

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan pangan dan perekonomian nasional. Indonesia sebagai negara agraris didukung oleh sumber daya alam yang melimpah serta wilayah yang luas sehingga mampu mengembangkan berbagai subsektor pertanian, seperti tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan, dan perikanan. Pertanian berperan sebagai penyedia kebutuhan pangan dan juga berkontribusi dalam penyediaan lapangan kerja serta upaya pengentasan kemiskinan (Padila, 2025). Jumlah tenaga kerja di sektor pertanian justru terus menurun akibat pergeseran struktur ekonomi menuju sektor industri dan jasa. Data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah tenaga kerja pertanian turun dari 31.705.295 jiwa pada tahun 2013 menjadi 29.342.202 jiwa pada tahun 2023 (BPS, 2023).

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Tenaga Kerja Sektor Pertanian di Indonesia Tahun 2020–2024

Tahun	Tenaga Kerja Sektor Pertanian (%)
2020	29,76
2021	29,59
2022	28,61
2023	28,18
2024	27,33

Sumber: Data Diolah Peneliti dari Publikasi BPS (Sakernas) Tahun 2020–2024

Tabel 1.1 menunjukkan adanya tren penurunan persentase tenaga kerja di sektor pertanian Indonesia selama periode 2020–2024. Persentase tenaga kerja turun dari 29,76% pada tahun 2020 menjadi 27,33% pada tahun 2024. Adanya penurunan tersebut mengindikasikan bahwa sektor pertanian semakin kurang diminati sebagai lapangan pekerjaan, sehingga kontribusinya dalam menyerap

tenaga kerja juga semakin berkurang dari tahun ke tahun. Kondisi ini mencerminkan adanya pergeseran preferensi tenaga kerja ke sektor lain yang dianggap lebih menjanjikan.

Tabel 1.2 Jumlah Petani Menurut Kelompok Usia di Indonesia Tahun 2023

Kelompok Generasi	Jumlah (Jiwa)
<i>Baby Boomers</i> (1946-1964)	7.784.717
Gen X (1965-1980)	11.948.445
Milenial (1981-1996)	7.220.896
Gen Z (1997-2012)	603.303

Sumber: Data Diolah Peneliti dari Sensus Pertanian, (2025)

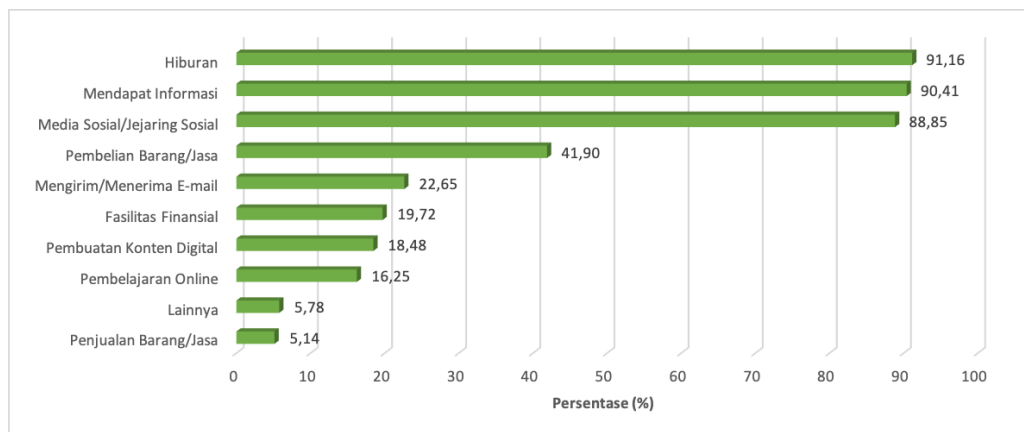
Komposisi petani di Indonesia masih didominasi oleh generasi *X*, *Baby Boomers*, dan *Milenial* dengan jumlah mencapai 26.954.058 jiwa. Sementara itu, kontribusi generasi *Z* dalam sektor pertanian hanya sebesar 603.303 jiwa atau sekitar 2,14%. Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa partisipasi Generasi *Z* dalam sektor pertanian masih lebih rendah dibandingkan generasi lainnya. Kondisi ini mengindikasikan adanya permasalahan regenerasi petani di Indonesia. Apabila kecenderungan tersebut terus berlanjut, sektor pertanian berpotensi mengalami kekurangan sumber daya manusia produktif di masa mendatang. Sementara itu, generasi *Z* memiliki peran strategis sebagai penerus pembangunan pertanian karena berada pada usia produktif serta memiliki kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.

Rendahnya jumlah generasi *Z* yang berkontribusi dalam sektor pertanian menunjukkan bahwa minat generasi muda terhadap bidang pertanian masih relatif rendah. Rendahnya minat dan partisipasi generasi *Z* berpotensi menghambat proses regenerasi petani, sehingga dapat mengganggu keberlanjutan sektor pertanian dan ketahanan pangan di masa depan (Taufiqurrohman, 2022). Berbagai alasan menjadi tantangan dalam meregenerasi petani salah satunya dikarenakan oleh stigma

generasi Z yang buruk terhadap pertanian. Pertanian sering dipandang sebagai pekerjaan yang berat, memiliki risiko tinggi, serta kurang menjanjikan dari sisi ekonomi. Selain itu, generasi Z cenderung lebih tertarik pada pekerjaan yang modern, berbasis teknologi, dan berada pada sektor industri kreatif (Solihin *et al.*, 2023). Generasi Z juga lebih selektif dalam memilih pekerjaan yang menawarkan prospek karir yang jelas dan kompensasi yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang inovatif dan inklusif untuk meningkatkan minat serta mendorong partisipasi generasi Z dalam sektor pertanian (Nurchayadi *et al.*, 2023).

Urban farming menjadi salah satu aktivitas pertanian yang sesuai dengan gaya hidup generasi muda sekaligus membantu membangun citra positif sektor pertanian di kalangan Generasi Z. Kegiatan ini merupakan bentuk bercocok tanam yang memanfaatkan ruang terbatas melalui berbagai inovasi, seperti taman dinding (*wall gardening*), budidaya dalam pot, sistem vertikal, hidroponik, dan aquaponik (Sulistyo *et al.*, 2023). Karakteristik Generasi Z yang adaptif terhadap teknologi dan banyak tinggal di wilayah perkotaan dengan keterbatasan lahan menjadikan konsep ini semakin relevan. *Urban farming* juga memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai kegiatan agribisnis skala kecil yang memberikan nilai ekonomi apabila dilakukan secara konsisten (Widia, 2024). Namun demikian, keberhasilan penerapannya sangat bergantung pada tingkat pengetahuan dan keterampilan, seperti teknik budidaya, pemilihan bibit, serta pengendalian hama dan penyakit tanaman (Rahmayanti *et al.*, 2025). Oleh karena itu, diperlukan penyampaian edukasi yang jelas, menarik, dan mudah dipahami untuk meningkatkan pemahaman sekaligus rasa percaya diri generasi Z dalam

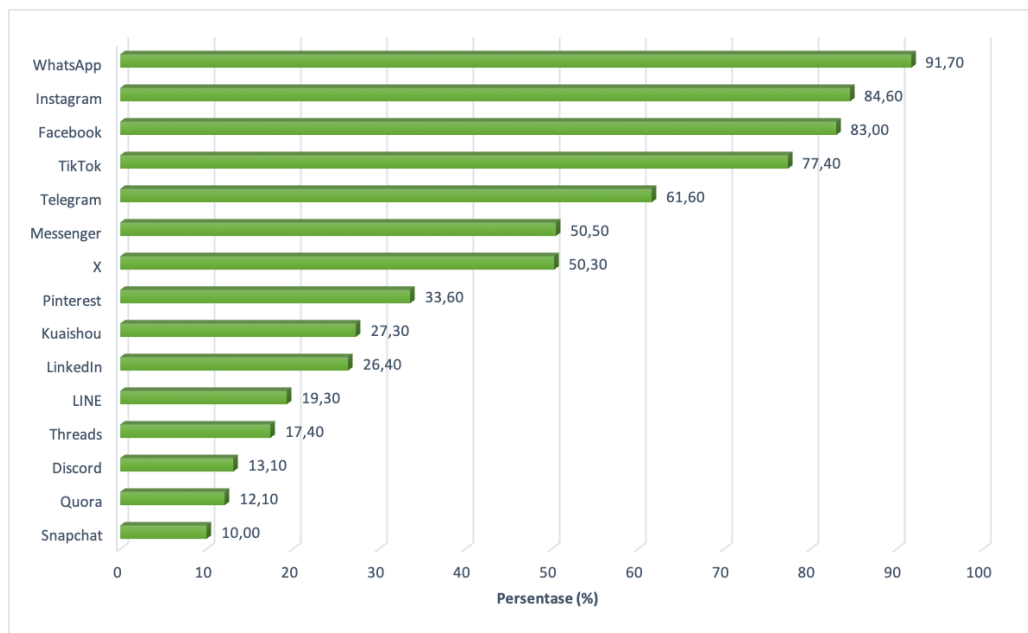
menerapkan *urban farming*, sehingga dapat mendorong minat mereka terhadap kegiatan tersebut.



Gambar 1.1 Alasan Generasi Z Menggunakan Media Sosial

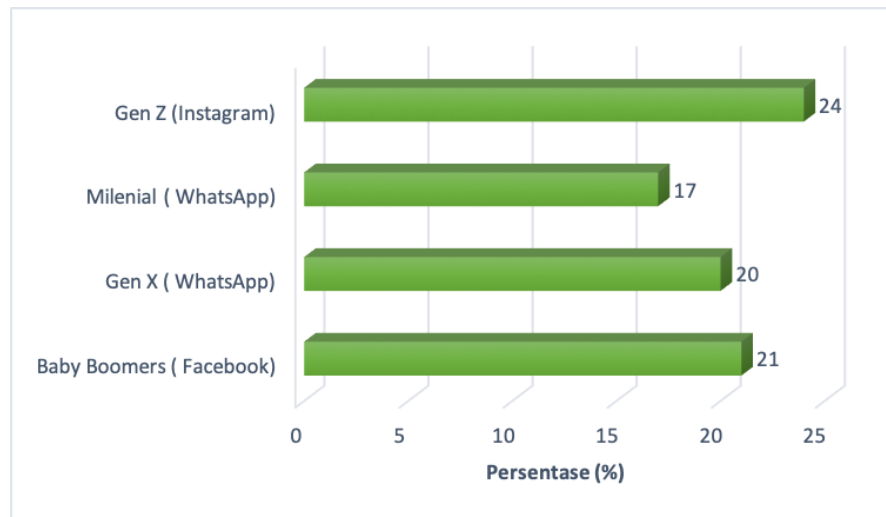
Sumber: Data Diolah Peneliti dari *GoodStats*, (2025)

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam memperoleh informasi. Media sosial telah berkembang menjadi sarana komunikasi, hiburan, sekaligus media penyebaran informasi dan edukasi pertanian. *Urban farming* merupakan kegiatan yang memerlukan pemahaman mengenai teknik budidaya, penggunaan media tanam, perawatan tanaman, hingga proses panen. Informasi tersebut kini dapat diperoleh dengan lebih mudah melalui berbagai konten edukasi yang tersedia di media sosial. Bondi dan Cacchiani (2021) menjelaskan bahwa media sosial mendukung proses pembelajaran di bidang pertanian karena memudahkan penyebaran informasi sekaligus membuka ruang bagi pengguna untuk saling berbagi pengalaman. Kebiasaan mencari informasi melalui media sosial juga terlihat pada Generasi Z. Sebanyak 90,41% Generasi Z memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi dalam kehidupan sehari-hari. Pemanfaatan media sosial yang tinggi menjadikannya media yang potensial untuk menyebarkan edukasi *urban farming* kepada Generasi Z melalui konten yang mudah dipahami dan relevan dengan keseharian mereka.



Gambar 1.2 Peringkat *Platform* Media Sosial Berdasarkan Tingkat Penggunaan
Sumber: Data Diolah Peneliti dari *We Are Social*, (2025)

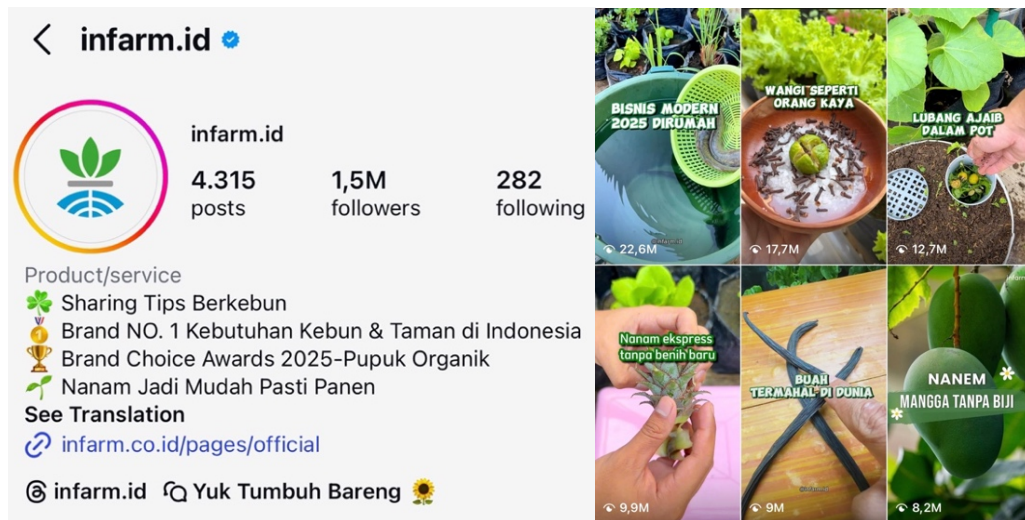
Instagram berada pada peringkat kedua *platform* media sosial dengan tingkat penggunaan tertinggi di Indonesia, setelah *WhatsApp*. Data *We Are Social* (2025) mencatat bahwa sebanyak 84.6% pengguna aktif media sosial menggunakan *platform* tersebut. Jumlah pengguna yang besar menjadikan Instagram dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti hiburan, komunikasi, dan pencarian informasi. Cantika dan Riyanto (2022) menjelaskan bahwa penyampaian informasi melalui Instagram didukung oleh tampilan visual yang menarik dan mudah dipahami. Fitur seperti *reels*, *stories*, *carousel*, dan *live streaming* juga membuat materi dapat disajikan dengan lebih beragam. Pengguna dapat menyimpan, membagikan, maupun memberikan tanggapan terhadap konten yang dianggap bermanfaat. Satrianingsih *et al.* (2023) menyebutkan bahwa interaksi yang terjadi di Instagram memperkuat peran *platform* ini sebagai media penyebaran informasi dan pengetahuan. Kondisi ini membuka peluang bagi penyampaian konten edukasi *urban farming* agar dapat menjangkau Generasi Z secara lebih luas.



Gambar 1.3 Data Pemilihan Media Sosial Sesuai Generasi
 Sumber: Data Diolah Peneliti dari *Databoks*, (2025)

Generasi Z dikenal sebagai *digital native* karena lahir dan tumbuh pada era ketika internet dan media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Gawai dan berbagai *platform digital* telah akrab dengan kehidupan mereka sejak usia dini serta digunakan untuk berkomunikasi, menikmati hiburan, dan memperoleh informasi (Zis *et al.*, 2021). Kebiasaan tersebut membentuk cara Generasi Z dalam menerima informasi. Visual yang menarik, penjelasan yang ringkas, dan isi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari membuat informasi lebih mudah dipahami dibandingkan teks yang panjang. Gambar 1.3 di atas memperlihatkan bahwa Generasi Z menjadi kelompok pengguna Instagram terbesar di Indonesia dengan persentase mencapai 24%. Tingginya penggunaan Instagram menunjukkan bahwa *platform* ini telah menjadi salah satu media yang akrab dengan kehidupan Generasi Z. Akun-akun yang mempublikasikan konten edukasi memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau audiens karena informasi dapat disampaikan melalui video singkat, infografis, maupun *carousel* yang lebih menarik untuk diikuti. Informasi yang dijelaskan secara bertahap membuat proses belajar lebih

mudah diikuti dan lebih mudah dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari. Pengalaman belajar melalui konten edukasi berpotensi menumbuhkan minat Generasi Z terhadap *urban farming*. Bertambahnya pengetahuan dapat meningkatkan keyakinan bahwa *urban farming* merupakan kegiatan yang dapat dipelajari dan diterapkan sesuai dengan kondisi setiap individu.



Gambar 1.4 Halaman Akun Instagram @infarm.id
Sumber: *Instagram*, (2026)

Akun Instagram @infarm.id merupakan salah satu akun yang secara konsisten membagikan konten edukasi mengenai *urban farming*. Materi yang disampaikan bukan sekadar membahas cara menanam, tetapi juga pemilihan benih, penggunaan media tanam, perawatan tanaman, pengendalian hama, hingga proses panen. Penyajian informasi dikemas melalui *carousel*, *reels*, dan *stories* dengan bahasa yang sederhana serta tampilan visual yang mudah dipahami. Cara penyampaian tersebut membuat setiap tahapan budidaya dapat diikuti secara lebih jelas oleh pengguna. Pengguna tidak sekadar memperoleh informasi berupa hasil akhir, tetapi juga dapat melihat proses budidaya dari awal hingga panen. Karakteristik tersebut menjadikan akun @infarm.id sebagai salah satu media yang

aktif membagikan informasi *urban farming* kepada masyarakat terutama Generasi Z yang terbiasa mencari informasi melalui media sosial.

Tabel 1.3 Data Analitik Akun Instagram di Bidang Pertanian

No	Nama Akun	Jumlah Followers (Ribu)	Engagement Rate (%)	Peringkat Global	Peringkat Indonesia
1	@infarm.id	1.600	2.57	212.959	4.716
2	@evaisgarden	287	1.35	286.336	9.734
3	@gardeningwither_	204	1.09	322.265	10.795
4	@kebunnnad	110	0.83	1.154.725	36.137
5	@ubay_garden	331	0.54	18.121.402	475.676
6	@tanamderumah	86	0.31	22.154.483	551.421

Sumber: Data Diolah Peneliti dari *Hypeauditor*, (2026)

Berdasarkan Tabel 1.3 diperoleh data analisis dari *hypeauditor* yang menunjukkan bahwa akun @infarm.id memiliki jumlah pengikut yang cukup besar serta menunjukkan performa akun yang baik, dilihat dari peringkat global dan nasional yang dimilikinya. Hal ini dapat dilihat bahwa akun tersebut mampu menjangkau audiens secara luas serta memiliki potensi dalam memengaruhi pemahaman dan ketertarikan audiens terhadap *urban farming*. Akan tetapi, dari sekian banyaknya informasi *urban farming* yang bermunculan di Instagram, tidak semua informasi yang diterima melalui media sosial mampu mendorong individu untuk merasa yakin dan tertarik dalam menerapkannya. Pandangan sebagian generasi muda terhadap sektor pertanian masih cenderung negatif karena dianggap sebagai aktivitas yang sulit dan kurang menarik (Selvia *et al.*, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara penyampaian informasi dengan pembentukan keyakinan diri individu. Oleh karena itu, perlu untuk mengkaji sejauh mana konten edukasi yang disampaikan melalui media sosial pada akun @infarm.id dapat memengaruhi minat generasi Z terhadap *urban farming* dengan mempertimbangkan peran efikasi diri sebagai variabel mediasi.

Konten edukasi yang dipublikasikan dapat berkontribusi dalam membangun efikasi diri dengan menyajikan contoh praktik *urban farming* yang mudah dipahami dan diikuti. Kondisi ini mendorong individu untuk lebih percaya diri dalam mencoba kegiatan *urban farming* sebagai aktivitas produktif sekaligus peluang usaha agribisnis berskala kecil. Efikasi diri yang tinggi membuat individu lebih yakin untuk terlibat dalam suatu aktivitas dibandingkan individu yang memiliki efikasi diri rendah (Bandura dan Wessels, 1997). Sehingga, peran efikasi diri sebagai variabel mediasi menjadi penting untuk menjelaskan bagaimana konten edukasi dapat meningkatkan minat Generasi Z dalam melakukan *urban farming*.

Penelitian ini secara khusus mengkaji akun Instagram @infarm.id sebagai objek penelitian dalam kajian konten edukasi *urban farming* pada Generasi Z. Penelitian terkait media sosial di bidang pertanian selama ini lebih banyak membahas pengaruh media sosial atau konten digital terhadap minat, pengetahuan, dan perilaku pengguna. Gulaiya *et al.* (2023) menemukan bahwa media sosial berperan sebagai sarana penyebaran informasi pertanian yang efektif karena mampu menyediakan konten yang mudah diakses, memperluas jangkauan informasi, serta meningkatkan keterlibatan generasi muda dalam memperoleh pengetahuan dan berpartisipasi pada berbagai aktivitas pertanian. Wu (2023) menemukan bahwa pengalaman belajar dalam lingkungan digital mampu meningkatkan efikasi diri karena memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan keterampilan, memperoleh pengalaman belajar secara mandiri, dan meningkatkan kepercayaan terhadap kemampuan yang dimiliki. Im *et al.* (2020) juga membuktikan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap partisipasi mahasiswa dalam kegiatan *urban farming*. Hasil penelitian tersebut

menunjukkan bahwa konten digital, efikasi diri, dan partisipasi memiliki hubungan yang saling berkaitan.

Hubungan antarkonstruksi dalam penelitian sebelumnya masih dikaji secara terpisah. Penelitian yang membahas konten digital lebih banyak menekankan pengaruhnya terhadap minat atau keterlibatan pengguna tanpa menjelaskan proses terbentuknya efikasi diri. Penelitian yang berkaitan dengan efikasi diri lebih banyak menjelaskan pengaruhnya terhadap partisipasi *urban farming*, tetapi belum mengidentifikasi peran konten edukasi sebagai faktor yang membentuk keyakinan individu. Penelitian yang menggunakan akun Instagram @infarm.id sebagai objek kajian juga masih sangat terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa peran efikasi diri sebagai mekanisme yang menjelaskan hubungan antara konten edukasi dan minat *Urban farming* masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Berdasarkan *research gap* tersebut, penelitian ini menempatkan efikasi diri sebagai variabel mediasi untuk menjelaskan hubungan antara konten edukasi dan minat Generasi Z terhadap *Urban farming*. Kebaruan penelitian terletak pada pengujian model yang menghubungkan ketiga variabel tersebut secara simultan, penggunaan akun Instagram @infarm.id sebagai objek penelitian, serta fokus pada Generasi Z yang memiliki karakteristik sebagai pengguna aktif media sosial. Penelitian berjudul "**Pengaruh Konten Edukasi terhadap Minat *Urban Farming* pada Generasi Z dengan Efikasi Diri sebagai Mediasi (Studi pada Akun Instagram @infarm.id)**" diharapkan dapat menjadi referensi empiris dalam merancang strategi komunikasi pertanian berbasis media sosial yang efektif serta sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik generasi digital.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik dan persepsi Generasi Z terhadap konten edukasi pada akun Instagram @infarm.id?
2. Apakah konten edukasi pada akun Instagram @infarm.id berpengaruh terhadap minat *urban farming* Generasi Z?
3. Apakah konten edukasi pada akun Instagram @infarm.id berpengaruh terhadap efikasi diri Generasi Z dalam melakukan *urban farming*?
4. Apakah efikasi diri berpengaruh terhadap minat *urban farming* Generasi Z?
5. Apakah efikasi diri berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara konten edukasi pada akun Instagram @infarm.id dan minat *urban farming* Generasi Z?

1.3. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan karakteristik dan persepsi Generasi Z terhadap konten edukasi pada akun Instagram @infarm.id.
2. Menganalisis pengaruh konten edukasi pada akun Instagram @infarm.id terhadap minat *urban farming* Generasi Z.
3. Menganalisis pengaruh konten edukasi pada akun Instagram @infarm.id terhadap efikasi diri Generasi Z dalam melakukan *urban farming*.
4. Menganalisis pengaruh efikasi diri terhadap minat *urban farming* Generasi Z.

5. Menganalisis peran efikasi diri sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara konten edukasi pada akun Instagram @infarm.id dan minat *urban farming* Generasi Z.

1.4. Manfaat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan kontribusi bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian akademik dalam bidang agribisnis terkait pemanfaatan media sosial sebagai media penyampaian edukasi pertanian. Hasil penelitian ini memberikan gambaran tentang hubungan antara karakteristik konten edukasi, efikasi diri, dan minat Generasi Z terhadap kegiatan *urban farming*. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi empiris dalam pengembangan kajian efikasi diri dalam lingkungan komunikasi digital serta perilaku generasi muda di bidang pertanian. Temuan penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji peran media sosial dalam meningkatkan keterlibatan generasi muda terhadap aktivitas pertanian berbasis *urban farming*.

1.4.2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian (S1) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat menerapkan teori dan pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan dalam kegiatan penelitian. Penelitian ini

juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperluas pemahaman terkait strategi komunikasi digital dalam mendukung pengembangan agribisnis.

b) Bagi *Creator* @infarm.id

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola akun @infarm.id untuk menilai efektivitas konten edukasi dalam meningkatkan efikasi diri dan minat Generasi Z terhadap *urban farming*. Hasil penelitian juga dapat menjadi acuan dalam mengembangkan strategi konten yang lebih sesuai dengan karakteristik Generasi Z, baik dari segi penyampaian materi maupun bentuk konten yang dipublikasikan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan akun @infarm.id sebagai media edukasi pertanian berbasis digital, mendukung regenerasi pelaku pertanian, serta membuka peluang pengembangan agribisnis skala kecil di wilayah perkotaan

c) Bagi Pemangku Kepentingan

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi instansi pemerintah, lembaga pendidikan, komunitas, maupun pengelola media sosial yang bergerak di bidang pertanian dalam menyusun program edukasi *urban farming* bagi Generasi Z. Hasil penelitian dapat dimanfaatkan sebagai dasar untuk mengembangkan konten edukasi yang mampu meningkatkan efikasi diri dan minat Generasi Z terhadap *urban farming*. Media sosial dapat dipertimbangkan sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan partisipasi dan mendukung regenerasi pelaku pertanian di wilayah perkotaan.