



Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian
(J - S E P)
(Journal of Social and Agricultural Economics)



PEMANFAATAN MEDIA YOUTUBE DALAM MENUMBUHKAN MINAT ANAK PETANI UNTUK BERUSAHATANI CABAI DI KABUPATEN CIAMIS

UTILIZATION OF YOUTUBE MEDIA IN FOSTERING YOUNG FARMER INTEREST IN CHILLI FARMING IN CIAMIS REGENCY

Engkos Kosmana¹, Alia Bihrajihant Raya^{2*}, Rahima Kaliky³

^{1,3}Program Studi Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan, Universitas Gadjah Mada, Balai Penerapan Instrumen Pertanian (BPSIP) Bengkulu, Indonesia

²Program Studi Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

* Corresponding author's email: alia.bihrajihant.r@ugm.ac.id

Submitted: 27/07/2023

Revised: 13/01/2024

Accepted: 30/03/2024

ABSTRACT

The presence of the youtube platform makes it easier for farmer children to access agricultural information. The high use of youtube among farmer children will promote their attitudes, motivation, perceptions of chilli farming and increase their interest in continuing chilli farming. Therefore, it is necessary to conduct research to analyse the effect of the use of youtube directly or through the variables of attitude, motivation and perception on the interest in continuing chilli farming in Ciamis Regency. The research was carried out using a descriptive quantitative approach. The data were collected through a survey using a questionnaire, involving a sample of 100 children of farmers, taken by simple randomisation in 5 sub-districts of Ciamis Regency. Testing using SEM Partial Least Square with SMART PLS software. From the results of the study it is known that the variables of youtube use, motivation, attitudes and perceptions have a direct positive and significant effect on the interest of farmers' children in continuing chilli farming, youtube use has a direct positive and significant effect on the motivation, attitudes and perceptions of chilli farming, and youtube use has an indirect significant effect on the interest of farmers' children in continuing chilli farming through the motivation and perceptions of farmers' children towards chilli farming.

Keywords: chilli farming, farmers' children, interest, SEM PLS, youtube media use

ABSTRAK

Tingginya penggunaan youtube di kalangan anak petani akan menumbuhkan sikap, motivasi, persepsi mereka terhadap usahatani cabai dan tumbuh minat untuk meneruskan usahatani Cabai. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan youtube secara langsung maupun melalui variabel sikap, motivasi dan persepsi terhadap minat meneruskan usahatani cabai di Kabupaten Ciamis. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui survey menggunakan kuisioner, melibatkan sampel sebanyak 100 anak petani, yang diambil dengan acak sederhana di 5 Kecamatan di Kabupaten Ciamis. Pengujian menggunakan SEM *Partial Least Square* dengan software SMART PLS. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel pemanfaatan youtube, motivasi, sikap dan persepsi berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap minat anak petani meneruskan usahatani cabai, pemanfaatan youtube berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap motivasi, sikap, dan persepsi terhadap usahatani cabai, dan pemanfaatan youtube berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap minat anak petani meneruskan usahatani cabai melalui motivasi dan persepsi anak petani terhadap usahatani cabai.

Kata kunci: anak petani, minat, pemanfaatan youtube, SEM PLS, usahatani cabai



Copyright ©2024 by Author(s)

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

How to Cite: Kosmana, Engkos, Raya, Alia Bihrajihant, Kaliky, Rahima. (2024). Pemanfaatan Media Youtube Dalam Menumbuhkan Minat Anak Petani Untuk Berusahatani Cabai di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (J-SEP)*, 17(1): 1-16.

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian tidak terlepas dari peran sumberdaya manusia pertanian yaitu petani sebagai pelaku utama dan pelaku usaha, sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki komitmen membangun sektor pertanian yang menjadi salah satu faktor keberhasilan pembangunan pertanian berkelanjutan (Susilowati, 2016). Kebutuhan sumberdaya manusia pertanian yang berkualitas dan komitmen untuk keberlanjutan, kemajuan dan modernisasi pertanian dapat keterlibatan generasi muda kedalam sektor pertanian. Petani muda yang biasanya bekerja lebih produktif dan efisien dengan memanfaatkan teknologi serta selalu kreatif berinovasi (Adisurya, 2020). Petani muda memiliki kemampuan beradaptasi dan mampu menerapkan inovasi dalam mengelola usahanya, serta bisa menjadi inspiratory dan penggerak dalam mengadopsi inovasi pertanian bagi rekan-rekan sesama petani (Ibrahim, 2021).

Sektor pertanian di Kabupaten Ciamis memiliki peranan penting dalam menunjang perekonomian, mengingat sektor pertanian menjadi penyumbang PDRB terbesar ke 3 di kabupaten ini, yaitu sebanyak 23,60 persen dari PDRB (BPS Kabupaten Ciamis, 2022). Namun terkendala dengan kurangnya generasi muda yang mau terlibat untuk berusaha disektor pertanian, yang notabene dikelola petani yang telah berusia diatas 40 tahun. Selama kurun waktu 5 tahun antara 2013-2018, petani di bawah umur 35 tahun, telah berkurang 3,66 persen (Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2014). Sehingga menyebabkan lambatnya laju adopsi inovasi petani yang berimbas pada menurunnya kinerja sektor pertanian.

Komoditas sayuran cabai merupakan salah satu komoditas unggulan, bahkan Kabupaten Ciamis merupakan salah satu sentra produksi cabai di Jawa Barat. Usahatani cabai merupakan usaha dengan nilai ekonomis tinggi yang membutuhkan input modal besar dan memiliki resiko tinggi sehingga perlu ditunjang dengan teknologi tinggi (Misqi & Karyani, 2019). Peran generasi muda pada usahatani cabai ini sangat dibutuhkan untuk keberlanjutan, kemajuan dan modernisasi usaha pertanian ini, dengan sifat generasi muda yang energik, adaptif dan inovatif diharapkan mampu menjawab tantangan dalam usaha pertanian ini.

Kurangnya minat generasi muda untuk berusahatani, akan berdampak bagi keberlanjutan sektor pertanian di masa depan. Minat pemuda sebagai generasi penerus petani harus ditumbuhkan untuk kembali ke sektor pertanian dan bertanggung jawab dalam peningkatan produksi dan produktivitas pertanian dan penyediaan pangan nasional (Susilowati, 2016). Minimnya minat generasi muda untuk terlibat dan terjun langsung dalam sektor pertanian menandakan bahwa pertanian dinilai tidak menguntungkan lagi, selain itu pertanian di pandang rendah, oleh karena itu generasi muda kehilangan gairah untuk bertani. Salah satu kunci melibatkan generasi muda adalah dengan pertanian modern, dengan demikian diharapkan generasi muda mau terjun pada bisnis pertanian (Salamah *et al.*, 2021).

Upaya menumbuhkan minat, pengetahuan dan kepedulian generasi muda menurut Santoso *et al.*, (2020) berhubungan positif dengan intensitas kegiatan penyuluhan yang dilakukan dan dukungan pemerintah. Semakin banyak petani muda mengikuti kegiatan penyuluhan semakin tinggi pengaruh positif untuk meningkatkan regenerasi petani. Penelitian Rosliana *et al.* (2020) juga melaporkan bahwa Faktor eksternal yang berhubungan secara signifikan dengan minat pemuda tani pada usahatani sayuran semusim adalah sumber informasi, kegiatan penyuluhan dan dukungan pemerintah. Kemudahan akses informasi juga menjadi hal penting dalam menumbuhkan minat generasi muda di sektor pertanian (Effendy *et al.*, 2020). Peran penyuluh dan pendidikan

berpengaruh terhadap minat seseorang untuk berusahatani (Mustiyanti *et al.*, 2022). Manfaat informasi juga sesuai dengan pernyataan Prawiranegara *et al.* (2016) yang menyatakan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dapat membangkitkan minat petani terhadap konten pertanian. Konten dalam sistem informasi pertanian berbasis teknologi informasi dan komunikasi juga dapat dikategorikan menjadi lima jenis, yaitu berita, informasi teknologi pertanian, informasi pasar, informasi penunjang, dan interaktif.

Pada generasi muda, salah satu media populer adalah youtube, merupakan media sosial berbasis video. Youtube dapat dimanfaatkan sebagai media hiburan, bisnis, media belajar, popularitas, dan penghasilan (Arifin, 2022). Berdasarkan Laporan Jakpat 2021, Youtube merupakan media sosial paling populer di Indonesia, dengan persentase pengguna sebanyak 87% dengan rentang usia pengguna semua rentang usia. Youtube merupakan media sosial yang informatif dan menghibur serta rendah hoax (Jakpat, 2021).

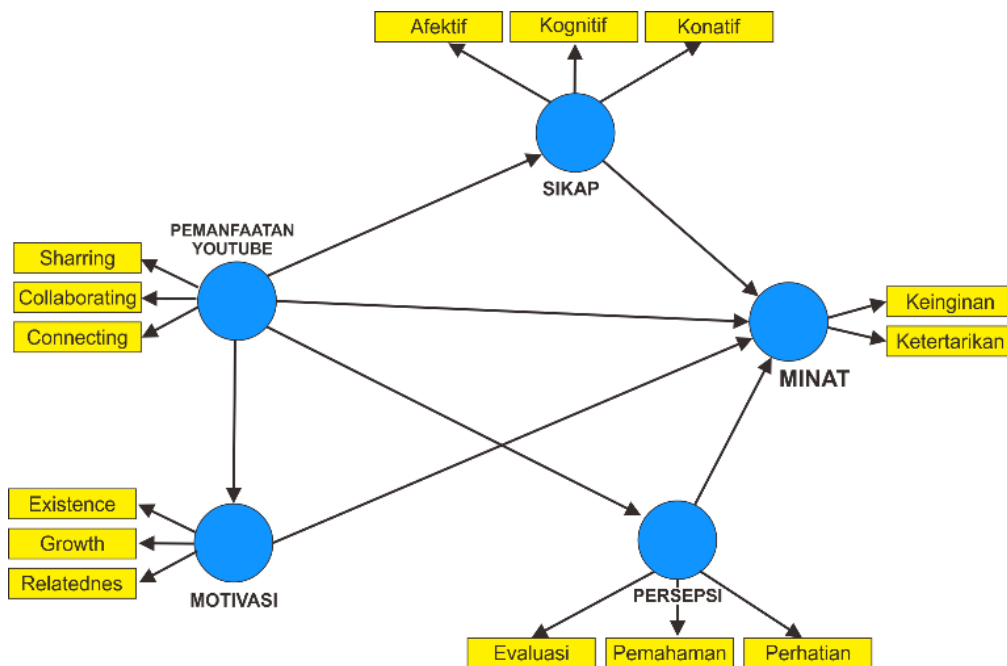
Pemanfaatan youtube sebagai media belajar digunakan sebagai sarana mencari informasi, berita dan hiburan. Selain itu, youtube digunakan sebagai sarana untuk berbagi video. Penggunaan video youtube dalam belajar dapat meningkatkan minat dan motivasi dalam belajar (Mujianto, 2019). Kelebihan youtube sebagai media pembelajaran sebagai berikut (Yusriya, 2022): Informatif, maksudnya adalah youtube dapat memberikan informasi termasuk sebagai perkembangan ilmu dan teknologi yang terjadi saat ini; *Cost effective*, maksudnya adalah youtube dapat diakses secara gratis melalui jaringan internet; Media ajar untuk meningkatkan minat dan motivasi belajar; Potensial, youtube merupakan situs yang sangat populer dan memiliki banyak video yang mampu memberikan dampak positif; Praktis dan lengkap, youtube bisa digunakan dengan mudah dan memiliki informasi yang lengkap; *Shareable*, video youtube dapat dibagikan dengan mudah membagikan link; dan Interaktif, youtube memiliki fasilitas untuk tanya jawab melalui kolom komentar.

Hadirnya youtube membantu mempermudah akses informasi di berbagai bidang, termasuk informasi usahatani cabai. Youtube juga memberikan dampak kemudahan bagi anak petani dalam mencari informasi maupun belajar untuk penerapan di lapangan. Kemudahan akses informasi usahatani cabai pada media youtube diharapkan akan memberikan dampak positif bagi anak petani terhadap peningkatan sikap, motivasi, persepsi terhadap usahatani dan menumbuhkan minat untuk berusahatani cabai. Oleh karena itu penting untuk diteliti terkait pemanfaatan youtube memengaruhi sikap, motivasi dan persepsi anak petani terhadap usahatani cabai di Kabupaten Ciamis, dan faktor-faktor yang memengaruhi minat anak petani untuk meneruskan usahatani cabai di Kabupaten Ciamis. Penelitian ini akan berkontribusi bagi ilmu pengetahuan yaitu menambah wawasan terkait pemanfaatan youtube oleh anak petani dalam pengaruhnya terhadap motivasi, sikap, persepsi dan minat untuk berusahatani cabai, sehingga dapat dipergunakan sebagai pertimbangan dalam membuat konten penyuluhan pertanian dalam menjangkau anak petani. Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain: 1) menganalisis faktor – faktor yang langsung memengaruhi minat anak petani untuk meneruskan usahatani cabai di Kabupaten Ciamis, dan 2) menganalisis pemanfaatan youtube melalui pengaruh sikap, motivasi dan persepsi anak petani terhadap minat meneruskan usahatani cabai di Kabupaten Ciamis. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para penyuluh/lembaga penyuluhan dalam menggunakan metoda dan saluran penyuluhan yang dilakukan untuk menjangkau generasi muda.

METODE PENELITIAN

Untuk menjawab tujuan penelitian maka pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer melalui survey dengan wawancara menggunakan kuisioner dan observasi. Adapun data sekunder diperoleh data/atau laporan instansi-intansi terkait lingkup pertanian seperti dinas pertanian, BPP, dan BPS.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Ciamis, Provinsi Jawa Barat. Teknik pengambilan sampel kecamatan dilakukan dengan purposive sampling dengan pertimbangan merupakan zona pengembangan kawasan agropolitan. Populasi penelitian ini merupakan anak petani dengan rentang umur 19-39 tahun pada tahun 2023 yang berdomisili di lokasi pengembangan kawasan agropolitan pada lima Kecamatan di Kabupaten Ciamis. Sampel yang diambil sebanyak 100 sampel yang diambil dengan acak sederhana di 5 Kecamatan yang telah dipilih. Metode analisis data kuantitatif pada penelitian ini dilakukan dengan (1) penentuan skor dengan skala Likert, (2) metode penentuan Interval Kelas (3) Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen penelitian, (4) pengujian hipotesis penelitian untuk mengetahui faktor – faktor apa yang memengaruhi minat anak petani meneruskan usahatani Cabai dianalisis dengan SEM Partial Least Square. Data dianalisis secara deskriptif dengan Uji Partial Least Square (PLS) dengan bantuan program statistik SMART Partial Least Square (SMART PLS).



Gambar 1: Model Analisis PLS Faktor-faktor yang Berpengaruh Langsung dan Tidak Langsung terhadap Minat Anak Petani Meneruskan Usahatani Cabai

HASIL DAN PEMBAHASAN

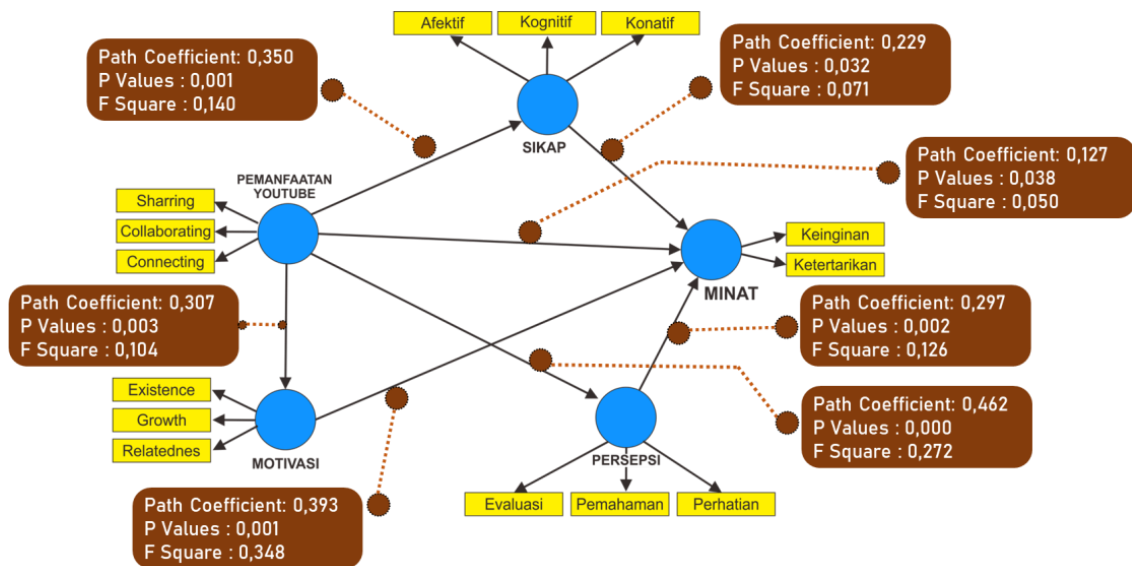
Karakteristik Anak Petani

Anak petani merupakan penerus dalam keberlanjutan usaha tani cabai setelah para generasi sebelumnya pensiun. Umur anak petani paling banyak berumur 31-39 tahun sebanyak 56 %, pendidikan jenjang SMA sebanyak 49 %, kepemilikan lahan berkisar antara 0,1-0,5 Ha sekitar 65 %. Dengan status lahan 55% milik sendiri. Dalam penggunaan youtube, Rata-rata anak petani menggunakan youtube selama 70,9

menit/hari. Sebanyak 65% anak petani akses youtube 12 hari/bulan. anak petani menggunakan youtube untuk keperluan mencari informasi dan belajar. Informasi yang diakses terkait konten budidaya Cabai. secara spesifik informasi pengendalian organisme pengganggu tanaman (OPT).

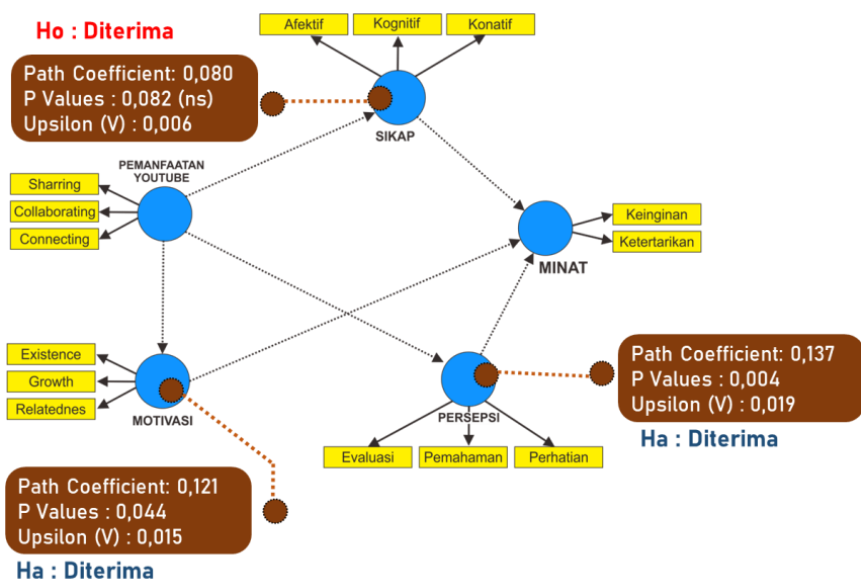
Model Analisis Pemanfaatan Youtube Dalam Menumbuhkan Minat Anak Petani Meneruskan Usahatani Cabai Di Kabupaten Ciamis

Faktor faktor yang berpengaruh terhadap minat anak petani untuk meneruskan usahatani cabai di Kabupaten Ciamis pada penelitian ini adalah pemanfaatan youtube, motivasi, sikap, dan persepsi. Pada penelitian ini juga diteliti pengaruh pemanfaatan youtube terhadap motivasi, sikap dan persepsi. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat anak petani untuk meneruskan usahatani cabai dihubungkan dalam model pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung terhadap minat anak petani meneruskan usahatani cabai dikabupaten ciamis. Analisis SEM PLS pada penelitian ini menggunakan pendekatan second order menggunakan estimasi two-stage approach dengan metode *embended two stage approach*. Proses *embedded two-stage approach*.



Gambar 2: Model Analisis PLS Faktor-faktor yang Berpengaruh Langsung terhadap Minat Anak Petani Meneruskan Usahatani Cabai

Sumber: Analisis Data Primer (2023)



Gambar 3: Model Analisis PLS Faktor-faktor yang Berpengaruh Tidak Langsung terhadap Minat Anak Petani Meneruskan Usahatani Cabai
Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Dari pengujian model melalui SMART PLS maka diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Outer Model

No	Kriteria Pengukuran	Nilai	Keterangan
1	Loading Factor	>0,70	Valid
2	AVE	> 0,5	Valid
3	Composite Reliability	> 0,70	Reliabel
4	Cronbach's Alpha	> 0,70	Reliabel
5	Cross loading	berkorelasi lebih tinggi dengan variabel yang diukurnya.	Valid
6	Fornell-Larcker Criteria	akar AVE variabel lebih besar dari korelasi antar variable	Valid
7	HTMT	<0.90	Valid

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Analisis model pengukuran dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu model. Nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang lebih dari 0,7 dapat dianggap bahwa konstruks tersebut reliabel (Hair et al., 2011). Pada Tabel 1 diketahui bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang diperoleh > 0,7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk atau variabel yang ada pada model telah reliabel. Pengukuran validitas difokuskan pada pengukuran *convergent validity* yaitu pada nilai *loading factor* dan AVE. Pada Tabel 1 diketahui bahwa nilai *loading factor* untuk semua indikator >0,7 dan setiap konstruk atau variabel dalam model mempunyai AVE >0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dan konstruk telah valid.

Discriminant validity juga merupakan pengukuran yang digunakan untuk menilai validitas model dalam SEM PLS. *Discriminant validity* dapat dilihat dari nilai *cross loading*, *Fornell Lacker Criteria*, dan HTMT. Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa seluruh kriteria *discriminat validity* telah terpenuhi. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa konstruk yang ada pada model telah valid dimana setiap konstruk dapat mengukur fenomena yang diukur dan berbeda dari konstruk yang lain.

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Dari pengujian model structural melalui SMART PLS maka diperoleh sebagai berikut:

Tabel 2. Pengaruh Langsung pada Model

Pengaruh	Path Coefficient	T Statistics	P Values	95% Interval Kepercayaan Path Coefficient		F Square
				2.5%	97.5%	
				Motivasi → Minat	0,393	
Persepsi → Minat	0,297	3.048	0,002	0,128	0,485	0,126
Sikap → Minat	0,229	2.082	0,032	0,016	0,423	0,071
Pemanfaatan Youtube → Sikap	0,350	3.328	0,001	0,123	0,538	0,140
Pemanfaatan Youtube → Motivasi	0,307	3.040	0,003	0,075	0,488	0,104
Pemanfaatan Youtube → Persepsi	0,462	4.577	0,000	0,244	0,640	0,272
Pemanfaatan Youtube → Minat	0,127	2.017	0,038	0,017	0,259	0,050

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 2 diketahui variabel yang berpengaruh langsung terhadap minat. Variabel motivasi, persepsi, sikap, dan pemanfaatan youtube mempunyai nilai *P value* lebih besar dari alpha (0,05). Hal tersebut menunjukkan jika variabel motivasi, persepsi, sikap, dan pemanfaatan youtube berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Di sisi lain, besar pengaruh suatu variabel terhadap variabel minat dapat dilihat dari nilai *path coefficient*. Nilai *path coefficient* berkisar antara 0-1, dimana nilai yang mendekati 1 menunjukkan pengaruhnya semakin kuat. Pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa variabel pada model yang mempunyai pengaruh langsung paling tinggi terhadap minat adalah variabel motivasi. Di sisi lain, kekuatan pengaruh juga dapat dilihat dari nilai *F square*. Menurut Cohen (1988) dalam Purwanto & Sudargini (2021) menyatakan bahwa nilai *F square* dibagi menjadi tiga yaitu kecil ($> 0,02$), sedang ($> 0,15$), dan besar ($> 0,35$). Pada Tabel 2 diketahui bahwa variabel motivasi mempunyai kekuatan pengaruh yang besar, sedangkan variabel persepsi, minat, sikap, dan pemanfaatan youtube mempunyai kekuatan pengaruh dalam kategori kecil.

Tabel 3. Pengaruh Tidak Langsung pada Model

Pengaruh	Path Coefficient	T Statistics	P Values	95% Interval Kepercayaan Path Coefficient		Upsilon (V)
				2.5%	97.5%	
				Pemanfaatan Youtube → Motivasi → Minat	0,121	
Pemanfaatan Youtube → Persepsi → Minat	0,137	2.867	0,004	0,057	0,239	0,019
Pemanfaatan Youtube → Sikap → Minat	0,080	1.695	0,082	-0,001	0,173	0,006

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 3 diketahui pengaruh tidak langsung variabel pemanfaatan youtube terhadap minat melalui variabel motivasi, persepsi, dan sikap. Pada Tabel 3 diketahui bahwa pemanfaatan youtube berpengaruh tidak langsung secara signifikan melalui motivasi, persepsi, dan sikap ditandai dengan nilai *P value* yang $<$ dari alpha (0,1). Besaran pengaruh tidak langsung tersebut dapat diketahui dari nilai *path coefficient*. Pada Tabel 3 diketahui bahwa pengaruh tidak langsung pemanfaatan youtube terhadap minat paling besar melalui variabel persepsi dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,137. Menurut Cohen dalam Ogbeibu et al (2021), pengaruh mediasi dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu pengaruh mediasi besar ($> 0,175$), sedang ($> 0,075$), dan kecil ($> 0,01$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi, persepsi, dan sikap mempunyai pengaruh mediator yang kecil atau rendah.

Analisis Kecocokan dan Keباikan Model

Tabel 4. Hasil analisis Kecocokan dan Keباikan Model

No	Kriteria Pengukuran	Nilai	Keterangan
1	<i>R Square</i> Minat	0,747	Tinggi
2	<i>Q Square</i> Minat	0,648	Tinggi
3	SRMR	0,078	Fit (cocok)
4	Gof Indeks	0,49	Baik & Cocok

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa nilai R square minat sebesar 0.747. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan youtube, sikap, persepsi, dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat meneruskan usahatani cabai sebesar 74,7%, sedangkan 25,3% dipengaruhi faktor lain di luar model. Menurut Chin (1998) dalam Henseler et al (2009) dimana nilai R square 0,67 (tinggi), 0,33 (moderat), 0,19 (lemah). Q square digunakan untuk menggambarkan seberapa baik model memiliki *predictive relevance*. Nilai Q square peubah minat sebesar 0,648, hal ini dapat diinterpretasikan bahwa peubah pemanfaatan youtube, motivasi, sikap dan persepsi memiliki *predictive relevance* terhadap peubah minat sebesar 64,8% dengan tingkat *predictive accuracy* yang tinggi. SRMR adalah *standardized root mean square residual* merupakan ukuran fit model (kecocokan model) yaitu perbedaan antara matrik korelasi data dengan matrik korelasi taksiran model. Nilai SRMR sebesar 0,078 dimana nilai ini berada dibawah 0,8 yang artinya model yang digunakan pada penelitian ini fit (cocok). GoF indeks pada model penelitian ini sebesar 0,49. Nilai Gof indeks $0,49 > 0,36$, artinya model struktural dan model pengukuran secara keseluruhan pada penelitian ini bisa disimpulkan model yang digunakan baik dan cocok.

Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Anak Petani dalam Meneruskan Usahatani Cabai di Kabupaten Ciamis

Pemanfaatan youtube merupakan sebuah proses dimana anak petani mendapatkan informasi yang banyak dan mendalam terkait usahatani cabai, melalui akses video youtube memberikan banyak wawasan dan pengalaman dari para petani lainnya dalam berusaha tani. Banyak petani sukses yang membagi ilmu dan pengalamannya pada platform youtube, hal ini menjadikan youtube kaya akan informasi perihal usahatani cabai. Proses anak petani belajar sendiri terhadap materi yang dibutuhkan dalam kegiatan usahatani cabai, membuat youtube sebagai salah satu alternatif yang dipilih sebagai media belajar, kelebihan media youtube sebagai media sosial berbasis video yang secara mudah dapat dipelajari sendiri dan dapat diputar ulang sesuai dengan kebutuhan, membuat anak petani memilih media youtube sebagai sumber informasi dan belajar berbagai materi berkaitan dengan usahatani cabai.

Hasil pengujian model dengan SMART PLS diketahui faktor-faktor yang berpengaruh secara langsung terhadap minat meneruskan usahatani cabai adalah pemanfaatan youtube, motivasi, sikap dan persepsi. Pemanfaatan youtube terhadap minat menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien jalur 0,127 dan p-value ($0,038 < 0,05$), penelitian lain juga menyatakan bahwa pemanfaatan youtube berpengaruh terhadap minat, seperti yang diungkap Mulyaningsih, (2021) bahwa pemanfaatan youtube berpengaruh terhadap peningkatan minat seseorang karena youtube merupakan media yang efektif dalam mendapatkan pengetahuan dan informasi. Penelitian Kumala, (2021) juga menyatakan bahwa penggunaan youtube berpengaruh terhadap minat seseorang secara signifikan dan positif.

Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anak petani meneruskan usahatani cabai dengan *path coefficient* (koefisien jalur) 0,393 dan p-value ($0,001 < 0,05$). Penelitian terdahulu juga menyatakan hal yang sama yaitu motivasi berpengaruh terhadap minat, seperti hasil penelitian dari Febriani *et al.*, (2021) menyatakan bahwa motivasi secara positif dan signifikan dalam menumbuhkan minat seseorang. Kemudian penelitian Yuliyanti, (2019) juga menjelaskan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat.

Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dengan nilai *path* 0,229 dan nilai p-value ($0,032 < 0,05$) Penelitian ini memberikan gambaran bahwa peningkatan sikap anak petani berpengaruh secara langsung secara positif dan signifikan terhadap minat anak petani meneruskan usahatani cabai di Kabupaten Ciamis. Penelitian lain yang menyatakan hal serupa dengan penelitian ini bahwa sikap berpengaruh terhadap minat adalah penelitian yang dilakukan oleh Suriadi & Jasiyah, (2020) yang menyatakan semakin tinggi sikap generasi millennial terhadap pertanian maka semakin tinggi pula minat generasi millennial untuk melakukan usaha pertanian. Handayani *et al.*, (2022), menyimpulkan bahwa sikap terhadap sektor pertanian berpengaruh secara positif terhadap pembentukan minat siswa untuk bekerja di bidang pertanian.

Persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap minat anak petani meneruskan usahatani cabai di Kabupaten Ciamis dengan nilai *path* 0,297 dan p value ($0,002 < 0,05$). Beberapa penelitian yang meneliti pengaruh peubah persepsi terhadap minat juga menyebutkan bahwa terjadi pengaruh antara persepsi terhadap minat, seperti hasil penelitian dari Maman *et.al.*, (2020) menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi maka semakin tinggi pula tingkat minat bertani, hal serupa juga dikemukakan dalam penelitian Tampi *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa persepsi yang cukup baik dari pemuda terhadap pekerjaan sebagai petani, membuat pemuda masih berminat untuk bekerja sebagai petani.

Peubah pemanfaatan youtube (eksogen) berpengaruh secara langsung terhadap peubah endogen (motivasi, sikap, dan persepsi). Pemanfaatan youtube berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi dengan koefisien jalur 0,307 dan p-value ($0,003 < 0,05$). Pemanfaatan youtube dapat meningkatkan motivasi untuk berusaha tani, hal ini juga sejalan dengan penelitian Mujianto (2019) yang menyatakan bahwa pemanfaatan youtube secara signifikan meningkatkan motivasi. Hal ini diperkuat oleh penelitian Kumala, (2021) dan Oktiana, (2021) yang menyatakan pemanfaatan youtube memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan motivasi.

Pemanfaatan youtube positif dan signifikan berpengaruh terhadap sikap anak petani terhadap usahatani cabai dengan koefisien jalur 0,462 dan p-value ($0,038 < 0,05$). Intensitas pemanfaatan youtube dalam mencari informasi usahatani cabai mampu memengaruhi sikap anak petani melalui peningkatan pengetahuan tentang usahatani cabai, peningkatan rasa senang terhadap usahatani cabai, dan meningkatkan kecenderungan untuk melakukan usahatani cabai. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jumanto & Prihatsari, (2018) yang menyimpulkan bahwa pemanfaatan youtube memiliki efektivitas tinggi dalam perubahan sikap, hal didukung juga oleh penelitian Ammarie & Nurfebiaraning, (2019) juga menyatakan pengaruh pemanfaatan youtube memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap sikap khalayak.

Pemanfaatan youtube berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi anak petani terhadap usahatani cabai di Kabupaten Ciamis, hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis yang memperoleh nilai koefisien jalur 0,462 dan p-value ($0,000 < 0,05$). Hasil

penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ravellito & Delliana, (2022) yang menyimpulkan bahwa pemanfaatan dengan mengakses video youtube dapat memengaruhi persepsi seseorang. Selain itu juga dalam penelitian Huda, (2020) menyimpulkan bahwa tayangan video youtube mampu memberikan gambaran yang mampu mengubah persepsi netizen tentang suatu hal. Penelitian (Wardani, 2020) juga melaporkan bahwa efek dari video youtube dapat memperkuat persepsi seseorang dan mendorong untuk melakukan sesuatu. Pengaruh pemanfaatan youtube berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat. Pemanfaatan youtube terhadap minat melalui peubah motivasi signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0,121 dan p-value ($0,044 < 0,05$), pemanfaatan youtube secara tidak langsung terhadap minat melalui persepsi signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0,137 dan p-value ($0,004 < 0,05$).

Berdasarkan Gambar 2 diketahui bahwa model analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat anak petani meneruskan usahatani cabai ditunjukkan oleh jalur pengaruh langsung dan tidak langsung dari faktor eksogen terhadap faktor endogen. Pengaruh langsung adalah pengaruh peubah eksogen ke peubah endogen yang direlasikan secara langsung tanpa adanya peubah mediasi. Pengaruh tak langsung adalah pengaruh peubah eksogen ke peubah endogen yang direlasikan melalui peubah mediasi. Pengaruh total adalah jumlah dari pengaruh langsung dan tidak langsung.

Dari Gambar 2 diketahui terdapat 7 jalur yang menunjukkan pengaruh langsung dari peubah eksogen ke peubah endogen. Di sisi lain, pada Gambar 3 terdapat 3 jalur yang menunjukkan pengaruh tidak langsung dari peubah eksogen ke peubah endogen melalui peubah mediasi terhadap minat anak petani meneruskan usahatani cabai di Kabupaten Ciamis. Adapun jalur yang dihasilkan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Youtube → Minat (nilai path = 0,127)
2. Pemanfaatan Youtube → Motivasi (nilai path = 0,307)
3. Pemanfaatan Youtube → Sikap (nilai path = 0,350)
4. Pemanfaatan Youtube → Persepsi (nilai path = 0,462)
5. Motivasi → Minat (nilai path = 0,393)
6. Sikap → Minat (nilai path = 0,229)
7. Persepsi → Minat (nilai path = 0,297)
8. Pemanfaatan Youtube → Motivasi → Minat (nilai path = 0,121)
9. Pemanfaatan Youtube → Sikap → Minat (nilai path = 0,080, ns)
10. Pemanfaatan Youtube → Persepsi → Minat (nilai path = 0,137)

Dari keseluruhan jalur pengaruh langsung dan tidak langsung pada model mempunyai nilai path yang bernilai positif, itu artinya bahwa memiliki relasi positif antara peubah eksogen dengan peubah endogennya. Dimana nilai path (β) menunjukkan relasi antar peubah yang dinyatakan dalam nilai terstandarisasi antara -1 dan +1. Nilai path (β) yang semakin mendekati +1 menunjukkan relasi yang positif yang sangat kuat dari peubah-peubah yang direalisasikan. Nilai yang mendekati -1 menunjukkan adanya relasi negatif yang sangat kuat.

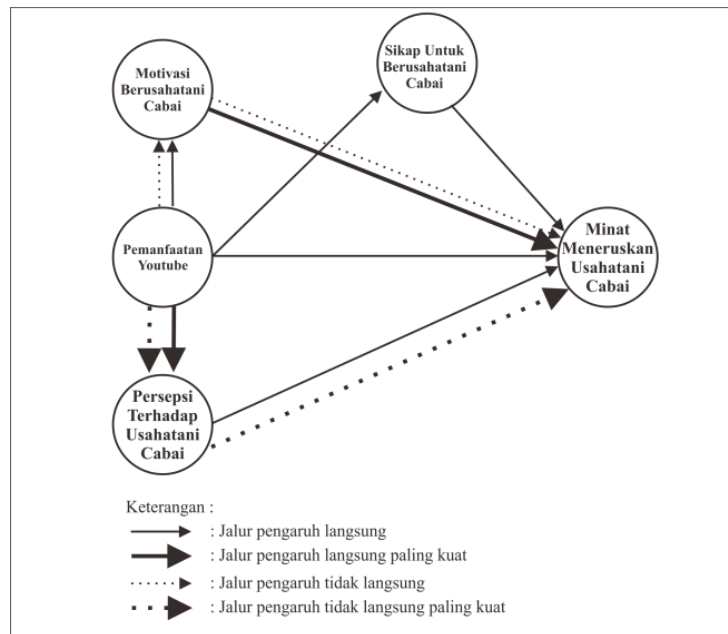
Pengaruh total faktor-faktor dalam model analisis adalah jumlah dari pengaruh langsung dan tak langsung. Pengaruh total dihitung dengan menjumlahkan nilai koefisien jalur dari faktor yang berpengaruh.

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh total} &= \text{koefisien jalur Pemanfaatan Youtube} \rightarrow \text{minat} + \text{Pemanfaatan Youtube} \\ &\quad \rightarrow \text{Motivasi} \rightarrow \text{Minat} + \text{Pemanfaatan Youtube} \rightarrow \text{Sikap} \rightarrow \text{Minat} + \\ &\quad \text{Pemanfaatan Youtube} \rightarrow \text{Persepsi} \rightarrow \text{Minat} \\ &= 0,127 + 0,121 + 0,080 + 0,137 = 0,465 \end{aligned}$$

Dari total pengaruh di atas dapat diketahui bahwa total pengaruh berdasarkan total terhadap minat anak petani meneruskan usahatani cabai sebesar 0,465 termasuk pada kategori moderat.

Dari nilai path pada jalur pengaruh langsung dapat diketahui bahwa hubungan paling kuat adalah korelasi antara peubah eksogen pemanfaatan Youtube terhadap peubah endogen persepsi. Nilai path pengaruh tidak langsung paling kuat yaitu pada korelasi antara peubah pemanfaatan youtube terhadap peubah minat melalui mediasi peubah persepsi. Hal ini dapat dijelaskan bahwa dengan memanfaatkan youtube untuk mencari informasi dan belajar terkait usahatani cabai, anak petani mendapatkan wawasan yang banyak terkait usahatani cabai dari berbagai sumber. Informasi tersebut berupa teknis usahatani, pengalaman petani cabai ataupun hal lain terkait usahatani cabai pada platform youtube.

Model analisis faktor – faktor yang berpengaruh terhadap minat anak petani untuk meneruskan usahatani dengan SMART PLS selanjutnya disusun dalam skema jalur disajikan pada Gambar 2. Pada Gambar 2 menunjukkan jalur yang memiliki nilai koefisien paling besar yaitu pemanfaatan youtube terhadap persepsi, dan pemanfaatan youtube terhadap minat melalui mediasi persepsi. Berdasarkan penelitian di lapangan diketahui bahwa keseluruhan anak petani telah memiliki *smartphone* untuk aktifitas pemanfaatan youtube. sehingga lebih dari 50% anak petani telah menggunakan youtube untuk mengakses informasi pertanian pada kategori sering dan sangat sering. Diduga faktor yang memengaruhi pemanfaatan youtube adalah usia anak petani yang relatif muda yang lebih mampu adaptif terhadap perkembangan teknologi terutama media sosial, sehingga tingkat kemampuan mengakses media sosial pada kategori mampu, dan tingkat pendidikan anak petani. Tingkat pendidikan anak petani yang mayoritas lulus SMA dan perguruan tinggi.



Gambar 4: Skema Jalur Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Anak Petani untuk Meneruskan Usahatani Cabai di Kabupaten Ciamis
 Sumber: Hasil Analisis Data Primer (2023)

Dari skema jalur Gambar 4 diketahui bahwa pemanfaatan youtube berpengaruh langsung terhadap minat untuk meneruskan usahatani cabai, dan juga pemanfaatan youtube juga berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat melalui mediasi motivasi dan persepsi terhadap usahatani cabai. Hal ini terjadi karena pemanfaatan youtube yang dilakukan oleh anak petani untuk mencari informasi dan belajar, kegiatan tersebut berdampak dalam menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas dari petani petani lain dari berbagai wilayah.

Pengetahuan yang tinggi dan wawasan yang luas tentang usahatani cabai diduga menyebabkan peningkatan motivasi, peningkatan sikap, perubahan persepsi dan menumbuhkan minat anak petani terhadap usahatani cabai. Semakin sering anak petani memanfaatkan youtube untuk mencari informasi dan belajar melalui fungsi *colaborating*, *sharing* dan *connecting* maka akan meningkatkan pengetahuan dan wawasan anak petani terhadap usahatani cabai. Dengan peningkatan pengetahuan dan wawasan tersebut maka akan meningkatkan motivasi berusaha tani, meningkatkan sikap untuk berusaha tani cabai, merubah persepsi anak petani terhadap usahatani dan menumbuhkan minat berusaha tani cabai.

Berdasarkan analisis data lapangan, pemanfaatan youtube oleh anak petani bertujuan untuk mencari informasi dan belajar informasi pertanian. informasi yang dicari pada platform youtube adalah informasi budidaya cabai, pascapanen dan pemasaran. Adapun informasi budidaya yang banyak dicari oleh anak petani meliputi informasi pengolahan lahan, persemaian dan penanaman, pemupukan dan pengendalian hama penyakit. Pengendalian hama penyakit merupakan informasi yang paling banyak dicari oleh anak petani, resiko serangan hama penyakit pada budidaya cabai menjadi ancaman paling besar dalam budidaya cabai, oleh karena itu informasi pengendalian hama penyakit tanaman cabai menjadi informasi yang banyak dicari.

Pada skema jalur diketahui motivasi berpengaruh paling kuat terhadap minat. Motivasi direfleksikan oleh dimensi kebutuhan keberadaan (*existence*), kebutuhan berhubungan (*relatedness*) dan kebutuhan berkembang (*growth*). Dimensi kebutuhan keberadaan paling kuat dicerminkan oleh keinginan melakukan usahatani cabai sebagai sumber penghasilan utama untuk memenuhi kebutuhan pangan, sandang, dan papan, keinginan membantu orang yang membutuhkan, dan keinginan untuk mampu menggerakkan ekonomi daerah. Dimensi kebutuhan *relatedness* paling tinggi dicerminkan oleh kebutuhan akan hubungan yang baik dengan sesama petani serta membangun kerja sama yang baik dengan sesama petani cabai, dalam memenuhi kebutuhan ini anak petani akan dengan sendirinya memiliki minat untuk melakukan usahatani cabai. Keinginan untuk berkembang dicerminkan oleh keinginan tertinggi pada keinginan meningkatkan penghasilan dan peningkatan taraf hidup dari usahatani cabai, keinginan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan berusaha tani cabai, dan keinginan untuk memberdayakan ekonomi masyarakat melalui usahatani cabai. Dalam upaya mencapai keinginan anak petani untuk berkembang, maka akan mendorong tumbuhnya minat yang kuat untuk berusaha tani cabai. Hal ini yang diduga kuat peubah motivasi dalam memengaruhi minat meneruskan usahatani cabai. Dengan semakin tinggi motivasi untuk berusaha tani cabai maka akan semakin tinggi minat anak petani meneruskan usahatani cabai.

Sikap menunjukkan pengaruh secara langsung terhadap minat anak petani meneruskan usahatani cabai. Diketahui berdasarkan hasil penelitian di lapangan diketahui bahwa anak petani telah memiliki pengetahuan tentang usahatani cabai sebagai sumber pendapatan, penggerak ekonomi, peningkatan taraf hidup, resiko dan keuntungan usaha, perencanaan dan pengelolaan usahatani, dan penerapan teknologi dalam usahatani. Dari

pengetahuan tersebut anak petani juga menyatakan perasaan senang terhadap usahatani cabai yaitu senang terhadap usahatani cabai sebagai usaha utama, sumber pendapatan, penggerak ekonomi, peningkatan taraf hidup, dan proses usaha (perencanaan, pengelolaan, dan penanganan resiko). Kemudian diwujudkan dalam kecenderungan untuk melakukan usahatani untuk menjadikan usahatani cabai sebagai usaha utama, sumber pendapatan, penggerak ekonomi, dan peningkatan taraf hidup. Dari tiga komponen sikap tersebut diduga hal tersebut yang memengaruhi minat anak petani meneruskan usahatani cabai. Jadi semakin tinggi sikap anak petani terhadap usahatani cabai maka semakin tinggi minat anak petani meneruskan usahatani cabai.

Berdasarkan skema jalur diketahui juga bahwa persepsi memberikan pengaruh terhadap minat anak petani, baik secara hubungan langsung maupun sebagai mediasi pengaruh tidak langsung dari pemanfaatan youtube. Berdasarkan penelitian lapangan diketahui persepsi anak petani yang tinggi terhadap usahatani cabai yang direfleksikan perhatian dan pemahaman yang tinggi terkait usahatani cabai, serta memberikan evaluasi yang positif terhadap usahatani cabai. Sehingga dengan persepsi yang positif terhadap usahatani cabai berpengaruh terhadap minat anak petani untuk berusaha tani cabai.

Persepsi terhadap usahatani cabai menjadi variabel yang berpengaruh terhadap minat anak petani meneruskan usahatani cabai, pengaruh tersebut direfleksikan dari perhatian anak petani terhadap usahatani cabai yang mampu menjadi usaha pokok, dengan dikelola secara baik melalui perencanaan dan manajemen penanganan risiko yang baik, sehingga akan mendapatkan keuntungan maksimal. Pemahaman anak petani terhadap usahatani yang baik itu akan mendapatkan hasil maksimal, hasil tersebut bisa didapat dengan melakukan perencanaan dan pengelolaan yang baik serta pemasaran yang tepat, sehingga akan mendapatkan keuntungan maksimal dan penilaian yang positif usahatani cabai akan berhasil dan sukses dengan menerapkan proses budidaya yang dikelola dengan baik dan telaten, penanganan pascapanen yang baik dan proses pemasaran yang tepat. Dari ketiga dimensi tersebut terbentuk refleksi persepsi anak petani yang positif terhadap usahatani cabai, diduga menjadi faktor mendorong tumbuhnya minat yang tinggi untuk berusaha tani cabai dan meneruskan kegiatan usahatani cabai yang sudah dikelola sebelumnya.

Penumbuhan minat anak petani yang tinggi dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh pemanfaatan youtube oleh anak petani yang dilakukan dengan intensitas tertentu. Adapun Intensitas pemanfaatan youtube oleh anak petani dalam mencari informasi rata-rata mengakses 9 hari/perbulan. Dengan durasi penggunaan youtube oleh anak petani dalam mengakses informasi usahatani cabai rata-rata 70,9 menit/ hari. Intensitas dan durasi yang dipakai anak petani dalam mengakses informasi usahatani di platform youtube, dianggap cukup untuk menambah pengetahuan dan wawasan mereka mengenai usahatani cabai. Pemanfaatan youtube memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan yang banyak terkait usahatani cabai, sehingga akan memengaruhi motivasi untuk berusaha tani cabai, memengaruhi sikap untuk berusaha tani, mengubah persepsi terhadap usahatani cabai dan menumbuhkan minat untuk meneruskan usahatani cabai. Semakin tinggi intensitas pemanfaatan youtube oleh anak petani dalam mengakses informasi dan belajar konten pertanian maka akan berpengaruh juga terhadap peningkatan motivasi, peningkatan sikap, perubahan persepsi positif, dan menumbuhkan minat yang tinggi terhadap usahatani cabai.

Tingginya tingkat pemanfaatan youtube oleh anak petani dalam kegiatan usahatani mampu meningkatkan minat anak petani untuk meneruskan usahatani cabai di Kabupaten Ciamis. Pemanfaatan youtube yang direfleksikan oleh kegiatan *collaborating*,

sharring dan *connecting* mampu meningkatkan motivasi anak petani untuk berusaha tani cabai, meningkatkan sikap anak petani terhadap usahatani cabai, dan merubah persepsi anak petani terhadap usahatani cabai. Pemanfaatan youtube memengaruhi minat anak petani, baik melalui pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung. Pengaruh tidak langsung melalui pengaruh mediasi perubahan persepsi dan peningkatan motivasi. Jadi semakin tinggi tingkat pemanfaatan youtube oleh anak petani maka akan semakin meningkatkan minat anak petani untuk meneruskan usahatani cabai.

KESIMPULAN

Pemanfaatan youtube oleh anak meliputi fungsi kolaborasi (*collaborating*), sarana berbagi (*sharing*) dan sarana berhubungan (*connecting*). Hasil penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan youtube memberikan kontribusi terhadap anak petani dalam meningkatkan sikap terhadap usahatani, meningkatkan motivasi berusahatani, merubah persepsi terhadap usahatani, dan menumbuhkan minat anak petani untuk berusahatani cabai. Pemanfaatan youtube juga berpengaruh secara tidak langsung dalam menumbuhkan minat anak petani melalui mediasi peningkatan motivasi berusahatani cabai dan perubahan persepsi tentang usahatani cabai. Selain itu minat secara langsung dipengaruhi oleh peningkatan sikap terhadap usahatani cabai, peningkatan motivasi berusahatani cabai, dan peningkatan persepsi positif terhadap usahatani cabai. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris bahwa pemanfaatan youtube oleh anak petani pengaruh kuat terhadap peningkatan persepsi anak petani terhadap usahatani cabai dan motivasi berusaha tani berpengaruh kuat secara langsung terhadap minat anak petani meneruskan usaha tani cabai di Kabupaten Ciamis. Oleh karena itu, youtube dapat dijadikan sebagai salah satu media untuk membentuk *mindset* positif mengenai sektor pertanian di kalangan generasi muda. Keberhasilan dan prospek di masa yang akan datang mengenai sektor pertanian perlu banyak dipublikasikan melalui video youtube sehingga mampu meningkatkan motivasi, sikap dan mengubah persepsi anak muda mengenai sektor pertanian saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih kepada Kementerian Pertanian Republik Indonesia, khususnya Kepala Badan Standardisasi Instrumen Pertanian, Kepala Balai Besar Penerapan Standar Instrumen Pertanian, dan Kepala Balai Penerapan Standar Instrumen Pertanian Bengkulu yang telah mengizinkan dan memberikan dukungan moril maupun materiil kepada penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisurya, R. S. (2020). *Regenerasi Petani Dorong Lahirnya Petani Milenial*. Lpp Agro Nusantara. <https://republika.co.id/berita/q75y6t374/regenerasi-petani-dorong-lahirnya-petani-milenial>
- Ammarie, R. H., & Nurfebrianing, S. (2019). Pengaruh Iklan Pop-Up Bukalapak Versi Pahlawan Pada Youtube Terhadap Sikap Khalayak. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 78. <https://doi.org/10.24198/jmk.v2i2.12871>
- Arifin, R. D. (2022). *Pengertian YouTube – Sejarah, Fitur, Manfaat, Kelebihan, Kekurangan*. dianisa.com. <https://dianisa.com/pengertian-youtube/>
- Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2014). Sensus Pertanian 2013 - Hasil Pencacahan Lengkap provinsi Jawa Barat. *Í Badan Pusat Statistik Jawa Barat*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. <https://st2013.bps.go.id/dev2/index.php>

- BPS Kabupaten Ciamis. (2022). Ciamis Dalam Angka. *Kabupaten Ciamis Dalam Angka*, 1–430.
- Effendy, L., Maryani, A., & Azie, A. Y. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemuda Perdesaan pada Pertanian di Kecamatan Sindangkasih Ciamis. *Jurnal Penyuluhan*, 16(02), 277–288.
- Febriani, N., Lestari, T., & Rosyafah, S. (2021). Pengaruh Persepsi, Motivasi, Self Efficacy, Pengaruh Orang Tua terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Akuntansi sebagai Konsultan Pajak. *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 24–31. <https://doi.org/10.46821/ekobis.v2i1.209>
- Handayani, A. W., Hariadi, S. S., & Andarwati, S. (2022). Minat Siswa Sekolah Menengah Kejuruan untuk Bekerja dalam Bidang Pertanian di Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Kawistara*, 12(1), 64. <https://doi.org/10.22146/kawistara.70071>
- Huda, M. M. (2020). Persepsi Tato Pada Channel Youtube Podcast Deddy Corbuzier Bersama Hendric Shinigami Tayangan Januari 2020. *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 53–65. <https://doi.org/10.34001/an.v12i1.1211>
- Ibrahim, J. T. (2021). *Pentingnya Regenerasi Petani* (J. T. I. & F. Mufriantje (ritstj.); Cetakan Pe). Psychology Forum, 2021.
- Jakpat. (2021). Indonesia Social Media Trend 2021. *Jakpat survey Report 2021*.
- Jumanto, J., & Prihatsari, E. B. (2018). Pengaruh Metode Tutor Sebaya Berbasis Video Youtube Terhadap Sikap Kemandirian Belajar Mahasiswa Pgsd Unisri. *Profesi Pendidikan Dasar*, 1(1), 28. <https://doi.org/10.23917/ppd.v1i1.5372>
- Kumala, Z. (2021). Pengaruh Penggunaan Youtube Terhadap Minat Dan Motivasi Belajar Matematika. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Pengajaran Matematika*, 7(2), 107–116. <https://doi.org/10.37058/jp3m.v7i2.3365>
- Maman, U., Aminuddin, I., & Hermawan, R. (2020). Persepsi dan Partisipasi Petani terhadap Program Asuransi Usaha Tani Padi (AUTP) dengan Minat Bertani. *Nucleus*, 1(2), 62–73. <https://doi.org/10.37010/nuc.v1i2.169>
- Misqi, R. H., & Karyani, T. (2019). Analisis Risiko Usahatani Cabai Merah Besar (*Capsicum annum* L.) Di Desa Sukalaksana Kecamatan Banyuresmi Kabupaten Garut. *Jurnal pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 65–76.
- Mujianto, H. (2019). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Dalam Meningkatkan Minat Dan Motivasi Belajar. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 5(1), 135–159. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.10358/jk.v5i1.588>
- Mulyaningsih, S. N. (2021). Pengaruh Youtube Terhadap Minat Belajar Dan Pemahaman Konsep Biologi Pada Peserta Didik Kelas X Ipa Di Sman 1 Ciampel. *TEACHER : Jurnal Inovasi Karya Ilmiah Guru*, 1(2), 204–209. <https://doi.org/10.51878/teacher.v1i2.764>
- Mustiyanti, E., Nurlaela, S., & Sujono. (2022). Determinan Minat Petani Dalam Budidaya Kedelai Sesuai Standard Operating Procedures (Sop): Sebuah Analisis Regresi Linier Berganda. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(3), 349–360. <https://doi.org/10.19184/jsep.v15i3.33608>
- Oktiana, H. (2021). Pengaruh Media Video Youtube Terhadap Motivasi Belajar Dan Hasil Belajar Pendidikan Agama Islam (Pai). *An-Nizom*, 176–185.
- Prawiranegara, D., Sumardjo, Lubis, D. P., & Harijati, S. (2016). Effect of information quality based on cyber toward vegetable farmers capability to manage innovation in west java. *Sosiohumaniora*, 18(2), 166–172.
- Ravellito, M., & Delliana, S. (2022). Pengaruh Konten YouTube Cretivox terhadap Persepsi Remaja terkait Fenomena Friend with Benefit. *Media Komunikasi FPIPS*,

- Vol. 21 No. 2 (2022), 126–140.
- Roslina, E., Pradiana, W., & Sulistyowati, D. (2020). Minat Pemuda Tani Pada Usahatani Sayuran Semusim Di Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis , Jawa Barat. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, 15(2).
- Salamah, U., Saputra, R. E., & Saputro, W. A. (2021). Kontribusi Generasi Muda Dalam Pertanian Indonesia. *Journal Science Innovation and Technology (SINTECH)*, 2(1), 23–31. <http://ojs.udb.ac.id/index.php/SINTECH/article/view/1064>
- Santoso, A. W., Effendy, L., & Krisnawati, E. (2020). Percepatan Regenerasi Petani Pada Komunitas Usahatani Sayuran Di Kecamatan Samarang Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 325–336. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i3.59>
- Suriadi, S., & Jasiyah, R. (2020). Analisis Pengaruh Sikap Generasi Milenial Terhadap Minat Melakukan Usaha Tani Di Desa Lapodi Kecamatan Pasar Wajo Kabupaten Buton. *Media Agribisnis*, 4(2), 23–47. <https://doi.org/10.35326/agribisnis.v4i2.1120>
- Susilowati, S. H. (2016). Fenomena Penuaan Petani dan Berkurangnya Tenaga Kerja Muda serta Implikasinya bagi Kebijakan Pembangunan Pertanian. *Forum penelitian Agro Ekonomi*, 34(1), 35. <https://doi.org/10.21082/fae.v34n1.2016.35-55>
- Tampi, M. F., Kaunang, R., & Lolowang, T. F. (2021). Persepsi dan Minat Pemuda Terhadap Pekerjaan Sebagai Petani di Desa Wuwuk Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Agrisocioekonomi*, 17(3), 943–948.
- Wardani, N. L. D. A. (2020). Persepsi kepercayaan konsumen memediasi pengaruh youtube beauty vlogger terhadap niat beli di kota denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 9(12), 1–23. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i12.p04>
- Yuliyanti, E. (2019). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha Secara SyariâAh Di Institut Pertanian Bogor. *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian SosialKeagamaan*, 19(1), 85–104. <https://doi.org/10.21274/dinamika.2019.19.1.85-104>
- Yusriya, N. (2022). *Pemanfaatan Youtube sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa*. Kompasiana.com. <https://www.kompasiana.com/nabilayusriya25/61f258ba4b660d4c367dad42/pemanfaatan-youtube-sebagai-media-pembelajaran-mmahasiswa>