitu juga dengan ketekunan saya dalam menyelesaikan tesis ini, mengubah setiap rintangan menjadi peluang untuk tumbuh dan berkembang.

Akhir kata, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Dan permohonan maaf yang sebesar-besarnya penulis sampaikan atas segala kesalahan penulis lakukan selama proses pengerjaan tesis ini. Semoga kita semua tetap berada dalam perlindungan Allah SWT, sekian dan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 25 Juli 2024

M. Fikri Alghifari Yunu

ABSTRAK

M FIKRI ALGHIFARI YUNUS. Analisis Pemanfaatan Media Sosial Anak Petani Kakao di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur (dibimbing oleh Tuti Bahfiarti dan Muhammad Farid)

Pemanfaatan media sosial adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menggunakan platform media sosial guna berinteraksi, berbagi konten, memperoleh informasi, atau terlibat dalam aktivitas lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki jenis konten, kecenderungan, dan pemanfaatan media sosial oleh anak-anak petani kakao di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan menggunakan metode survei. Pemanfaatan media sosial dijadikan sebagai satu-satunya variabel. Survei yang dilakukan dalam penelitian ini melibatkan pemberian kuesioner kepada anak-anak petani kakao yang aktif menggunakan media sosial dan berdomisili di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. Sampel penelitian terdiri dari 361 anak berusia antara 10 hingga 21 tahun. Temuan Penelitian menunjukkan bahwa 86,7% konten yang diunggah oleh anak petani kakao di media sosial lebih berfokus pada hiburan atau kehidupan sehari-hari daripada pertanian kakao, disebabkan oleh perbedaan prioritas, minat, dan kurangnya edukasi. Sementara itu, hasil anak petani kakao cenderung mengakses konten yang dapat dikategorikan rendah (73,4) dalam konteks perkebunan kakao. Temuan ini mencerminkan bahwa anak – anak petani kakao lebih mengandalkan pengalaman langsung mereka di kebun kakao sebagai sumber utama informasi. Kecenderungan ini dapat disebabkan karena keterbatasan aksesibilitas atau pemahaman terhadap penggunaan media sosial sebagai alat untuk mendapatkan informasi mendalam tentang perkebunan kakao. Untuk meningkatkan kesadaran tentang pertanian kakao, pemangku kepentingan harus merancang strategi komunikasi yang efektif dan memahami konteks sosial, ekonomi, dan budaya mereka.

Kata Kunci: Media Sosial, Anak Petani Kakao, Kabupaten Luwu Timur.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Tinjauan Konsep.....	26
1. Sosial Media	26
2. Media Sosial dan Anak	32
3. Tanaman Kako	38
C. Landasar Teori	43
1. Teori SOR (Stimulus Organism Respon)	43
2. Teori Penggunaan dan Gratifikasi	45
3. Teori Perbedaan Individu	50
4. Teori Depedensi Media	54
D. Kerangka Pikir	58
E. Definisi Operasional	59
BAB III METODE PENELITIAN	

A. Rancangan Penelitian	60
B. Lokasi dan Waktu	61
C. Populasi dan Teknik Sampel	61
D. Teknik Pengumpulan Data.....	65
E. Instrumen Penelitian.....	67
F. Validasi dan Reabilitasi Instrumen.....	68
G. Analisis Data	71
H. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	74
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum	75
B. Deskripsi Data Penelitian	81
1. Identitas Responden	83
2. Analisis Jenis Konten Yang di Unggah Anak Petani Kakao di Media Sosial	90
3. Analisis Kecenderungan Anak Petani Kakao Dalam Mengakses Media Sosial	106
C. Pembahasan	120
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	133
B. Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Operasional	58
Tabel 3.1 Empat Alternatif Dalam Skala Likert	66
Tabel 3.2 Skala Pemanfaatan Media Sosial	67
Tabel 3.3 Uji Validitas	69
Tabel 3.4 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	74
Tabel 4.1 Luas Wilayah Dan Presentase Desa Di Kecamatan Wotu	81
Tabel 4.2 Luas Tanam Dan Produksi Perkebunan Rakyat Menurut Jenis Tanaman Di Kecamatan Wotu 2019 - 2022	82
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Umur	83
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	85
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Media Sosial Yang Paling Sering Diakses	86
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Konten Yang Paling Sering Diakses	87
Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Mengakses Media Sosial	88
Tabel 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Mengakses Media Sosial	89
Tabel 4.10 Distribusi Yang Paling Sering Mengunggah Foto Atau Gambar Terkait Pekerjaan Sebagai Petani Kakako Di Media Sosial	90
Tabel 4.11 Distribusi Sering Mengunggah Video Terkait Pekerjaan Sebagai Petani Kakao Di Media Sosial	91
Tabel 4.12 Distribusi Sering Menulis Tulisan Atau Status Tentang Pekerjaan Sebagai Petani Kakao Di Media Sosial	92
Tabel 4.13 Distribusi Cenderung Berbagi Konten Yang Memberikan Informasi Praktis Tentang Pertanian Kakao	93
Tabel 4.14 Distribusi Cenderung Berbagi Konten Yang Memiliki Nilai Edukasi Pembelajaran	94
Tabel 4.15 Distribusi Responden Berdasarkan Kecenderungan Mengunggah Konten Terkait Perkebunan Kakao	95
Tabel 4.16 Umur Dan Jenis Konten Yang Diunggah Anak Petani Kakao	96
Tabel 4.17 Jenis Kelamin Dan Jenis Konten Yang Diunggah Anak Petani Kakao	98
Tabel 4.18 Tingkat Pendidikan Dan Jenis Konten Yang Diunggah Anak Petani Kakao	99
Tabel 4.19 Jenis Media Sosial Yang Paling Sering Diakses Dan Jenis Konten Yang Diunggah Anak Petani Kakao	100

Tabel 4.20 Frekuensi Mengakses Media Sosial Dan Jenis Konten Yang Diunggah Anak Petani Kakao	101
Tabel 4.21 Durasi Mengakses Media Sosial Dan Jenis Konten Yang Diunggah Anak Petani Kakao	102
Tabel 4.22 Jenis Konten Yang Paling Sering Diakses Di Media Sosial Dan Jenis Konten Yang Diunggah Anak Petani Kakao	104
Tabel 4.23 Distribusi Responden Berdasarkan Menggunakan Media Sosial Untuk Mencari Informasi Tentang Harga Kakao	106
Tabel 4.24 Distribusi Responden Berdasarkan Menggunakan Media Sosial Untuk Mencari Informasi Tentang Teknik Pertanian Kakao	107
Tabel 4.25 Distribusi Responden Berdasarkan Menggunakan Media Sosial Untuk Mencari Informasi Pasar Kakao.....	108
Tabel 4.26 Distribusi Responden Berdasarkan Menggunakan Media Sosial Untuk Mencari Perkembangan Industri Pasar Kakao.....	109
Tabel 4.27 Distribusi Responden Berdasarkan Kecenderungan Mengakses Konten Terkait Perkebunan Kakao.....	110
Tabel 4.28 Umur Dan Kecenderungan Mengakses Konten di Media Anak Petani Kakao.....	111
Tabel 4.29 Jenis Kelamin Dan Kecenderungan Mengakses Konten di Media Anak Petani Kakao.....	Error! Bookmark not defined.112
Tabel 4.30 Tingkat Pendidikan Dan Kecenderungan Mengakses Konten di Media Anak Petani Kakao	113
Tabel 4.31 Jenis Media Sosial Yang Paling Sering Diakses Dan Kecenderungan Mengakses Konten di Media Anak Petani Kakao	114
Tabel 4.32 Frekuensi Mengakses Media Sosial Dan Kecenderungan Mengakses Konten di Media Anak Petani Kakao	115
Tabel 4.33 Durasi Mengakses Media Sosial Dan Kecenderungan Mengakses Konten di Media Anak Petani Kakao	117
Tabel 4.34 Jenis Konten Yang Paling Sering Diakses Di Media Sosial Dan Kecenderungan Mengakses Konten di Media Anak Petani Kakao	118

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi abad ke 20, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi berkembang begitu pesat. Terlebih teknologi memiliki peranan penting dalam proses dan praktik komunikasi di tengah masyarakat yang mengalami disrupsi pada era industri ini bahkan hampir seluruh manusia sudah tidak asing lagi dengan perkembangan teknologi informasi.

Perkembangannya dimulai dari tahap pengolahan, pengambilan, penyusunan, manipulasi, penyimpanan, dan pengolahan data untuk memperoleh informasi terkini, faktual, dan aktual serta relevan dengan topik yang sedang hangat dibicarakan, baik itu dalam bidang bisnis, politik, hiburan atau keperluan pribadi sekalipun. Adapun bentuk perkembangan teknologi informasi ini telah menciptakan jaringan global, yaitu internet.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) baru-baru ini merilis laporan "Profil Pengguna Internet 2023". Dalam laporan tersebut, APJII mengungkapkan Tingkat penetrasi internet di Indonesia tercatat meningkat menjadi 78,19% pada 2023, dari persentase tahun sebelumnya, yakni 77,02%.

Artinya, jumlah penduduk terkoneksi internet yakni mencapai 215,62 juta jiwa dari total populasi 275,77 juta jiwa penduduk Indonesia.

Menurut laporan APJII, berdasarkan klasifikasi gender, laki-laki lebih banyak menggunakan internet dengan penetrasi 79,32% dari kontribusi 51,19%, sedangkan penetrasi internet pada perempuan tercatat 77,36% dengan kontribusi 48,81%. Berdasarkan usia pengguna, internet paling banyak digunakan oleh masyarakat berusia 13-18 tahun yakni mencapai 98,2% dengan kontribusi 12,15%. Kemudian, pengguna usia 19-34 tahun sebanyak 97,17% dengan kontribusi 32,09%, usia 35-54 tahun tercatat 84,04% dengan kontribusi 33,67%, dan 47,62% pengguna berusia 55 ke atas dengan kontribusi 7,19%. Berdasarkan tingkat pendidikan, penetrasi internet paling banyak terjadi pada masyarakat dengan tingkat pendidikan pasca-sarjana yakni mencapai 100%, dengan kontribusi 0,45%. Kemudian, tingkat sarjana 97,61% dengan kontribusi 8,23%, tingkat SMA 94,74% dengan kontribusi 51,27%, dan tingkat SMP 85,42% dengan kontribusi 24,15%. Penetrasi internet di kawasan perkotaan lebih tinggi dibanding masyarakat di wilayah perdesaan, yakni 87,55% berbanding 79,79%.

Berdasarkan pekerjaan, internet paling banyak digunakan oleh pelajar dan mahasiswa 98,88%, disusul kemudian oleh pekerja 84,72%, ibu rumah tangga 77,85%, warga tak bekerja 72,01%, dan pensiunan 71,84%. Masyarakat di wilayah Jawa terkoneksi internet paling banyak, yakni mencapai 81,83%. Selanjutnya, warga Bali sebesar 80,88%, Kalimantan 78,71%,

Sulawesi 73,59%, dan Sumatra 73,50%. Masyarakat di wilayah Timur masih berada di urutan terakhir, yakni Maluku 73,45%, Nusa Tenggara 72,32%, dan Papua 63,15%.

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia sedang menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat, dari data yang diunggah oleh (Hootsuite We Are Social): Indonesian Digital Report 2022) data yang disajikan meliputi tren pengguna internet dan media sosial di Indonesia tahun 2022, data waktu mengakses media digital penduduk Indonesia tahun 2022, platform media sosial yang digunakan di Indonesia tahun 2022 dan ringkasan mengenai pengguna media sosial Instagram di Indonesia tahun 2022. Pada data tren pengguna internet dan media sosial di Indonesia tahun 2022 yaitu menunjukkan angka masing-masing 204,7 juta naik 1% dari tahun 2021 yaitu pada angka 202,6 juta pada pengguna internet dan pada pengguna media sosial aktif yang pada tahun 2021 sebesar 170 juta naik sebesar 12,6% menjadi 191,4 juta pada tahun 2022. Selanjutnya pada data waktu mengakses media digital pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022 menghabiskan waktu yang sangat bervariasi, dalam mengakses media sosial waktu yang dihabiskan rata-rata setiap hari selama 3 jam, 17 menit dan rata – rata waktu dalam mengakses internet pada setiap harinya pada tahun 2022 menunjukkan angka sebesar 8 jam, 36 menit.

Peringkat media sosial yang paling banyak digunakan oleh penduduk Indonesia pada tahun 2022 media sosial Instagram menduduki peringkat dua

yaitu sebanyak 84,8% dari jumlah populasi, dan di peringkat pertama yaitu Whatsapp dengan persentase 88,7% dari jumlah populasi. Media sosial instagram menjadi platform media sosial peringkat kedua terbanyak yang digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan jumlah mencapai 99,15 juta yang dibagi menjadi dua yaitu sebanyak 52,3% pengguna berjenis kelamin perempuan dan 47,7% laki-laki.

Media sosial merupakan sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan bebas dan mudah berbagi serta menciptakan isi pesan yang diinginkan. Media sosial juga sebagai tempat untuk membagi kegiatan atau aktifitas pengguna. Pengguna juga tidak dirumitkan dalam pembuatan media sosial dan tidak ada batasan ruang dan waktu dimana pengguna dapat membuka media sosial dalam waktu 24 jam sehingga memberikan kecanduan bagi para pengguna media sosial.

Semenjak adanya media sosial seseorang bisa kapan saja dengan mudah berbagi hal pribadi serta perasaan dan kegiatan dalam media tersebut. seseorang bisa meluapkan kebahagiaan, kemarahan, kesedihan, hingga kekesalan di media sosial. Kemunculan media sosial umumnya menarik pengguna untuk menggunakan fasilitas layanan yang terdapat di media sosial. Media sosial telah menjadi salah satu media yang memberikan ruang seluas luasnya bagi setiap individu untuk berbagi maupun berkreasi.

Menurut Van Dijk (2013) seperti yang dikutip oleh Nasrullah, media sosial adalah platform media yang berfokus pada keberadaan pengguna yang

memfasilitasi mereka dalam beraktivitas dan berkolaborasi. Media sosial merupakan alat komunikasi berbasis internet yang mengharuskan pengguna untuk memiliki akses internet agar dapat mengakses dan menggunakan media sosial. Menurut data Hootsuite (2021), di Indonesia terdapat 170 juta pengguna media sosial aktif, yang merupakan 61,8% dari total populasi. Kelompok pengguna terbesar adalah remaja usia 17-21 tahun.

Pemanfaatan media sosial di kalangan remaja memiliki dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan mereka. Remaja sering kali menjadi sasaran utama dalam penggunaan media sosial karena mereka merupakan kelompok yang lebih terbuka terhadap teknologi baru dan inovasi digital. Melalui platform ini, mereka dapat menjalani proses eksplorasi identitas diri, berinteraksi dengan teman sebaya, dan membangun koneksi global yang memperluas wawasan budaya. Media sosial juga memberikan peluang bagi remaja untuk memamerkan kreativitas, minat, dan pandangan mereka melalui konten visual, teks, dan video.

Namun, ada aspek penting yang perlu diperhatikan dalam penggunaan media sosial oleh remaja. Tekanan untuk tampil sempurna dan mendapatkan validasi online dapat memberikan dampak negatif terhadap harga diri dan kesejahteraan mental mereka. Oleh karena itu, penting bagi remaja untuk memahami pentingnya penggunaan yang sehat, mengelola waktu layar, dan menjaga privasi online. Dalam keseluruhan, pemanfaatan media sosial di kalangan remaja menggambarkan dinamika kompleks antara eksplorasi

identitas, interaksi sosial, dan kesejahteraan emosional yang perlu diimbangi dengan pemahaman dan keterampilan penggunaan yang bijaksana.

Peran remaja dalam memanfaatkan media sosial untuk pemahaman terkait tanaman kakao memiliki implikasi yang signifikan dalam menjaga keberlanjutan industri kakao dan mempromosikan kesadaran tentang pertanian berkelanjutan. Dengan menjadi agen perubahan di dunia digital, remaja dapat mengedukasi dan menginspirasi sesama remaja serta masyarakat luas tentang pentingnya budidaya kakao yang ramah lingkungan. Melalui platform media sosial, mereka dapat berbagi informasi tentang praktik pertanian berkelanjutan, perlindungan lingkungan, dan dampak positif dari pembudidayaan kakao yang bertanggung jawab.

Selain itu, remaja dapat mengambil peran dalam mempromosikan keadilan sosial dengan meningkatkan kesadaran tentang kesejahteraan petani kakao dan pentingnya kompensasi yang adil bagi mereka. Dengan membagikan informasi tentang tantangan yang dihadapi dalam industri kakao, seperti perubahan iklim dan keberlanjutan pasokan biji kakao, remaja dapat memobilisasi dukungan untuk solusi berkelanjutan. Dalam era digital ini, kemampuan remaja untuk merangkul teknologi dan menyebarkan pesan melalui media sosial memberikan potensi besar dalam menggerakkan perubahan positif di bidang pertanian, lingkungan, dan ekonomi yang terkait dengan industri kakao.

Krisis generasi kakao menjadi tantangan yang mendalam di berbagai negara produsen kakao di seluruh dunia. Fenomena ini merujuk pada penurunan minat generasi muda untuk terlibat dalam budidaya kakao, dan dampaknya memiliki implikasi serius terhadap masa depan industri ini. Faktor-faktor seperti ketidak menarikannya potensi ekonomi, fluktuasi harga biji kakao, ancaman perubahan iklim dan penyakit tanaman, serta akses terbatas terhadap pendidikan dan teknologi pertanian, semuanya berperan dalam mengurangi minat generasi muda untuk terlibat dalam pertanian kakao. Negara-negara seperti Pantai Gading, Ghana, Indonesia, Nigeria, dan Kamerun merupakan beberapa contoh negara yang mengalami krisis generasi kakao. Di sana, kurangnya daya tarik pekerjaan pertanian, urbanisasi, dan tantangan ekonomi telah menyebabkan penurunan minat generasi muda dalam melanjutkan tradisi budidaya kakao.

Perkembangan produksi kakao Indonesia pada periode 2013-2022 juga berfluktuasi dengan rata-rata pertumbuhan naik tipis sebesar 0,96% per tahun (Gambar 4.3). Pada tahun 2013 produksi kakao Indonesia sebesar 721 ribu ton kemudian tahun 2022 (estimasi Ditjen Perkebunan) menjadi sebesar 732 ribu ton. Dari hasil estimasi Ditjen Perkebunan, produksi kakao tahun 2022 (732 ribu ton) akan naik 3,63% dibandingkan tahun 2021 (707 ribu ton). Produksi tertinggi selama periode tahun 2012-2021 terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 767,28 ribu ton, sedangkan produksi terendah tercatat pada tahun 2017 dengan hasil produksi 591 ribu ton. Berdasarkan data rata-rata

produksi kakao selama lima tahun terakhir (2016-2020), terdapat sembilan provinsi sentra produksi kakao di Indonesia yang memberikan kontribusi hingga 86,75%. Provinsi tersebut adalah Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Barat, Sumatera Barat, Lampung, Aceh, Sumatera Utara, dan Jawa Timur.

Provinsi Sulawesi Tengah merupakan provinsi yang memberikan kontribusi paling tinggi yaitu 17,34%. Urutan kedua dan ketiga adalah Provinsi Sulawesi Selatan (16,51%) serta Provinsi Sulawesi Tenggara (15,66%). Provinsi lain memberikan kontribusi kurang dari 10% dengan total kontribusi sebesar 58,95%. Provinsi Sulawesi Selatan merupakan sentra penghasil kakao kedua terbesar di Indonesia. Produksi kakao di Provinsi Sulawesi Selatan sebesar 86,10% tersebar di delapan kabupaten dengan kontribusi terbesar diatas 10% berasal dari 2 kabupaten yaitu Luwu Utara (24,79%) dan Luwu (20,91%), sedangkan enam kabupaten lain berkontribusi dibawah 10%. Sisanya sebesar 13,90% merupakan kontribusi dari kabupaten lainnya

Konsentrasi perkebunan kakao tersebar di Kecamatan Burau, Wotu, Tomoni, Mangkutana, Kalaena, Angkona, Malili dan Wasuponda dengan jumlah produksi Tahun 2016 mencapai +12.250,40 Ton dengan rata-rata 0,83 ton/ha. Tanaman kakao merupakan salah satu tanaman perkebunan unggulan di Kabupaten Luwu Timur yang dapat meningkatkan taraf hidup petani dengan menerapkan mekanisme dan teknologi budidaya tanaman kakao secara terpadu baik melalui kegiatan Intensifikasi dan Ekstensifikasi.

Industri kakao di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian daerah ini. Tanaman kakao (*Theobroma cacao*) telah menjadi komoditas utama dan tulang punggung bagi banyak petani di wilayah ini. Kabupaten Luwu Timur terkenal sebagai salah satu penghasil kakao terbesar di Provinsi Sulawesi Selatan, dengan luas lahan perkebunan kakao yang mencapai ribuan hektar.

Kecamatan Wotu menjadi sentra kakao di Luwu Timur berkat dukungan signifikan dari pemerintah daerah dan kolaborasi dengan perusahaan seperti PT Mars Indonesia. Pemerintah daerah telah mengimplementasikan berbagai program pengembangan dan bantuan teknis, sementara PT Mars Indonesia memberikan pelatihan, memperkenalkan praktik pertanian yang ramah lingkungan, dan membantu akses pasar global. Kemitraan ini menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan sektor kakao di Wotu, meningkatkan kesejahteraan petani lokal dan memastikan kualitas biji kakao yang tinggi.

Namun, di tengah kemajuan ini, muncul tantangan baru terkait pemanfaatan media sosial oleh anak-anak petani kakao. Anak-anak petani sering kali menggunakan media sosial untuk berinteraksi dan mendapatkan informasi. Meskipun ini memberikan peluang besar untuk edukasi dan penyebaran pengetahuan tentang pertanian kakao, penggunaan media sosial yang tidak terarah juga bisa membawa masalah. Anak-anak dapat terpapar

informasi yang tidak relevan atau bahkan merugikan, menghabiskan waktu yang seharusnya bisa digunakan untuk belajar atau membantu di perkebunan.

Oleh karena itu, penting bagi pemerintah daerah dan PT Mars Indonesia untuk turut memperhatikan aspek ini dalam program mereka. Pelatihan khusus mengenai penggunaan media sosial yang bijak dapat diberikan kepada anak-anak petani, sehingga mereka dapat memanfaatkan teknologi ini untuk mendapatkan informasi yang berguna tentang teknik pertanian, pemasaran produk, dan inovasi terbaru di bidang kakao. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi alat yang memberdayakan dan mendukung keberlanjutan pertanian kakao di Wotu, sekaligus mempersiapkan generasi muda yang lebih siap menghadapi tantangan dan peluang di masa depan.

Generasi muda, atau sering disebut generasi kakao, memainkan peran penting dalam keberlanjutan dan perkembangan industri ini. Mereka adalah para penerus dan agen perubahan yang akan membawa industri kakao di masa depan. Dalam konteks globalisasi dan revolusi industri 4.0, generasi kakao di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur hidup dan berkembang di era digital yang ditandai oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama media sosial.

Media sosial telah mengubah cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, dan mendapatkan informasi. Generasi kakao mengalami perubahan paradigma dalam akses informasi dan berkomunikasi dengan dunia luar melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter,

YouTube, dan lain sebagainya. Media sosial menyediakan sarana yang mudah diakses dan terjangkau untuk berbagi pengetahuan, diskusi, dan berinteraksi dengan orang-orang dari berbagai latar belakang.

Dalam konteks ini, pemanfaatan media sosial oleh generasi kakao di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur menimbulkan pertanyaan menarik mengenai dampaknya terhadap pemahaman mereka tentang industri kakao. Informasi dan konten yang tersebar di media sosial dapat mempengaruhi persepsi, pengetahuan, dan pandangan mereka tentang berbagai aspek industri kakao, termasuk teknik budidaya, inovasi dalam pengolahan, perubahan harga pasar, tantangan dan peluang terkini dalam industri, serta isu-isu sosial dan lingkungan yang terkait.

Namun, meskipun media sosial menyediakan akses informasi yang mudah dan cepat, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana pemanfaatan media sosial anak petani kakao di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. Kekhawatiran tentang validitas dan kualitas informasi yang tersebar di media sosial juga menjadi perhatian, mengingat tidak semua informasi yang diakses di media sosial dapat diandalkan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dan mengevaluasi bagaimana pemanfaatan media sosial terhadap generasi kakao di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. Dalam konteks ini, pemanfaatan tentang bagaimana mencari informasi tentang seluk-beluk industri kakao, tantangan yang dihadapi, potensi pengembangan,

perubahan teknologi, dan upaya-upaya yang dilakukan untuk memperbaiki sektor ini. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari sampel generasi kakao di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. Instrumen penelitian berupa kuesioner akan mencakup pertanyaan tentang frekuensi dan jenis media sosial yang digunakan, preferensi informasi terkait industri kakao, dan tingkat pemahaman tentang berbagai aspek industri tersebut.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang peran media sosial untuk generasi kakao tentang perkembangan industri kakao. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif bagi para pemangku kepentingan di industri kakao untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran generasi kakao tentang sektor ini melalui pemanfaatan media sosial.

Sementara itu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Adams, 2023) terkait dengan bagaimana Perspektif Pemangku Kepentingan mengenai Perbedaan Pendapatan Layak dan Kompromi Keberlanjutan dalam Kakao di Ghana. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pandangan dan opini dari berbagai pihak yang terlibat, seperti petani kakao, pemerintah, perusahaan, organisasi masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya di Ghana. Fokus utama adalah untuk memahami bagaimana konsep perbedaan pendapatan yang layak (living income differential) dalam industri kakao memengaruhi para

pemangku kepentingan dan bagaimana keputusan terkait dengan hal ini dapat mempengaruhi aspek-aspek keberlanjutan dalam produksi kakao di negara tersebut. Penelitian ini mungkin akan menganalisis bagaimana pandangan dan prioritas para pemangku kepentingan berbeda-beda terkait dengan perbedaan pendapatan yang layak. Selain itu, penelitian ini juga mungkin akan mengeksplorasi konflik atau kompromi yang mungkin timbul antara tujuan meningkatkan pendapatan petani dan tujuan menjaga keberlanjutan lingkungan dan sosial dalam industri kakao.

Hasil dari penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang tantangan dan peluang yang terkait dengan penerapan perbedaan pendapatan yang layak dalam industri kakao di Ghana, serta bagaimana para pemangku kepentingan memandang interaksi antara aspek keberlanjutan yang beragam. Ini dapat membantu merumuskan kebijakan dan strategi yang lebih holistik dan seimbang untuk menjaga kesejahteraan petani, sambil memperhatikan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam jangka panjang.

Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Anak Petani Kakao di Kabupaten Luwu Timur": Penelitian pertama berjudul "Stakeholder Perspectives on Cocoa's Living Income Differential and Sustainability Trade-offs in Ghana", sementara penelitian kedua berjudul "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Anak Petani Kakao di Kabupaten Luwu Timur". Judul kedua menekankan pada pemanfaatan media sosial oleh anak petani kakao di daerah tertentu. Konteks dan Lokasi.

Penelitian pertama dilakukan di Ghana, sementara penelitian kedua fokus pada Kabupaten Luwu Timur di Indonesia. Ini mengindikasikan perbedaan dalam lokasi, budaya, dan konteks geografis. Penelitian pertama berfokus pada pandangan pemangku kepentingan tentang perbedaan pendapatan yang layak dalam industri kakao dan kompromi keberlanjutan. Penelitian kedua lebih terfokus pada bagaimana anak petani kakao di Kabupaten Luwu Timur memanfaatkan media sosial.

Persamaan dari penelitian tersebut yaitu keduanya melibatkan pemangku kepentingan dalam penelitian. Penelitian pertama melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam industri kakao di Ghana, sementara penelitian kedua melibatkan anak petani kakao di Kabupaten Luwu Timur. Keterlibatan Media Sosial. Meskipun dengan fokus yang berbeda, keduanya berhubungan dengan penggunaan media sosial. Penelitian pertama melibatkan analisis konten media sosial dalam konteks industri kakao di Ghana, sedangkan penelitian kedua melibatkan analisis pemanfaatan media sosial oleh anak petani kakao. Penelitian pertama membahas kompromi keberlanjutan dalam industri kakao, sementara penelitian kedua juga membahas aspek keberlanjutan, seperti bagaimana anak petani kakao mengoptimalkan pemanfaatan media sosial untuk peningkatan pendapatan dan keberlanjutan pertanian. Meskipun ada perbedaan signifikan dalam fokus, konteks, dan lokasi kedua penelitian tersebut, keduanya tetap berhubungan

dengan pertanian kakao dan melibatkan media sosial serta pemangku kepentingan dalam penelitiannya.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Jenis Konten Yang Diunggah di Media Sosial Anak Petani Kakao di Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur?
2. Bagaimana Kecenderungan Anak Petani Kakao Dalam Mengakses Konten di Media Sosial di Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur?

C. Tujuan Penelitian

- 1 Untuk Menganalisis Jenis Konten Yang Diunggah di Media Sosial Anak Petani Kakao di Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur.
2. Untuk Menganalisis Kecenderungan Anak Petani Kakao Dalam Mengakses Konten di Media Sosial di Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu menyumbangkan ilmu pengetahuan serta bahan referensi terutama pada bidang Studi Media dan Komunikasi yang mengkaji tentang pemanfaatan media sosial terhadap pemahaman generasi kakao.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan masukan bagi generasi kakao dalam menggunakan media sosial
- b. Sebagai bahan masukan bagi petani binaan.
- c. Pada penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan dan peningkatan sektor industri kakao di Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. Informasi ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi peluang baru, mengatasi tantangan, dan meningkatkan inovasi dalam industri kakao.
- d. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan tentang dampak pemanfaatan media sosial pada pemahaman generasi kakao di wilayah lain atau sektor pertanian lainnya. Dengan demikian, penelitian ini juga dapat berkontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi dan pertanian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkualitas harus mengacu pada penelitian sebelumnya yang memiliki fokus penelitian serupa. Pada bagian ini, akan disajikan beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini. Terdapat lima penelitian sebelumnya yang menjadi acuan bagi peneliti. Terdapat 3 penelitian serupa yang menjadi acuan bagi peneliti. Penelitian pertama adalah jurnal yang berjudul Pemanfaatan Internet Sebagai Media Pembelajaran Pada Kelompok Tani Kakao Di Kecamatan Bua Ponrang, Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan dibuat oleh (Darmawan, 2017)

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami bagaimana kelompok tani kakao di Kecamatan Bua Ponrang memanfaatkan internet sebagai media pembelajaran dalam usaha pertanian mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok tani kakao di wilayah tersebut telah mulai memanfaatkan internet sebagai media pembelajaran dalam kegiatan pertanian mereka. Mereka menggunakan internet untuk mengakses informasi terkini tentang teknik bercocok tanam, pemupukan,

pengendalian hama dan penyakit, serta praktek pertanian berkelanjutan lainnya. Penggunaan internet ini membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok tani dalam mengelola kebun kakao mereka secara lebih efisien dan berdaya saing.

Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh kelompok tani dalam memanfaatkan internet sebagai media pembelajaran, seperti keterbatasan akses internet, keterampilan teknologi yang terbatas, dan kurangnya konten lokal yang relevan dengan kegiatan pertanian kakao di wilayah tersebut.

Rekomendasi dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan akses internet di wilayah tersebut, memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan teknologi internet, serta mengembangkan konten lokal yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik kelompok tani kakao di Kecamatan Bua Ponrang. Dengan demikian, diharapkan pemanfaatan internet sebagai media pembelajaran dapat semakin efektif dan berdampak positif pada peningkatan produktivitas dan kesejahteraan anggota kelompok tani kakao di wilayah tersebut.

Penelitian kedua adalah "Pemanfaatan Media Pembelajaran Online untuk Regenerasi Anak Petani Kakao di Sentra Pertanaman Sulawesi Selatan" dibuat oleh (Bahfiarti, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan memahami bagaimana media pembelajaran online dimanfaatkan untuk mendukung regenerasi anak petani kakao di sentra pertanaman di Sulawesi

Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dan wawancara dengan para petani kakao dan anak-anak mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media pembelajaran online telah meningkatkan akses anak petani kakao terhadap pengetahuan dan keterampilan terkait pertanian kakao. Media pembelajaran online seperti video tutorial, platform e-learning, dan aplikasi pertanian telah memberikan informasi yang mudah diakses dan memungkinkan anak petani untuk belajar dari berbagai sumber tanpa harus meninggalkan tempat tinggal mereka.

Dalam penelitian ini, juga terungkap bahwa para petani kakao mengakui pentingnya mengenalkan anak-anak mereka pada teknologi digital dan media pembelajaran online sebagai bagian dari upaya regenerasi petani kakao di masa depan. Anak-anak tersebut menunjukkan minat yang tinggi dalam memanfaatkan media pembelajaran online untuk menggali potensi sektor pertanian dan kakao. Namun, penelitian juga menemukan beberapa kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan media pembelajaran online untuk regenerasi anak petani kakao di Sulawesi Selatan. Kendala tersebut antara lain adalah keterbatasan akses internet di daerah pertanian, kurangnya infrastruktur teknologi, serta keterbatasan literasi digital di kalangan petani dan anak-anak mereka.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian merekomendasikan adanya upaya untuk meningkatkan akses internet di sentra pertanaman Sulawesi Selatan, memberikan pelatihan literasi digital kepada petani dan anak-anak

mereka, serta pengembangan konten media pembelajaran online yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan anak petani kakao. Dengan pemanfaatan media pembelajaran online yang tepat, diharapkan anak-anak petani kakao akan menjadi generasi yang lebih siap dan terampil dalam menghadapi tantangan pertanian dan memajukan sektor kakao di wilayah tersebut. Penelitian ketiga adalah Peran 'Key Farmer' sebagai 'Opinion Leader' Melalui Komunikasi Kelompok dalam Penerimaan Inovasi Petani di Sentra Pertanaman Kakao Sulawesi Selatan (Bahfiarti, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran yang dimainkan oleh 'Key Farmer' (petani kunci) sebagai 'Opinion Leader' (pemimpin pendapat) melalui komunikasi kelompok dalam mempengaruhi penerimaan inovasi di kalangan petani di sentra pertanaman kakao di Sulawesi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan survei dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 'Key Farmer' memainkan peran penting sebagai pemimpin pendapat di antara petani kakao lainnya di wilayah tersebut. Mereka menjadi sumber informasi dan panutan bagi para petani dalam menerima dan mengadopsi inovasi pertanian terbaru. Komunikasi kelompok yang diprakarsai oleh 'Key Farmer' membantu menyebarkan pengetahuan tentang inovasi pertanian dan membangun kepercayaan di antara petani terhadap teknologi baru yang ditawarkan.

Para 'Key Farmer' berperan sebagai agen perubahan yang aktif dalam mengenalkan dan mempromosikan inovasi kepada sesama petani. Melalui

interaksi mereka dengan anggota kelompok, mereka dapat mengatasi keraguan dan ketidakpastian yang mungkin muncul dalam menerima inovasi, sehingga membantu meningkatkan tingkat adopsi inovasi di wilayah tersebut. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya komunikasi kelompok dalam konteks penerimaan inovasi di kalangan petani. Komunikasi kelompok memungkinkan pertukaran informasi, pengalaman, dan pengetahuan antara petani, yang dapat membantu mengurangi resistensi terhadap perubahan dan memperkuat dukungan terhadap inovasi. Rekomendasi dari penelitian ini adalah untuk lebih mendukung peran 'Key Farmer' dalam mengemban tugas sebagai pemimpin pendapat melalui pelatihan dan pendampingan. Peningkatan komunikasi kelompok dan kerjasama antarpetani juga dianggap penting untuk memastikan penyebaran informasi yang efektif dan mendukung adopsi inovasi pertanian di sentra pertanaman kakao di Sulawesi.

Penelitian keempat adalah Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta (Akhmad, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dan mendeskripsikan bagaimana media sosial dimanfaatkan dalam pengembangan pemasaran bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang distro (distributor atau toko pakaian) di Kota Surakarta. Penelitian ini memiliki fokus untuk memahami strategi, manfaat, tantangan, dan dampak dari penggunaan media sosial dalam mempromosikan dan mengembangkan bisnis distro. Metode yang digunakan dalam penelitian

ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan cara yang sebenarnya terjadi. Dalam hal ini, peneliti akan berinteraksi langsung dengan pemilik atau pengelola distro di Kota Surakarta dan mengumpulkan data kualitatif melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis konten media sosial.

Hasil penelitian tentang pemanfaatan media sosial oleh Distro di Kota Surakarta, jenis media sosial yang paling banyak digunakan adalah facebook, twitter dan instagram, pemanfaatan website oleh distro di kota Surakarta masih sangat kecil, hal ini dikarenakan membutuhkan biaya yang besar, fungsi penggunaan internet sebagai media teknologi informasi sangat menunjang proses bisnis distro khususnya berkaitan dengan pemasaran, media sosial sebagai sarana komunikasi antara pelaku usaha dengan pelanggannya dan dari media sosial dapat mengetahui perkembangan atau strategi dari kompetitor. Saran untuk para pemilik atau pengelola distro untuk lebih meningkatkan pemanfaatan media sosial yang telah ada karena tidak memerlukan biaya yang besar, konten - konten dari media sosial yang disampaikan lewat media sosial untuk lebih interaktif agar memudahkan para konsumen memahami produk yang dimiliki oleh distro dan memanfaatkan media - media sosial lainnya.

Penelitian kelima adalah Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja (Kurniawan, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji

dan menganalisis bagaimana remaja memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran sosial. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana remaja menggunakan platform media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan yang berkaitan dengan isu-isu sosial, seperti kesehatan mental, lingkungan, pendidikan, narkoba, dan lain sebagainya. Penelitian ini juga berupaya untuk mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran sosial yang dilakukan oleh remaja melalui media sosial.

Penelitian dilakukan melalui pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif untuk menggali informasi secara mendalam dari narasumber agar mendapatkan penjelasan bagaimana media sosial digunakan sebagai saluran komunikasi pemasaran sosial bagi remaja dan bagaimana strategi pengemasan pesan yang efektif di media sosial. Tiga narasumber dalam penelitian ini dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan studi literatur. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Miles & Hubberman yang terdiri dari tiga subproses, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Teori pemasaran sosial digunakan untuk analisis dan membantu menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan media sosial dapat dimanfaatkan sebagai saluran komunikasi pemasaran sosial bagi remaja.

Namun media sosial tidak dapat berdiri sendiri sehingga pemilihan omni - channel adalah strategi yang lebih efektif. Rendahnya *engagement* konten substansi dibanding nonsubstansi adalah tantangan yang dihadapi pemasaran sosial program GenRe di media sosial. Frekuensi, konsistensi dan pelibatan *influencer* adalah beberapa strategi yang dapat diimplementasikan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Penelitian kelima adalah Pemanfaatan Media Sosial Untuk Aktivitas Pembelajaran Informal: Studi Survei di buat oleh (Yakin, 2013). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap penggunaan alat media sosial di kalangan mahasiswa CEIT (*Civil Engineering and Information Technology*) dalam aktivitas pembelajaran informal khusus mereka. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa Facebook, Youtube, Google Groups, Wikipedia, dan Twitter adalah alat media sosial yang paling disukai. Lebih khusus, Facebook adalah alat media sosial penting yang lebih disukai oleh sebagian besar mahasiswa untuk memenuhi aktivitas pembelajaran informal mereka. Contohnya, kegiatan jaringan, mentoring, belajar dari ahli, distribusi informasi, dan aktivitas analisis diri dikelola melalui Facebook. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa Facebook digunakan secara informal oleh mahasiswa untuk tujuan pembelajaran seperti berhubungan dengan tutor mereka dan berkolaborasi dalam proyek kelompok. Mahasiswa juga menggunakan Facebook untuk membahas secara informal pekerjaan akademik dan studi mereka. Mereka terus mengklaim bahwa Facebook

memberikan kesempatan bagi mahasiswa universitas untuk membangun ruang pembelajaran informal

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa selain Facebook, alat media sosial lainnya digunakan untuk tujuan yang berbeda. Secara umum, alat perangkat lunak sosial dapat digunakan untuk mempromosikan pengembangan komunitas dan jaringan pembelajaran yang terjadi karena proses pembelajaran yang tidak terduga akibat koneksi. Dalam penelitian ini, mahasiswa menggunakan Wikipedia secara utama (54,9% dari responden) untuk mencari solusi. Mengenai layanan mikroblogging, Twitter semakin populer untuk aktivitas informal seperti analisis diri dan jaringan. Secara umum, berbagi informasi, mencari informasi, hubungan yang luas, mengubah ide, dan refleksi adalah fungsi-fungsi yang disediakan oleh mikroblogging bagi mahasiswa dan guru yang menggunakannya dalam konteks Pendidikan.

Meskipun aktivitas pembelajaran informal tidak terbatas pada kerangka kerja dan klasifikasi tertentu, taksonomi yang berkaitan dengan aktivitas tersebut telah dikembangkan oleh peneliti yang berbeda untuk tujuan yang berbeda. Sebagai contoh, Clough, Jones, McAndrew, dan Scanlon (2008) mengusulkan kerangka kerja yang mencakup aktivitas pembelajaran informal untuk lingkungan pembelajaran mobile. Menurut kerangka kerja mereka, referensial, location aware, reflective, data collection, constructive, dan administrative telah didefinisikan sebagai kategori utama. Meskipun kategori-kategori yang luas ini dikembangkan untuk penggunaan teknologi mobile

secara umum, individu, kolaboratif/distribusi, dan situasional sebagai kualifikasi juga dapat diselidiki secara khusus pada alat media sosial. Selain itu, teknologi baru seperti tablet dan ponsel pintar juga sebaiknya diintegrasikan ke dalam penelitian pembelajaran informal untuk mengungkap lebih banyak tentang penggunaan praktis alat media sosial.

B. Tinjauan Konsep

1. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial saat ini memiliki berbagai fungsi dalam perannya sebagai salah satu media instan. Selain berfungsi sebagai alat komunikasi, media sosial juga berperan sebagai sarana bagi penggunanya untuk mengakses berbagai informasi. Definisi media sosial tidak hanya merupakan gagasan yang tidak berdasar, tetapi memang memiliki peran dan dampak dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, media sosial harus dirancang dengan baik agar tetap berfungsi sesuai tujuan aslinya dan memberikan manfaat bagi setiap individu.

Henderi menyatakan bahwa media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan setiap individu membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem yang terbatas. Mereka dapat melihat dan menjelajahi daftar koneksi yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem

(Henderi, 2007: 3). Sementara itu, menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller, media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain, serta dengan perusahaan (Kotler, Keller, 2012: 568).

Kemajuan teknologi web telah mempermudah semua orang untuk menciptakan dan, yang tak kalah pentingnya, menyebarkan konten mereka sendiri. Posting di blog, tweet, unggahan di Instagram, Facebook, atau video di YouTube dapat dengan mudah direproduksi dan diakses oleh jutaan orang tanpa biaya. Pemasang iklan tidak lagi perlu membayar jumlah besar uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklan mereka. Kini, pemasang iklan dapat membuat konten yang menarik sendiri dan dicatat oleh banyak orang (Zarrella, 2010, hal. 2).

b. Fungsi Media Sosial

Saat ini, media sosial telah menjadi kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. Hal ini menjadikan peran media sosial sangat signifikan. Beberapa fungsi media sosial antara lain:

- a) Media sosial berperan dalam mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi, dengan mengubah manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

- b) Media sosial adalah sarana yang dirancang untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- c) Media sosial berhasil mengubah praktik komunikasi dari searah media siaran, di mana satu institusi media menyampaikan pesan kepada banyak audience, menjadi praktik komunikasi yang dialogis antara banyak audience.

Selain itu terdapat pendapat lain menurut Puntoadi (2011: 5), yaitu pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut:

- a) Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audiensilah yang menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- b) Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan

suatu interaksi secara personal, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

Selain itu terdapat pendapat lain menurut Puntoadi (2011: 5), yaitu pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut:

- a) Keunggulan membangun personal branding melalui media sosial adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audiensilah yang menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- b) Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

c. Manfaat Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Berikut ini sikap yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, dan manfaat media sosial:

- a. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan. Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu sekali membekali diri dengan kekritisian, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.
- b. Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi. Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan media sosial, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan media sosial

sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektifitas operasional organisasi.

- c. Sarana perencanaan, strategi dan manajemen. Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.
- d. Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran. Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui media sosial. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial. Oleh sebab itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.

2. Media Sosial dan Anak

Hubungan anak-anak dengan media sosial adalah hal yang kompleks dan penting dalam era digital saat ini. Anak-anak yang terlibat dalam media sosial dapat terpapar pada berbagai informasi dan konten, baik yang positif maupun negatif. Orang tua dan pengasuh perlu memastikan bahwa anak-anak mendapatkan panduan untuk memahami batasan usia dan melindungi mereka dari konten yang tidak pantas. Media sosial dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis anak-anak dengan tekanan untuk tampil sempurna dan dampak pada kepercayaan diri mereka.

Oleh karena itu, edukasi digital menjadi penting agar anak-anak bisa mengembangkan literasi media yang membantu mereka mengidentifikasi informasi palsu dan menjaga privasi online. Selain itu, orang tua juga perlu membatasi waktu penggunaan media sosial dan memberikan pengawasan yang memadai untuk mencegah kecanduan dan risiko lainnya. Melalui komunikasi terbuka, pendidikan tentang penggunaan yang bijak, dan pemahaman tentang nilai-nilai offline yang penting, kita dapat membantu anak-anak mengintegrasikan media sosial ke dalam kehidupan mereka dengan cara yang sehat, bermanfaat, dan aman.

Dalam konteks era digital yang terus berkembang, hubungan anak-anak dengan media sosial memperlihatkan berbagai kompleksitas dan implikasi yang harus diperhatikan dengan cermat. Di satu sisi, media sosial bisa menjadi

alat yang bermanfaat bagi anak-anak untuk berinteraksi, belajar, dan mengembangkan kreativitas. Namun, di sisi lain, terdapat risiko dan tantangan signifikan yang bisa memengaruhi perkembangan dan kesejahteraan mereka.

Media sosial memberikan akses anak-anak pada berbagai informasi, pemikiran, dan pandangan dari seluruh dunia. Ini dapat memperluas wawasan mereka dan membantu mereka terhubung dengan teman sejawat serta budaya-budaya beragam. Namun, tanpa panduan yang tepat, anak-anak juga bisa terpapar pada konten yang tidak pantas atau merugikan. Oleh karena itu, penting bagi orang tua dan pengasuh untuk memainkan peran aktif dalam memberikan pengawasan dan pengarahan terhadap apa yang mereka akses di media sosial.

Aspek psikologis juga perlu diperhatikan. Media sosial dapat mempengaruhi persepsi diri anak-anak melalui perbandingan yang tidak sehat dengan orang lain, terutama saat mereka terpapar pada citra yang disunting dan di-"curate" dengan cermat di media sosial. Dalam hal ini, pendidikan tentang self-esteem yang kuat, pemahaman tentang keindahan yang bervariasi, dan keterampilan untuk mengatasi tekanan sosial menjadi sangat penting. Edukasi digital juga menjadi kunci penting dalam menjembatani anak-anak dengan dunia digital. Anak-anak perlu memahami betapa pentingnya berbagi informasi pribadi secara bijak dan melindungi privasi mereka. Mereka harus diajarkan tentang risiko yang terkait dengan berinteraksi dengan orang asing online dan bagaimana mengenali potensi bahaya.

Selain itu, pengelolaan waktu dan keberlanjutan dari aktivitas di dunia nyata juga perlu dijaga. Kecanduan media sosial dapat mengganggu waktu tidur, keseimbangan kehidupan, dan kemampuan anak-anak untuk berpartisipasi dalam kegiatan fisik atau kreatif di dunia nyata. Dalam menghadapi semua tantangan ini, komunikasi terbuka menjadi pondasi yang sangat penting. Orang tua dan pengasuh harus mendengarkan anak-anak, memahami kepentingan dan aktivitas mereka di media sosial, serta memberikan panduan dan batasan yang sesuai. Selain itu, membangun literasi media yang kuat adalah investasi yang berharga untuk membantu anak-anak memahami bagaimana media sosial bekerja, bagaimana informasi dihasilkan dan disebarluaskan, serta cara memilah informasi yang dapat dipercaya.

Dengan mengajarkan anak-anak tentang etika online, literasi digital, dan pentingnya menjaga keseimbangan antara dunia digital dan dunia nyata, kita dapat membantu mereka menjadi pengguna yang cerdas, bijaksana, dan bertanggung jawab dalam lingkungan digital yang terus berkembang. Dalam konteks hubungan anak-anak dengan media sosial, kita juga perlu memperhatikan dampaknya terhadap perkembangan sosial dan emosional anak. Interaksi melalui media sosial seringkali bersifat virtual dan tidak selalu mencerminkan dinamika interpersonal sebenarnya. Ini bisa mengarah pada kesulitan anak-anak dalam membentuk keterampilan komunikasi langsung, memahami ekspresi non-verbal, serta membangun hubungan empati dengan orang lain. Orang tua dan pendidik perlu memberikan kesempatan untuk

interaksi langsung dan kegiatan sosial dalam kehidupan anak-anak untuk membantu mereka mengembangkan keterampilan sosial yang diperlukan.

Perlu diperhatikan juga bahwa media sosial tidak selalu memberikan citra yang akurat tentang kehidupan orang lain. Anak-anak cenderung melihat hanya potongan-potongan terpilih dari kehidupan teman-teman mereka, yang sering kali menampilkan momen-momen bahagia dan prestasi. Akibatnya, mereka mungkin mengembangkan persepsi yang tidak realistis tentang norma sosial dan ekspektasi yang tidak realistis terkait prestasi. Dalam hal ini, penting untuk membantu anak-anak memahami bahwa apa yang mereka lihat di media sosial mungkin tidak selalu mencerminkan kenyataan sehari-hari. Selain itu, penerapan *cyberbullying* atau perundungan daring juga merupakan risiko yang perlu diperhatikan. Anak-anak dapat menjadi korban atau bahkan pelaku dalam kasus ini. Pendidikan tentang etika online, rasa hormat terhadap orang lain, dan konsekuensi dari tindakan mereka di dunia digital sangatlah penting. Orang tua, pendidik, dan lembaga sekolah juga perlu memiliki mekanisme untuk melaporkan dan mengatasi insiden perundungan daring dengan cepat dan efektif.

Penting juga untuk diakui bahwa tidak semua dampak media sosial bersifat negatif. Dalam banyak kasus, Dampak positif dari penggunaan media sosial yaitu, memberikan banyak kemudahan bagi pengguna, seperti sebagai sosialisasi dan komunikasi dengan teman, keluarga, ataupun guru, media diskusi terkait tugas sekolah dengan teman dan mendapatkan informasi terkait

Kesehatan secara online. Sedangkan menurut Oetomo (2007), media sosial mampu memfasilitasi anak maupun remaja untuk dapat belajar berbisnis dalam mencari uang melalui *e-commerce*. Selain itu media sosial dapat digunakan sebagai media penyimpanan atau penyalur informasi dengan mengakses media sosial hanya dalam waktu singkat (Rahman et al.,2020). Jadi menurut pandangan di atas bisa disimpulkan bahwa dampak positif menggunakan media sosial kepada anak yaitu: bisa memudahkan anak dalam berkomunikasi memberi atau mendapatkan informasi baru kepada orang lain, memudahkan dalam mengerjakan tugas - tugas sekolah.

Menurut Syifa Ameliola & Hanggara Dwiudha Nugraha, Dampak positif dari penggunaan media informasi dan teknologi ini adalah antara lain untuk memudahkan seorang anak dalam mengasah kreativitas dan kecerdasan anak. Adanya beragam aplikasi digital seperti mewarnai, belajar membaca, dan menulis huruf tentunya memberikan dampak positif bagi perkembangan otak anak. Jadi disini dengan adanya aplikasi digital bisa menolong perkembangan otak pada anakanak, mereka akan belajar dengan giat dan semangat karena adanya aplikasi yang mendukung dalam belajar.

Penting untuk dicatat bahwa media sosial juga bisa menjadi sarana untuk menjembatani anak-anak dengan isu-isu sosial, lingkungan, atau politik yang lebih luas. Mereka dapat menggunakannya sebagai alat untuk mengadvokasi perubahan positif, menyuarakan keprihatinan, dan berpartisipasi dalam diskusi yang bermakna. Oleh karena itu, penting bagi

anak-anak untuk memahami tanggung jawab yang terkait dengan penggunaan media sosial, serta dampak yang dapat mereka buat dalam lingkungan mereka. Dalam menghadapi perubahan yang cepat dalam teknologi dan tren media sosial, pendekatan yang fleksibel dan terus-menerus dalam mendampingi anak-anak sangat diperlukan. Orang tua dan pendidik perlu terus menginformasikan diri tentang perkembangan terbaru dalam dunia media sosial, serta berkomunikasi dengan anak-anak tentang bagaimana menghadapi perubahan tersebut. Memberikan ruang bagi anak-anak untuk mengajukan pertanyaan, berbicara tentang pengalaman mereka, dan berkolaborasi dalam menetapkan aturan penggunaan yang bijak akan membantu mereka merasa didengar dan terlibat.

Dalam akhirnya, menciptakan lingkungan yang mendukung dan memberdayakan anak-anak untuk mengambil manfaat dari media sosial dengan cara yang sehat dan bijak adalah tujuan yang penting. Ini memerlukan keseimbangan antara memberikan kebebasan dan memberikan arahan, antara merespons perkembangan positif dan mengatasi risiko, serta antara memahami aspek positif dan negatif dari teknologi. Dengan pendekatan holistik ini, kita dapat membantu anak-anak menghadapi dunia digital dengan keyakinan, pengetahuan, dan keterampilan yang dibutuhkan untuk berhasil di dalamnya.

3. Tanaman Kakao

a. Sejarah Tanaman Kakao

Tanaman kakao (*Theobroma cacao* L.) berasal dari hutan-hutan tropis di Amerika Tengah dan di Amerika Selatan bagian Utara. Penduduk yang pertama kali mengusahakan tanaman kakao serta menggunakannya sebagai bahan makanan dan minuman adalah Suku Indian Maya dan Suku Aztec (Aztec). Di Indonesia tanaman kakao diperkenalkan oleh orang Spanyol pada tahun 1560 di Minahasa dan Sulawesi. Taksonomi kakao adalah sebagai berikut: Kerajaan: Plantae, Divisi: Spermaphyta, Sub divisi: Angiospermae, Kelas: Dicotyledoneae, Anak kelas: Dialypetalae, Ordo: Malvales, Famili: Sterculiaceae; Genus: *Theobroma*; Species: *Theobroma cacao* L (Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia, 2010).

Kakao mulai di perkenalkan oleh orang-orang Spanyol ke Indonesia pada tahun 1560 di Minahasa, Sulawesi Utara. Pada tahun 1825-1838 Indonesia telah mengekspor sebanyak 92ton kakao dari pelabuhan Manado ke Manila. Nilai ekspor itu di kabarkan menurun karena adanya serangan hama pada tanaman kakao. Namun pada tahun 1919 Indonesia masih mampu mengekspor 30ton kakao, tetapi pada tahun 1928 ekspor itu akhirnya terhenti. Pada tahun 1859 sudah terdapat 10.000-12.000 tanaman kakao di Ambon dan menghasilkan 11,6ton kakao. Namun, tanaman itu hilang tanpa informasi lebih lanjut (Wahyudi et al.,2008).

b. Morfologi Tanaman Kakao

Tanaman kakao termasuk tanaman tahunan yang tergolong dalam kelompok tanaman caulofloris, yaitu tanaman yang berbunga dan berbuah pada batang dan cabang. Tanaman ini pada garis besarnya dapat dibagi atas dua bagian, yaitu bagian vegetatif yang meliputi akar, batang serta daun dan bagian generative yang meliputi bunga dan buah. Benih kakao termasuk benih rekalsitran, yaitu benih yang tidak tahan dikeringkan, peka terhadap suhu dan kelembaban rendah, berdaya simpan rendah dan peka terhadap perubahan lingkungan simpan (Lukito et al., 2010).

c. Batang dan Cabang

Diawal pertumbuhannya tanaman kakao yang diperbanyak dengan biji akan membentuk batang utama sebelum tumbuh cabang-cabang primer. Letak pertumbuhan cabang-cabang primer disebut jorquette, dengan ketinggian yang ideal 1,2 – 1,5meter dari permukaan tanah dan jorquette ini tidak terdapat pada kakao yang diperbanyak secara vegetatif. Ditinjau dari segi pertumbuhannya, cabang-cabang pada tanaman kakao tumbuh ke arah atas dan samping. Cabang yang tumbuh ke arah atas disebut cabang orthotrop dan cabang yang tumbuh kearah samping disebut dengan plagiotrop. Dari batang dan kedua jenis cabang tersebut sering ditumbuhi tunas-tunas air (Chupon) yang banyak menyerap energi, sehingga bila dibiarkan tumbuh akan mengurangi pembungaan dan pembuahan (Suhaidi, 2005).

Tanaman kakao asal biji, setelah mencapai tinggi 0,9 – 1,5 meter akan berhenti tumbuh dan membentuk jorket (jorquette). Jorket adalah tempat percabangan dari pola percabangan ortotrop ke plagiotrop dan khas hanya pada tanaman kakao. Pembentukan jorket didahului dengan berhentinya pertumbuhan tunas ortotrop karena ruas-ruasnya tidak memanjang. Pada ujung tunas tersebut, stipula (semacam sisik pada kuncup bunga) dan kuncup ketiak daun serta tunas daun tidak berkembang. Dari ujung perhentian tersebut selanjutnya tumbuh 3-6 cabang yang arah pertumbuhannya condong ke samping membentuk sudut 0–60° dengan arah horisontal. Cabang-cabang itu disebut dengan cabang primer (cabang plagiotrop). Pada cabang primer tersebut kemudian tumbuh cabang-cabang lateral (fan) sehingga tanaman membentuk tajuk yang rimbun (Azwar, 2008).

d. Akar

Tanaman kakao mempunyai akar tunggang yang pertumbuhannya dapat mencapai 8 meter ke arah samping dan 15 meter ke arah bawah. Perkembangan akar lateral tanaman kakao sebagian besar berkembang dekat permukaan tanah, yaitu pada jarak 0 hingga 30 cm. Penyebaran akar yaitu meliputi 56% akar lateral tumbuh pada bagian 0-10 cm, 26% pada bagian 11-20 cm, 14% pada bagian 21- 30 cm dan hanya 4% yang tumbuh dari bagian lebih dari 30 cm dari permukaan tanah. Jangkauan jelajah akar lateral tanaman

kakao ternyata dapat jauh di luar proyeksi tajuk. Ujung akar membentuk cabang-cabang kecil yang susunannya tidak teratur (Siregar et al., 1989).

Kakao yang diperbanyak secara vegetatif pada awal pertumbuhannya tidak membentuk akar tunggang, melainkan akar-akar serabut yang banyak jumlahnya. Setelah dewasa tanaman tersebut akan membentuk dua akar yang menyerupai akar tunggang. Pada kecambah yang telah berumur 1 – 2 minggu terdapat akar-akar cabang (*radix lateralis*) yang merupakan tempat tumbuhnya akar-akar rambut (*fibrilla*) dengan jumlah yang cukup banyak. Pada bagian ujung akar ini terdapat bulu akar yang dilindungi oleh tudung akar (*calyptra*). Bulu akar inilah yang berfungsi menyerap larutan dan garam-garam tanah. Diameter bulu akar hanya 10 mikro dan panjang maksimum hanya 1 mm (Sumarna, 2008)

e. Bunga

Bunga kakao tergolong bunga sempurna, terdiri atas daun kelopak (*calyx*) sebanyak 5 helai dan benang sari (*Androecium*) berjumlah 10 helai. Diameter bunga 1,5 centimeter. Bunga disangga oleh tangkai bunga yang panjangnya 2 – 4 centimeter (Lukito, 2010). Pembungaan kakao bersifat cauliflora dan ramiflora, artinya bunga-bunga dan buah tumbuh melekat pada batang atau cabang, dimana bunganya terdapat hanya sampai cabang sekunder. Tanaman kakao dalam keadaan normal dapat menghasilkan bunga

sebanyak 6.000 – 10.000 pertahun tetapi hanya sekitar lima persen yang dapat menjadi buah (Heddy, 1990).

f. Buah

Buah kakao berupa buah buni yang daging bijinya sangat lunak. Kulit buah mempunyai sepuluh alur dan tebalnya 1–2 cm. Bentuk, ukuran dan warna buah kakao bermacam-macam serta panjangnya sekitar 10–30 cm. Umumnya ada tiga macam warna buah kakao, yaitu hijau muda sampai hijau tua waktu muda dan menjadi kuning setelah masak, warna merah serta campuran antara merah dan hijau. Buah ini akan masak 5–6 bulan setelah terjadinya penyerbukan. Buah muda yang ukurannya kurang dari 10 cm disebut cherelle (pentil). Buah ini sering sekali mengalami pengeringan (cherellewilt) sebagai gejala spesifik dari tanaman kakao. Gejala demikian disebut physiological effect thinning, yakni adanya proses fisiologis yang menyebabkan terhambatnya penyaluran hara yang menunjang pertumbuhan buah muda. Gejala tersebut dapat juga dikarenakan adanya kompetisi energi antara vegetatif dan generatif atau karena adanya pengurangan hormon yang dibutuhkan untuk pertumbuhan buah muda (Nurma, 2006).

Biji kakao tidak mempunyai masa dormasi sehingga penyimpanan biji untuk benih dengan waktu yang agak lama tidak memungkinkan. Biji ini diselimuti oleh lapisan yang lunak dan manis. Palp ini dapat menghambat perkecambahan dan karenanya biji yang akan digunakan untuk menghindari

dari kerusakan biji dimana jika pulp ini tidak dibuang maka didalam penyimpanan akan terjadi proses fermentasi sehingga dapat merusak biji (Heddy, 1990).

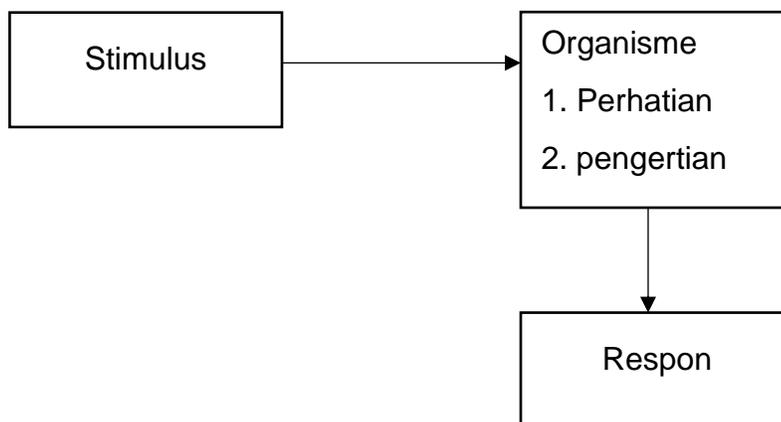
C. Landasan Teori

1. Teori SOR (Stimulus Organism Respon)

Teori S O R Teory dalam penelitian ini adalah teori S-O-R yaitu singkatan dari Stimulus Organism Respon berasal dari psikologi, yang kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi karena objek dari psikologi dan komunikasi itu sama yaitu manusia yang memiliki tingkah laku, sikap, opini dan efek (Denis Mc Quail, 1989: 23). Teori ini mula-mula diperkenalkan oleh para psikolog seperti Parlov, Shiner, dan Hull. Menurut Stimulus Organism Response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dengan reaksi komunikan. Jadi, unsur-unsur model ini adalah: a. Pesan (Stimulus, S) b. Komunikan (Organism, O) c. Efek (Response, R) Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi reaksi artiya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat nonverbal, simbolsymbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu.

Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa melebihi semula. Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya", mengutip pendapat Hosland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan.

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek "*How*" bukan "*Who*" dan "*Why*", jelasnya *How to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikasi, stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikasi mungkin diterima atau ditolak, setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya, maka terjadinya kesediaan untuk mengubah sikap.



Gambar 2.1 Teori S-O-R

Sumber: (Effendy, 1993:225)

Menurut stimulus respon ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Proses tersebut di atas menggambarkan “perubahan sikap” dan bergantung pada proses yang terjadi pada individu.

- a. Stimulus yang diberikan pada organism dapat diterima atau dapat ditolak, maka pada proses selanjutnya terhenti. Ini berarti bahwa stimulus tidak efektif dalam mempengaruhi organism. Jika stimulus diterima oleh organism berarti adanya komunikasi dan adanya perhatian dari organism. Dalam hal ini stimulus adalah efektif dan ada reaksi.
- b. Langkah berikutnya adalah jika stimulus telah mendapat perhatian dari organism, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap sikap stimulus.
- c. Pada langkah selanjutnya adalah bahwa organisme dapat menerima secara baik yang telah diolah sehingga dapat terjadi kesediaan untuk perubahan sikap.

2. Teori Penggunaan dan Gratifikasi (*Uses and Gratifications Theory*)

“Teori penggunaan dan kepuasan” atau *uses and gratification theory* disebut-sebut sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiensi mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan

terhadap isi media secara berbeda-beda yang disebabkan berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu audiens. Teori penggunaan dan kepuasan memfokuskan perhatian pada audiensi sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audiensi dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Audiens dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut. (Morissan, 2013, p.508)

Teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiens sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. Dalam perspektif teori penggunaan dan kepuasan audiensi dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh audiensi sendiri, teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. (Morissan, 2013, p.509)

Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G Blumer, dan Michael Gurevittch, *uses and gratification* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa

atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak diinginkan. Mereka juga merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori ini (Blumler dan Katz, 1974, p.22): Khalayak dianggap aktif; artinya, sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan; Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif, untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak; Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas; bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak; artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayaknya (Rakhmat, 2011, p.203) Model uses and gratification memandang individu sebagai makhluk suprarasional dan sangat selektif. Ini memang mengundang kritik. Akan tetapi, yang jelas, dalam model ini perhatian bergeser dari proses pengirim pesan ke proses penerimaan pesan.

Teori Uses and Gratifications adalah khalayak yang pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media memenuhi kebutuhan khalayak disebut media efektif. (Kriyantono, 2009, p. 207-208)

Penelitian ini menggunakan operasional motivasi penggunaan Instagram dalam jurnal Tarakci & Yenicikti (2016) dengan judul Instagram in the context of the uses and gratifications approach. Penelitian ini berpatokan pada pendekatan Uses and gratifications oleh McQuail dan Windahl (1997) yang menyebutkan bahwa dimana fokusnya pada konten yang ditawarkan oleh media massa untuk memenuhi kebutuhan masing-masing dari pengguna serta untuk memuaskan pengguna saat mengonsumsi media tersebut. Pertanyaan yang ditekankan adalah “apa yang dibuat orang dengan media?” daripada pertanyaan “apa yang media buat untuk orang?” Teori uses and gratifications ini sebelum dikelola dan dikembangkan, Tarakci & Yenicikti mengambil acuan daftar koleksi pertanyaan mengenai participants, demographic characteristics, Instagram use behaviours, and Instagram use motivation dari penelitian terdahulu oleh Oloo (2013) dengan judul Instagratiacion : uses and gratification of Instagram by university students for interpersonal communication. (Tarakci & Yenicikti, 2016)

Penelitian yang dilakukan Tarakci & Yenicikti (2016) merupakan penelitian kepada mahasiswa di Selcuk University dalam pemanfaatan media

sosial Instagram sebagai media massa. Penelitian diangkat karena berdasarkan pada fenomena munculnya berbagai macam media sosial populer di dunia tetapi nyatanya masih kurang yang memfokuskan pada Instagram. Penelitian yang dilakukan oleh Tarakci & Yenicikti ingin mengetahui mengapa seseorang memilih Instagram bukan media sosial populer lainnya, apa yang membuat seseorang menetap pada penggunaan Instagram. Penelitian ini dianggap menjadi berguna karena didasarkan pada Instagram sehingga dapat berkontribusi dalam bidang yang sama. (Tarakci & Yenicikti, 2016)

Berdasarkan pada Tarakci & Yenicikti (2016) terdapat tiga faktor motif yaitu: *sharing/communication, social escape, and information*. (Tarakci & Yenicikti, 2016): Sharing/Komunikasi: Motif pertama ini adalah salah satu alasan yang sering muncul ketika seseorang memilih untuk menggunakan Instagram. Motif ini umum ditemukan dan dianggap sebagai salah satu yang paling efektif. Melalui Instagram, pengguna dapat berbagi konten seperti foto dan video dengan orang lain, serta berkomunikasi melalui komentar dan pesan pribadi. Aktivitas berbagi dan komunikasi ini menjadi pendorong utama di balik penggunaan platform ini. Social Escape/Pelarian Sosial: Motif kedua ini menggambarkan bagaimana manusia sebagai makhluk sosial kadang-kadang merasa kewalahan, bosan, atau kesepian dalam kehidupan sehari-hari. Terkadang, seseorang merasa perlu untuk memenuhi kebutuhan psikologisnya dengan cara yang berbeda. Instagram menjadi pelarian sosial

dalam situasi ini. Platform ini memberikan kesempatan untuk memulai sesuatu dengan identitas online yang berbeda dari dunia nyata, berinteraksi dengan orang-orang lain yang diikuti, serta berbagi konten yang relevan. Ini memungkinkan individu merasakan hubungan sosial dan eksplorasi diri melalui platform digital ini.

3. Teori Perbedaan Individu

Teori yang diketengahkan oleh Melvin D. Defleur ini lengkapnya adalah “Individual Differences Theory of Mass Communication Effect”. Teori individual differences, yang merupakan pengembangan dari model S-O-R, khalayak dalam menerima pesan dianggap bersifat pasif, namun Defleur kemudian melakukan modifikasi terhadap model tersebut dengan teori yang disebut “perbedaan individual”. Defleur dalam Onong Uchjana Effendi, menjelaskan bahwa “setiap khalayak akan memberikan respon yang berbeda-beda terhadap pesan-pesan media jika berkaitan dengan kepentingannya.” Tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya. Jadi, efek media massa pada khalayak massa itu tidak seragam melainkan beragam.

Hal ini disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya. Anggapan dasar dari teori ini ialah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi. Tetapi ini dikarenakan pengetahuan secara individual yang berbeda. Manusia yang

dibesarkan dalam lingkungan yang secara tajam berbeda, menghadapi titik-titik pandangan yang berbeda secara tajam pula.

Teori perbedaan individual ini mengandung rangsangan-rangsangan khusus yang menimbulkan interaksi yang berbeda terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh media. Oleh karena terdapat perbedaan individual pada setiap pribadi anggota khalayak itu, maka secara alamiah dapat diduga akan muncul efek yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individual itu. Tetapi dengan berpegang tetap pada pengaruh variabel-variabel kepribadian (yakni menganggap khalayak memiliki ciri-ciri kepribadian yang sama) teori tersebut tetap akan memprediksi keseragaman tanggapan terhadap pesan tertentu.

Dengan menggunakan teori perbedaan individual ini khalayak dapat mempersepsikan sebuah tayangan media serta dapat menyerap pesan-pesan yang disampaikan oleh media itu. Dalam mempersepsikan sebuah tayangan akan melalui beberapa proses diantaranya mulai dari penerimaan informasi, menafsirkan isi pesan, melihat kejadian-kejadian menariknya dan pesan yang terkandung dalam tayangan tersebut. Kesimpulan dari teori individual differences, adalah bahwa khalayak dalam menerima rangsangan yang disampaikan melalui suatu media mempunyai karakteristik yang berbeda-beda atau bersifat heterogen, walaupun pesan atau rangsangan yang disampaikan sama, namun tanggapan serta persepsi yang terjadi akan berbeda-beda antar

satu dengan yang lainnya. Dengan demikian teori tersebut mencakup upaya khalayak dalam mempersepsikan sebuah tayangan.

Teori perbedaan individual dalam konteks media adalah sebuah kerangka kerja yang mengakui bahwa setiap individu dalam audiens memiliki karakteristik yang berbeda-beda, seperti nilai, keyakinan, pengalaman hidup, dan kepribadian. Hal ini menyebabkan setiap individu akan merespons pesan media dengan cara yang unik dan berbeda satu sama lain. Teori ini berfokus pada bagaimana faktor-faktor individual ini memengaruhi cara seseorang mempersepsikan, menafsirkan, dan merespons pesan media.

Dalam teori ini, ada beberapa konsep utama yang perlu dipahami: Perbedaan Individual: Teori ini mengakui bahwa setiap individu memiliki perbedaan dalam pengalaman, nilai, preferensi, dan latar belakang mereka. Ini menciptakan keragaman dalam cara mereka melihat dan merespons pesan media. Interaksi dengan Pesan Media: Teori ini menyoroti bahwa interaksi antara individu dan pesan media tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan itu sendiri, tetapi juga oleh karakteristik individu. Ini mencakup pemahaman, penafsiran, dan emosi yang timbul ketika seseorang berinteraksi dengan media.

Proses Persepsi: Ketika seseorang mengekspos diri mereka pada media, mereka melewati serangkaian proses, termasuk penerimaan informasi,

interpretasi isi pesan, penilaian terhadap kejadian-kejadian yang terjadi dalam pesan, dan pengertian pesan yang terkandung dalam media tersebut. Proses ini dipengaruhi oleh perbedaan individual. Heterogenitas Tanggapan: Karena perbedaan individual, teori ini menyimpulkan bahwa meskipun pesan atau rangsangan media yang sama disampaikan kepada berbagai individu, tanggapan dan persepsi yang terjadi akan beragam. Setiap individu akan merespons pesan tersebut dengan cara yang unik sesuai dengan karakteristik dan pengalaman mereka sendiri.

Pengaruh Variabel Kepribadian: Teori ini berbeda dengan pendekatan yang menganggap audiens memiliki ciri-ciri kepribadian yang sama. Sebaliknya, teori perbedaan individual menekankan pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor kepribadian dalam memahami cara audiens merespons pesan media. Kesimpulannya, teori perbedaan individual mengakui kompleksitas dan keragaman dalam cara audiens mempersepsikan pesan media. Ini merupakan pendekatan yang lebih realistis untuk memahami bagaimana pesan media memengaruhi orang, karena menghargai perbedaan individual dalam audiens. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, kita dapat lebih baik memahami bagaimana pesan media dapat berdampak dan berinteraksi dengan audiens secara unik.

4. Teori Dependensi Media

Berdasarkan Teori Ketergantungan Media (*Media Dependency Theory*) menurut Melvin DeFluer dan Sandra Ball Rokeach yaitu: "Semakin seseorang tergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, maka media tersebut menjadi semakin penting untuk orang tersebut. Semakin tinggi media memberikan pemenuhan informasi, maka semakin tinggi pula ketergantungan audiens terhadap media tersebut.

Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach mengemukakan gagasan mereka mengenai teori Ketergantungan (*Dependency Theory*) yang membahas mengenai sifat ketergantungan audien terhadap isi media massa. Teori ketergantungan memiliki dasar asumsi bahwa pengaruh media ditentukan oleh hubungan antara sistem sosial yang lebih luas, peran media dalam sistem tersebut dan hubungan khalayak dengan media.

Teori ketergantungan memiliki dasar asumsi bahwa pengaruh media ditentukan oleh hubungan antara sistem sosial yang lebih luas, peran media dalam sistem tersebut dan hubungan khalayak dengan media. ketergantungan audien terhadap media bersifat integral yang mencakup 3 pihak, yaitu media, audien, dan sistem sosial yang melingkupinya. DeFleur dan Rokeach (2009: 155). Pertama, dasar pengaruh media terletak pada hubungan antara sistem sosial yang lebih besar, peran media di dalam sistem tersebut dan hubungan khalayak dengan media. Efek terjadi bukan karena semua media

berkuasa atau sumber yang kuat mendorong kejadian tersebut, tetapi karena media berkerja dengan cara tertentu untuk memenuhi keinginan tertentu dan kebutuhan khalayak.

Serta menekankan pada pendekatan sistem secara luas. Melvin DeFleur dan Sandra Ball Rokeach memberikan penjelasan yang lebih utuh dalam beberapa pernyataan, Pertama, dasar pengaruh media terletak pada hubungan antara sistem sosial yang lebih besar, peranan media di dalam sistem tersebut dan hubungan khalayak dengan media. Efek terjadi bukan karena semua media berkuasa atau sumber yang kuat mendorong kejadian tersebut, tetapi karena media berkerja dengan cara tertentu untuk memenuhi keinginan tertentu dan kebutuhan khalayak.

Kedua, derajat ketergantungan khalayak terhadap informasi media adalah variabel kunci dalam memahami kapan dan bagaimana peran media mengubah keyakinan, perasaan, atau perilaku khalayak. Kejadian dan bentuk efek media akhirnya bergantung pada khalayak serta berhubungan dengan seberapa penting orang-orang menentukan pengaruh media. Jika kita bergantung pada banyak sumber selain media untuk mendapatkan informasi mengenai suatu peristiwa, maka peranan media lebih sedikit dari pada jika kita bergantung pada sumber media yang sedikit.

Ketiga, dalam masyarakat industri, kita menjadi semakin bergantung pada media (a) untuk memahami dunia sosial (b) untuk bertindak dengan

benar dan efektif di dalam masyarakat, serta (c) untuk fantasi dan pelarian. Ketika dunia semakin rumit dan berubah semakin cepat, maka kita tidak hanya semakin besar membutuhkan media untuk membantu kita memahami dan mengerti respon terbaik yang bisa kita berikan serta membantu kita untuk bersantai dan bertahan. Teman - teman dan keluarga barangkali tidak tahu banyak mengenai apa yang terjadi di dunia sosial yang lebih besar kecuali dari apa yang mereka pelajari di media.

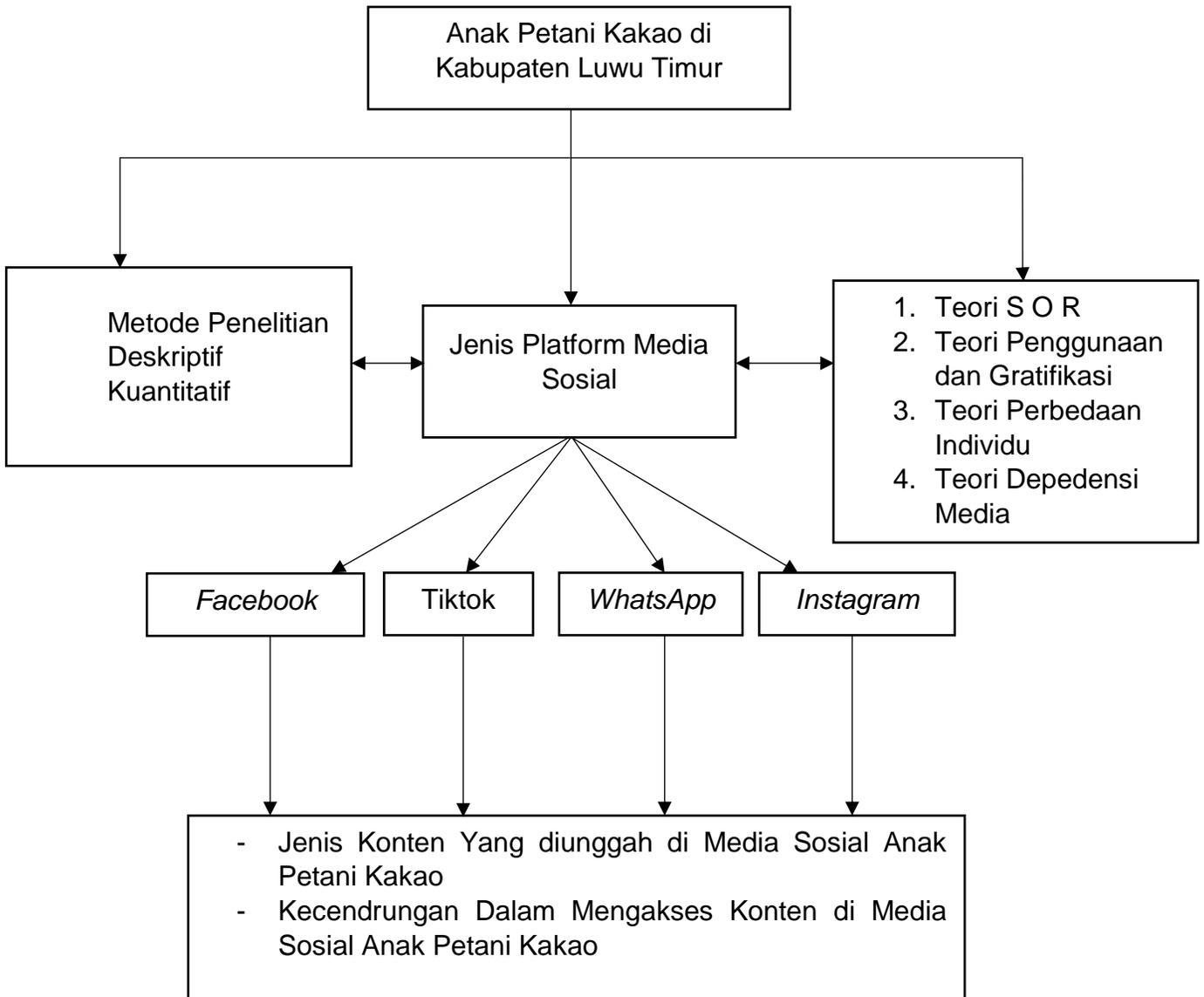
Terakhir yang keempat, semakin besar kebutuhan sehingga semakin besar ketergantungan semakin besar kemungkinan bahwa media dan pesan yang mereka produksi akan memiliki efek. Tidak semua orang akan dipengaruhi secara sama oleh media. Mereka yang memiliki kebutuhan yang lebih, yang lebih bergantung pada media, akan paling terpengaruh.

Menurut DeFleur dan Rokeach (2009: 124), derajat ketergantungan terhadap media merupakan kunci dalam memahami kapan dan mengapa pesan media massa dapat mengubah kepercayaan, perasaan, dan perilaku audiens. Ia menjelaskan bahwa semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya untuk dipenuhi oleh penggunaan media, semakin penting peran media dalam hidup orang tersebut sehingga media akan semakin memiliki pengaruh kepada orang tersebut.

Dalam masyarakat industri modern, orang semakin tergantung pada media untuk: (a) memahami dunia sosial mereka; (b) bertindak secara

bermakna dan efektif dalam masyarakat; dan (c) untuk menemukan fantasi dan untuk pelarian. Derajat ketergantungan khalayak terhadap media ditentukan oleh: (a) tingkat kepentingan informasi yang disampaikan media, anda akan menjadi lebih bergantung pada media yang menyediakan sebagian besar kebutuhan anda; dan (b) stabilitas sosial, ketika perubahan sosial dan konflik lembaga tinggi, memaksa anda untuk mengevaluasi kembali dan membuat pilihan baru. Pada saat seperti ini ketergantungan anda pada media untuk informasi akan meningkat.

D. Kerangka Pikir



E. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini menggunakan variabel yang didefinisikan secara operasional sehingga dapat dijadikan petunjuk dalam melakukan penelitian.

Berikut definisi operasional dapat dilihat melalui tabel berikut:

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Pemanfaatan Media Sosial	1. Media Sosial - Instagram - Tiktok - Facebook - Whatsapp	- Frekuensi - Durasi - Intensitas	Likert
	2. Jenis Konten di Media Sosial Anak Petani Kakao	Jenis Konten (Gambar, video dan Tulisan)	Likert
	3. Kecenderungan Mengakses Konten di Media Sosial Anak Petani Kakao	Informasi mengenai harga kakao, Teknik pertanian kakao, pasar kakao.)	Likert