

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian terkait pengaruh konten edukasi terhadap minat *urban farming* dengan efikasi diri sebagai variabel mediasi, dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik Generasi Z yang melihat konten edukasi pada akun Instagram @infarm.id didominasi oleh mahasiswa berusia 21–24 tahun yang aktif menggunakan Instagram. Selain itu, responden menilai konten edukasi @infarm.id informatif, mudah dipahami, dan relevan, sehingga berpotensi menjadi media edukasi yang efektif dalam mendukung terbentuknya efikasi diri dan minat terhadap *urban farming*.
2. Konten edukasi terbukti berpengaruh terhadap minat *urban farming* pada Generasi Z. Artinya, konten yang informatif, menarik, dan disajikan dalam bentuk visual dapat mendorong Generasi Z untuk mengenal, mempelajari, dan mencoba *urban farming*.
3. Konten edukasi juga terbukti berpengaruh terhadap efikasi diri pada Generasi Z. Hal ini membuktikan bahwa @infarm.id efektif sebagai media pembelajaran yang mampu menumbuhkan keyakinan audiens akan kemampuan mereka sendiri dalam menjalankan *urban farming*.
4. Efikasi diri terbukti berpengaruh terhadap minat *urban farming*. Audiens yang merasa yakin mampu menjalankan *urban farming* cenderung lebih berminat untuk benar-benar memulai dan menekuni kegiatan tersebut dibandingkan mereka yang ragu akan kemampuannya sendiri.

5. Efikasi diri terbukti menjadi jalur yang menghubungkan pengaruh konten edukasi terhadap pembentukan minat *urban farming*. Temuan ini menegaskan bahwa strategi edukasi digital di sektor pertanian akan lebih efektif apabila dirancang untuk membangun rasa mampu (*self-efficacy*) dalam menerapkan informasi pertanian yang diperoleh.

5.2. Saran

Hasil penelitian ini menjadi dasar dalam memberikan implikasi bagi pengelola akun Instagram @infarm.id dan peneliti selanjutnya sebagai berikut:

a) Bagi Pengelola Akun Instagram @infarm.id

Disarankan untuk mengembangkan strategi konten edukasi yang lebih aplikatif dan interaktif melalui demonstrasi *before–after*, video tutorial singkat, testimoni keberhasilan pengikut, serta penyelenggaraan *live streaming* atau sesi konsultasi secara berkala. Selain itu, pengelola akun juga dapat menjalin kolaborasi dengan perguruan tinggi, organisasi mahasiswa, maupun komunitas *urban farming* untuk memperluas jangkauan edukasi kepada Generasi Z.

b) Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat memperluas model penelitian dengan memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat *urban farming*, seperti motivasi, literasi digital, sikap, atau norma subjektif. Penelitian berikutnya juga dapat membandingkan konten edukasi pada media sosial lain, seperti TikTok, YouTube, atau Facebook untuk melihat perbedaan efektivitas antarplatform digital dalam membentuk minat Generasi Z terhadap *urban farming*.