

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Peran

Robbins dan Judge (2008), berpendapat bahwa “Peran (*role*) merupakan suatu perkembangan cara berperilaku yang berkaitan erat dengan seseorang yang mempunyai situasi tertentu dalam suatu unit sosial”. Peran juga dapat diartikan sebagai sebuah aspek yang terus menerus berubah. Dalam hal ini perubahan tersebut sebagai kegiatan atau cara berperilaku yang dilakukan oleh orang perseorangan atau yayasan yang berdiri teguh melibatkan situasi tertentu, yang harus terlihat dari tingkat *expectation* (harapan), *norm* (norma), *performance* (wujud perilaku), *evaluation* (penilaian) dan *sanction* (sanksi) (Hia, 2019). Biddle dan Thomas dalam Waraope (2019) berpendapat bahwa teori peran dibagi menjadi empat kelompok, antara lain: (1) Individu yang memainkan suatu peran dalam kerjasama sosial; (2) Perilaku yang terlihat dalam interaksi sosial; (3) Posisi orang-orang dalam perilaku; (4) Hubungan antar individu dan perilaku.

Peran juga memiliki pembagian menurut Horoeopetri dkk dalam Dorongsihae dkk (2022), kelompok peran adalah:

1. Peran sebagai suatu kebijakan, artinya bahwa konsep peran merupakan suatu kebijaksanaan yang tepat dan baik untuk diimplementasikan;
2. Peran sebagai strategi, artinya bahwa peran adalah suatu strategi untuk mendapatkan motivasi dari sekelompok masyarakat yang bersangkutan;
3. Peran sebagai alat komunikasi, artinya peran sebagai instrumen untuk memperoleh atau mendapatkan masukan berupa informasi-informasi yang dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan.

2.1.2 Digital Humanities

Studi humaniora digital telah menjadi bidang studi untuk pengkajian dan pengajaran di bidang pendaftaran terkomputerisasi yang mempengaruhi luasnya kehidupan manusia (Hariadi dkk, 2022). Humaniora digital adalah gabungan antara humaniora dan teknologi informasi untuk mengeksplorasi isu-isu penting di bidang humaniora untuk menciptakan kolaborasi sosial yang sejalan dengan nilai-nilai kemanusiaan dan humaniora digital tidak hanya memperhatikan pemanfaatan teknologi digital untuk ranah humaniora, tetapi juga pemanfaatannya yang dapat

mengubah pengalaman pengguna (Siga dkk, 2022). Dalam hal ini perubahan yang paling signifikan di ruang lingkup humaniora digital adalah munculnya media sosial yang difasilitasi oleh jaringan internet dan teknologi seluler.

Kemajuan internet telah memberikan kecenderungan umum dengan semakin banyak perangkat yang dapat diakses secara umum, terutama dengan memanfaatkan media baru atau media sosial (Hariadi dkk, 2022). Proses pengunduhan aplikasi sangat sederhana, sehingga mudah untuk mencari data (Firamadhina dan Krisnani, 2020). Pemanfaatan teknologi digital pada kegiatan berwirausaha digunakan mulai dari interaksi kreasi dengan mesin dan inovasi teknologi berkelanjutan hingga promosi serta penggunaan media baru, panggung *online*, aplikasi dan lain-lain (Noventri dkk, 2021). Dalam hal ini kehadiran wirausaha dengan memanfaatkan digital berpeluang dapat melahirkan bisnis-bisnis baru yang saat ini sedang memberikan lompatan ke depan melalui inovasi teknologi dan dengan banyaknya pebisnis yang terkomputerisasi di Indonesia tentunya akan menarik banyak sekali tindakan ekonomi yang dengan demikian berpotensi memberikan kepuasan kualitas hidup masyarakat.

Adapun karakteristik dari media baru dari pendapat Yulianita dkk, *dalam* Yusmanizar dkk (2020), adalah:

1. Partisipasi

Media sosial menjadi sarana untuk mendorong adanya kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau memiliki minat dalam memanfaatkannya.

2. Keterbukaan

Banyak media sosial yang bersifat terbuka untuk dapat memberikan umpan balik dan juga partisipasi melalui voting, komentar, dan juga berbagi informasi.

3. Perbincangan

Media sosial membuat adanya perbincangan ataupun komunikasi secara dua arah antara pengguna dengan pengelola media sosial dan pada akhirnya akan terjadi komunikasi dua arah.

4. Komunitas

Dengan adanya media sosial memudahkan dalam membentuk sebuah komunitas dengan cepat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

5. Konektivitas

Banyak media sosial berkembang pesat karena mempunyai suatu kemampuan yang bisa melayani keterhubungan antar pemakainya, melalui suatu fasilitas tautan (*links*) website, sumber informasi bagi pengguna lainnya.

Adapun Suratini dkk (2021), menyatakan bahwa penggunaan media komunikasi yang tepat akan memudahkan informasi tersebut mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis hasil survei tentang penetrasi dan profil perilaku pengguna internet dan mencatat bahwa 75,3% populasi penduduk di Sumatera Utara terhubung ke internet.

Sesuai informasi Hootsuite (2022), media baru atau media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah:

a. *Whatsapp*

Whatsapp merupakan salah satu media baru yang menyajikan layanan dengan manfaat berbincang-bincang, hadirnya *whatsapp* sebagai aplikasi administrasi obrolan menggantikan *Short Message Administration* (SMS) yang merupakan layanan yang dijalankan dengan ponsel untuk mengirim atau menerima pesan singkat. *Whatsapp* banyak digunakan karena memiliki fitur yang mudah sehingga dapat digunakan dengan baik bahkan untuk yang baru mengenal internet dan ponsel (Liedfray dkk, 2022).

Menurut Khasanah dkk (2020), *whatsapp* juga menjadi satu dari beberapa media sosial yang bisa dijadikan wadah promosi *online*, dengan pembuatan grup *whatsapp*. Dengan pembuatan grup di *whatsapp* segala hal tentang pemasaran yang akan dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut dapat dengan mudah dan cepat. Dengan kemudahan yang tersedia melalui peran media sosial *whatsapp* memudahkan pula untuk dapat melakukan kegiatan wirausaha, khususnya sektor pertanian.

b. *Instagram*

Instagram atau biasa disebut dengan IG merupakan sebuah media baru yang digunakan sebagai sarana untuk dapat menyampaikan pemikiran seseorang kepada masyarakat, khususnya usia yang lebih muda. Karena pengguna media sosial ini kebanyakan dari kalangan generasi muda karena popularitasnya.

Menurut Dwiputra dan Tampi (2021), media sosial *instagram* memberikan pengaruh terhadap minat anak muda untuk berkiprah di bidang pertanian, juga tergantung seberapa besar keterbukaan terhadap data atau informasi yang diberikan secara konsisten pada waktu tertentu.

c. *Facebook*

Facebook merupakan media baru yang biasa masyarakat manfaatkan dikarenakan tahapan penggunaannya yang mudah. *Facebook* juga memiliki keunggulan dapat mudah diakses baik melalui laptop, tablet, komputer ataupun *handphone*. Melalui media sosial ini kemudahan untuk mengakses informasi-informasi sesuai dengan kebutuhan dapat dengan mudah didapat (Suratini dkk, 2021).

d. *Youtube*

Youtube merupakan sebuah situs web yang berisi kumpulan video yang sangat digemari atau populer di kalangan masyarakat saat ini, dimana penggunanya dapat berbagi video, mengunggah, dan menontonnya. *Youtube* juga dapat diartikan sebagai sebuah platform yang terdiri dari dua tipe pengguna yakni kreator video dan penonton (*viewer*) (Andika, 2022).

Penggunaan media yaitu aplikasi *youtube* dalam proses pembelajaran akan dapat menjadikan proses pembelajaran lebih menyenangkan serta berkualitas. Sehingga manfaat menggunakan *youtube* sebagai media ajar dapat memberikan dampak yang positif terhadap meningkatnya minat dan motivasi belajar (Ardiansyah dan Nana, 2020).

e. *Tik tok*

Media sosial *tik tok* merupakan media sosial yang memiliki peluang besar sebagai media pemasaran *online*. Salah satu strategi pemasaran lewat *tik tok* yang harus dicoba adalah dengan menggunakan hashtag atau menyertakan tanda tagar (#) agar mudah ditemukan oleh pengguna *tik tok* lainnya. *Tik tok* menjadi salah satu aplikasi unik yang berhasil merebut hati masyarakat Indonesia sehingga mampu masuk ke dalam salah satu media sosial terpopuler. Aplikasi ini dapat menampilkan berbagai video dengan serangkaian proses edit. Hasilnya pun tak kalah menarik dari beberapa aplikasi media sosial lainnya (Oktavia, 2021).

Saat ini *tik tok* menjadi salah satu media *digital marketing* yang paling digunakan oleh para pengguna pelaku bisnis (Ramadhan dkk, 2021). Berdasarkan penjelasan di atas media *tik tok* hadir dengan memberikan banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat untuk lebih berkreatifitas hingga berbisnis atau melakukan kegiatan wirausaha.

2.1.3 Minat

Walgito *dalam* Al Hafiz dkk (2022), mengungkapkan minat (*interest*) merupakan motif yang timbul karena individu tertarik terhadap objek sebagai hasil eksplorasi, sehingga individu mempunyai minat terhadap objek yang bersangkutan. Minat mengandung pengertian lain yaitu bentuk langsung dari peristiwa lingkungan yang membentuk tahap atau pemicu perilaku, dan itu menyiratkan bahwa perilaku ditunjukkan oleh orang-orang yang merupakan konsekuensi dari terbentuknya minat individu (Ajzen dan Driver dalam Indrayanti dan Iskandar, 2020).

Teori Perilaku Berencana (TPB), terdapat tiga faktor yang membentuk minat. Faktor-faktornya adalah sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Sikap terhadap perilaku adalah keyakinan yang memungkinkan orang untuk bertindak sesuai dengan apa yang diperhatikan. Norma subjektif dapat berupa persepsi atau keyakinan individu karena adanya dukungan dari lingkungan misalnya keluarga, teman dan lingkungan setempat. Mengontrol perilaku mengacu pada kapasitas individu untuk membentuk perilaku (Indrayanti dan Iskandar, 2020).

Pengkajian ini mengangkat tentang minat berwirausaha, adapun pengertian minat berwirausaha menurut Santoso *dalam* Al Hafiz dkk (2022), adalah suatu keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras dalam berusaha agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta selalu belajar dari kegagalan yang dialami. Sehingga dalam pengkajian ini, indikator minat berwirausaha yang digunakan adalah:

1. Ketertarikan

Ketertarikan seseorang pada suatu keinginan atau aktivitas berhubungan dengan daya yang dapat mendorong seseorang merasa tertarik pada suatu kegiatan, benda atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh objek itu sendiri.

2. Keinginan

Keinginan adalah dasar untuk mempelajari hal-hal lebih mendalam terhadap sesuatu yang berhubungan dengan pengetahuan dan menjadi tenaga penggerak yang berhubungan dengan pengetahuan dan menjadi tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri seseorang.

3. Kesiapan

Kesiapan adalah kemauan keras untuk dapat berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi dan selalu bersedia untuk menerima resiko serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami.

2.1.4 Generasi Muda

Generasi muda mengandung pengertian sebagai kelompok, kaum dan golongan muda. Lebih lanjut menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat (1) tentang Kepemudaan, menyatakan pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan berusia 16 sampai 30 tahun. Peraturan Menteri Pertanian juga menyatakan bahwa usia muda adalah penduduk Indonesia berusia 15-35 tahun yang menyukai pertanian sesuai dengan Nomor. 07/Permentan/OT.140/1/2013.

Menurut Andhayan dkk (2021), generasi muda merupakan golongan manusia yang berusia 0-35 tahun yang menjadi sasaran untuk menjadi agen perubahan bagi suatu negara menuju negara yang lebih maju. Berdasarkan penjelasan diatas tentunya dalam menghadapi masa kemajuan yang sedang berlangsung, dituntut peran sumber daya manusia yang mampu mengelola unsur persaingan dan usia yang lebih muda harus ikut memanfaatkan potensi bisnis yang terbuka lebar saat ini dari masa kemajuan tersebut.

Generasi milenial adalah sebutan lain dari generasi muda dengan definisi sebagai generasi yang mampu dan tidak bisa jauh dari perangkat teknologi digital

(ponsel, media baru, internet, *e-marketing*, *mobile banking*, dan lain-lain) (Simarmata, 2019). Sebagai usia yang sangat produktif, tentunya usia muda sangat mudah untuk mendapatkan data dan informasi di masa teknologi dan itu adalah kesempatan sekali seumur hidup untuk menjadi seorang visioner bisnis pertanian. Semakin muda usia para pelaku bisnis dengan mengandalkan kemampuan mereka untuk mendominasi inovasi teknologi dapat dikatakan sebagai pelaku bisnis sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa usia muda adalah kelompok orang masa depan bangsa.

Efendi (2017), adapun alasan generasi muda diikutsertakan dalam pembangunan pertanian untuk menjadi pengusaha yang dapat menjadi komponen dalam pembangunan perekonomian suatu negara, antara lain:

1. Memiliki sikap optimisme yang sangat tinggi;
2. Berani berpikir berbeda;
3. Berani melakukan hal yang tidak biasa;
4. Senang beradaptasi;
5. Berpikir produktif;
6. Cepat dalam mencari solusi.

2.1.5 Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda serta berjiwa berani untuk mengambil berbagai resiko demi memperoleh keuntungan yang lebih besar (Kusumadewi, 2020). Kata kewirausahaan atau *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris. Dalam bahasa Jerman *Unternehmer*, dan dalam bahasa Belanda *ondernemen*. Sedangkan pada bahasa Indonesia tetap diberi nama kewirausahaan.

Kewirausahaan adalah kemampuan untuk mengubah setiap kesempatan potensial bisnis hal yang menguntungkan (Noventri dkk, 2021). Dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam menyelesaikan masalah dengan melihat sebuah peluang yang ada disekitarnya dengan memanfaatkan sumber daya sehingga dapat menghasilkan produk-produk yang memiliki nilai jual tinggi dan bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya.

Hal ini sejalan terhadap Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 4 Tahun 1995

Tanggal 30 Juni 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan. Sikap terhadap wirausaha yang terdapat pada diri individu membentuk minat berwirausaha pada individu. Sikap berwirausaha individu tersebut muncul setelah memperhatikan gerakan inovatif kewirausahaan dan menerima keyakinan untuk dapat melakukan hal yang sama. Untuk membentuk jiwa wirausaha, penting untuk mendapatkan dukungan atau inspirasi dari individu-individu sekitar atas keyakinan dalam membentuk minat wirausaha. Orang-orang yang diyakini dapat memberikan pengaruh untuk penumbuhan minat generasi muda yaitu keluarga, sahabat atau lingkungan setempat (Indrayanti dan Iskandar, 2020).

Salah satu kewirausahaan pertanian yang memiliki peluang ekonomis yang tinggi adalah komoditas hortikultura. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Mukti dkk (2022), hortikultura merupakan bisnis yang memiliki prospek yang menjanjikan di masa yang akan datang, karena memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan dengan subsektor pertanian lainnya. Selain itu juga perlu adanya alasan-alasan kuat untuk melakukan perubahan dari diri sendiri agar dapat memotivasi atau memompa semangat dalam diri sendiri untuk siap menghadapi berbagai macam tantangan maupun hambatan yang terjadi dalam wirausaha pertanian. Alasan-alasan tersebut menurut Efendi (2017), antara lain:

1) Adanya kebosanan

Perasaan bosan dengan karier yang begitu-begitu saja akan menjadi salah satu alasan untuk berpindah haluan untuk mengalami perubahan demi meraih suatu keinginan untuk mendapatkan hal-hal yang lebih baik lagi. Dan dalam hal ini diperlukan keberanian serta sikap yang kuat sehingga dapat melakukan loncatan karier sebagaimana yang diharapkan.

2) Adanya trauma

Kondisi akibat dari suatu kejadian yang tidak menyenangkan atau tidak baik akan menjadi pengalaman yang luar biasa. Pengalaman masa lalu akan menjadi guru yang baik untuk menuju pada kesuksesan dan mendapatkan pelajaran yang berharga dari kesalahan-kesalahan di masa lalu, sehingga kita memiliki pengalaman hidup yang sangat berharga agar tidak lagi terperosok lagi ke dalam kesalahan yang sama.

3) Mempunyai tujuan

Setiap orang pasti ingin mengalami perubahan ke arah yang lebih baik lagi, dengan tujuan yang jelas pada waktu yang telah ditetapkan. Dengan adanya tujuan yang jelas, akan memaksakan untuk melakukan perubahan-perubahan ke kondisi yang lebih baik lagi dan siap menerima resiko atas perubahan-perubahan yang akan terjadi. Adapun karakter seorang wirausahawan sukses yang wajib dimiliki menurut Kahan (2013), sebagai berikut:

1. *Confidence*
2. *Competition*
3. *Drive*
4. *Problem Solving*
5. *Core Values*
6. *Flexibility*

Kasali dalam veronica dkk (2023), menyatakan bahwa prinsip sukses dari wirausahawan adalah sebagai berikut:

1. Menjaga reputasi
2. Tumbuh dari bawah
3. Konsentrasi
4. Anti kerumunan
5. Modal hanyalah pelengkap

2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penumbuhan Minat Generasi Muda Berwirausaha Pertanian

1. Sikap Berwirausaha Pertanian

Adapun definisi sikap kewirausahaan menurut Ajzen dalam Lejap dkk (2020), merupakan bentuk pandangan yang bersifat positif atau negatif mengenai kegiatan berwirausaha dari sudut pandang yang dimiliki individu. Sikap positif yang menginspirasi diambil alih sebagai pandangan bahwa berwirausaha adalah kegiatan yang bermanfaat atau menantang, sehingga meyakinkan orang untuk menjadi visioner bisnis. Sebaliknya, pandangan negatif adalah jenis pandangan yang menyatakan bahwa giat wirausaha tidak mendatangkan keberuntungan atau tidak menantang, jadi orang tidak bermaksud untuk melakukannya. Sikap adalah kecenderungan untuk merespon terhadap suatu objek dengan positif (menerima)

dan negatif (tidak menerima) (Asri dkk, 2022). Sikap kewirausahaan adalah kesiapan seseorang untuk merespon secara konsisten terhadap ciri-ciri yang dimiliki oleh seorang wirausaha, yaitu percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan resiko dan suka tantangan, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi ke masa depan (Suryana *dalam* Triono dan Widya, 2022). Berdasarkan dari pengkajian yang telah dilakukan oleh Lejap dkk (2020), menyatakan bahwa sikap berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

2. Norma Subjektif

Menurut Zhang dkk (2019), menyebutkan bahwa norma subjektif menggambarkan tentang beban sosial yang diberikan kepada orang dalam melakukan atau tidak melakukan suatu cara berperilaku. Adapun pendapat lain terkait pengertian norma subjektif adalah faktor eksternal yang terkait dengan tekanan sosial yang dirasakan bahwa apakah individu tersebut harus melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut (Wahyuni dkk, 2019). Tekanan sosial yang disinggung pada pengkajian ini adalah dukungan atau penolakan yang didapat individu dari faktor luar atau dari individu-individu di sekitarnya yang dianggap penting. Semakin baik dukungan yang diperoleh dari lingkungan sekitar yang diterima oleh individu ketika memutuskan untuk berwirausaha, maka akan semakin maksimal usaha yang dilakukan agar dapat berhasil untuk melakukan wirausaha. Hal tersebut sejalan dengan pengkajian yang telah dilakukan oleh Rahayu dan Purwidiyanti (2021), bahwa variabel norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan semakin besar dorongan atau dukungan orang-orang terdekat yaitu orang tua untuk berwirausaha, dukungan dari teman-teman yang berhasil menjadi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Perkembangan perilaku anak dipengaruhi oleh lingkungan keluarga yang menjadi media paling utama dan penting. Anak yang berada pada lingkungan keluarga yang mayoritas memiliki pekerjaan wirausaha, besar peluangnya ketika anaknya beranjak dewasa juga akan menjadi seorang wirausahawan (Julindrastuti dan Karyadi, 2022). Hal tersebut juga diperkuat oleh pendapat Saragih, dkk

(2022) seorang anak akan berminat untuk menjadi wirausaha karena terbentuk dari lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga berkontribusi besar dalam mempengaruhi atau memberikan dukungan yang baik terhadap minat untuk berwirausaha. Misalnya, orang tua yang sukses dalam menjalankan bisnis tertentu, anak-anaknya akan lebih sering meniru teladan orangtuanya dalam menekuni bisnis serupa. Keahlian orang tua dalam menjalankan usaha tertentu dapat mendorong generasi muda menjadi visioner bisnis. Misalnya, orang tua sangat sukses dalam menjalankan bisnis tertentu, sehingga anak-anak biasanya akan menyalin panduan orang tuanya untuk menjalankan bisnis serupa.

3. Efikasi Diri

Efikasi diri merupakan sebuah keyakinan yang terdapat dalam diri seseorang dalam menghadapi berbagai tantangan (Mukti dkk, 2022). Menurut pendapat Handayani (2022), efikasi diri merupakan sebuah keyakinan mental seseorang terkait dengan kapasitas mereka untuk berhasil. Keberanian dan keyakinan diri yang tinggi akan membantu orang secara efektif mengambil pilihan terhadap permasalahan yang mereka hadapi, arah pemikiran terkoordinasi, kekuatan dan kepastian berpikir dan siap untuk menghadapi setiap resiko yang ada. Keyakinan diri dapat diperluas melalui pengalaman langsung yang memberikan kemampuan, pengalaman yang diperoleh dari mengamati orang lain, pengaruh verbal dan fisiologi serta informasi.

Keyakinan diri dari usia muda untuk memiliki pekerjaan di ruang lingkup pertanian dapat dipengaruhi oleh adanya pemanfaatan media sosial. Generasi muda belajar dengan mencari informasi melalui media baru seperti *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, dan *youtube* sehingga tidak diragukan lagi dapat dilakukan secara mandiri. Terlebih lagi, usia muda dapat meniru pengalaman orang lain atau visioner bisnis yang efektif dalam agribisnis melalui media baru sehingga mereka dapat menjadi contoh yang baik untuk membangun keyakinan atau kemandirian usia muda (Hariadi, 2022).

Kecenderungan untuk memiliki keyakinan diri yang tinggi menunjukkan bahwa seseorang memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam kapasitasnya, memiliki semangat kewirausahaan yang tinggi, dan tidak mudah menyerah dalam menghadapi kesulitan berbisnis. Keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki

seseorang dapat mendorongnya untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu. Hal ini dapat menunjang keberhasilan seseorang dalam berbisnis (Saraswati dkk, 2022).

4. Pemanfaatan Media Sosial

Media baru adalah media berbasis internet, dengan para penggunanya yang tidak diragukan lagi dapat dengan mudah mengambil bagian, berbagi, dan membuat konten termasuk situs, jejaring sosial, *wiki*, diskusi forum, dan dunia virtual. (Liedfray dkk, 2022). Menurut pendapat Suratini dkk (2021), menyatakan bahwa ada beberapa jenis media sosial yang biasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari dalam mempermudah akses informasi yaitu, *facebook*, *tiktok*, *whatsApp* dan *instagram*. Dan perkembangan yang pesat akibat adanya peran media sosial yang mempermudah akses informasi hal ini telah mengubah rutinitas jutaan orang di seluruh dunia termasuk Indonesia (Aulia, 2023).

Sektor yang ikut serta menerima dampak dari perkembangan teknologi informasi yaitu di dunia usaha pertanian. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi melalui media sosial ini, sangat membantu para wirausaha dalam menjalankan usahanya. Teknologi informasi secara akurat, cepat dan tepat memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan wirausaha pertanian (Kusumadewi, 2020). Kelengkapan dan kemudahan untuk mengakses informasi pertanian melalui media sosial atau media baru dapat mempengaruhi mental, emosional, dan perspektif psikomotorik individu yang dapat membentuk mentalitas untuk membantu pengembangan bidang pertanian yang pada akhirnya orang dapat tertarik mengambil bagian pada bidang wirausaha pertanian (Handayani, dkk 2022).

Hariadi dkk, (2022) juga berpendapat bahwa pemanfaatan media baru mempengaruhi minat usia muda untuk berbisnis di ruang lingkup pertanian, tinjauan penggunaan media baru, khususnya dengan indikator intensitas akses, kemudahan akses dan kelengkapan informasi oleh pemuda terhadap media baru untuk bidang pertanian. Melalui informasi yang disampaikan melalui media baru, kualitas dan pemahaman generasi muda terhadap bidang pertanian akan terbingkai, sehingga akan terjadi perubahan keberanian dan pandangan tentang sektor pertanian di dalam diri generasi muda. Hal ini sesuai dengan penilaian

Yunandar dkk, (2019) semakin banyak generasi muda mengakses informasi dan semakin baik sifat informasi yang berhubungan dengan bidang pertanian maka penilaian remaja terhadap usaha tani juga akan semakin positif.

2.2 Hasil Pengkajian Terdahulu

Kajian terdahulu berfungsi sebagai bahan acuan untuk dilakukannya perbandingan dan mengkaji ulang hasil pengkajian yang sejenis yang pernah dilakukan serta untuk melihat hasil dari pemanfaatan ciri-ciri atau aspek-aspek dan strategi yang digunakan:

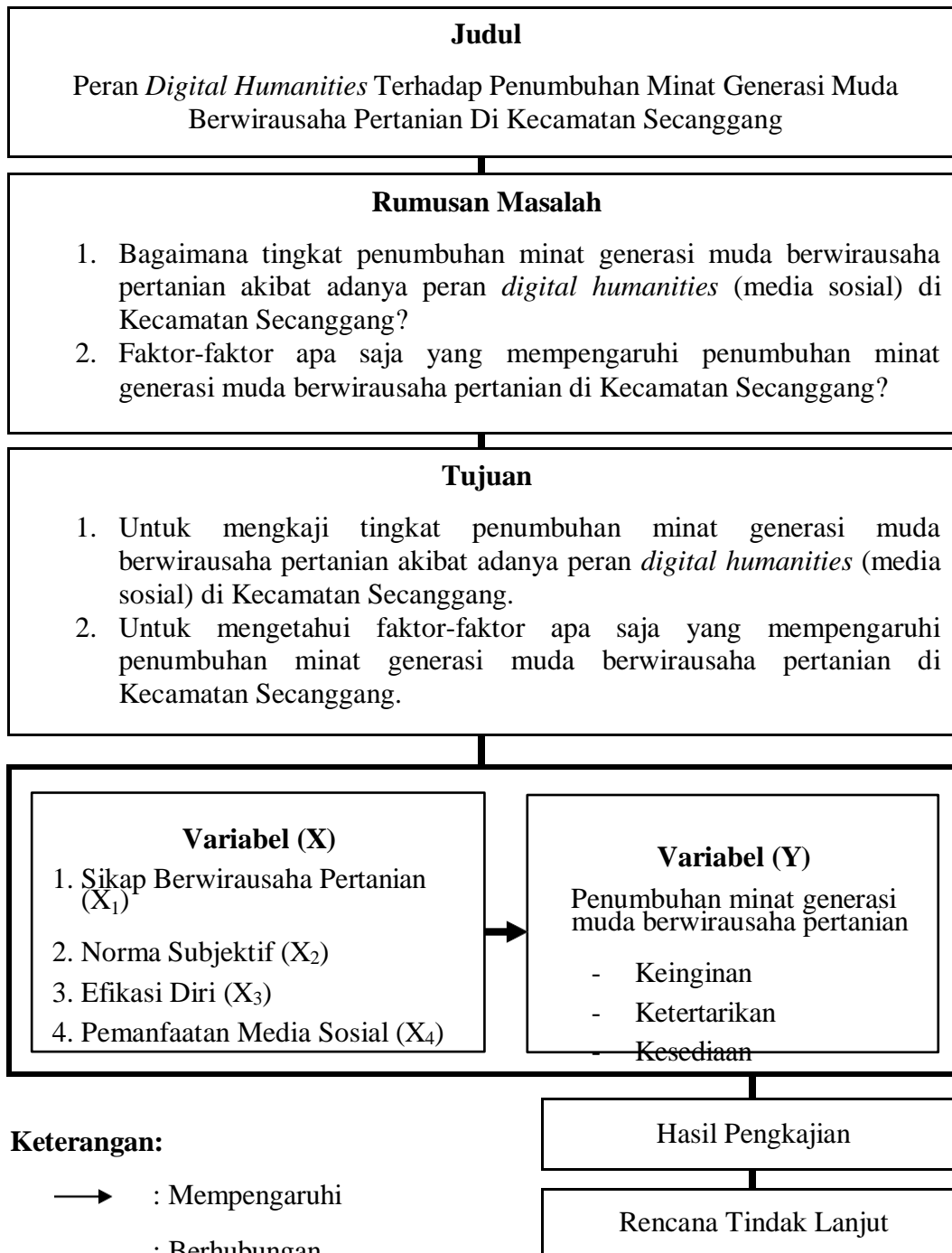
1. Hasil pengkajian terdahulu yang telah dilakukan oleh Hariadi, S.S, dkk. 2020. Peran *Digital Humanities* dalam Upaya Regenerasi SDM untuk Mewujudkan Pembangunan Pertanian Berkelanjutan. Pengkajian ini menggunakan metode deskriptif analitik, disertai menggunakan teknik pelaksanaan pengkajian dengan metode survei serta dianalisis menggunakan analisis statistik *path analysis*. Berdasarkan pengkajian yang telah dilakukan, menyatakan bahwa minat generasi muda untuk bekerja di sektor pertanian dipengaruhi oleh sikap pemuda terhadap sektor pertanian, pemanfaatan media sosial, dan efikasi diri. Pemanfaatan media sosial mempengaruhi sikap generasi muda terhadap sektor pertanian dan efikasi diri generasi muda untuk bekerja di sektor pertanian. Namun peran orang tua sebagai variabel yang juga ikut serta menjadi penentu dalam mempengaruhi atau mempersuasi keyakinan diri usia muda, pemanfaatan media baru, dan peningkatan pandangan usia muda terhadap bidang pertanian.
2. Handayani, A. W, dkk. 2022. Minat Siswa Sekolah Menengah Kejuruan untuk Bekerja dalam Bidang Pertanian di Provinsi Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif analisis. Data yang ada dianalisis dengan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat tiga faktor fundamental terhadap minat siswa dalam bekerja di bidang pertanian yaitu dipengaruhi oleh keyakinan diri atau efikasi diri, cara pandang siswa terhadap bidang pertanian, dan pemanfaatan media baru yang dalam penelitian ini

menjadi variabel paling berpengaruh secara tegas pada pembentukan minat siswa SMK untuk bekerja di bidang pertanian.

3. Hasil pengkajian terdahulu yang dilakukan oleh Harahap. N. dan Siregar. A. Z. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Muda pada Bidang Pertanian (Studi Kasus di Kabupaten Deli Serdang). Pengkajian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Terlebih lagi, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi muda usaha bidang pertanian dilakukan analisis regresi linear berganda, dan ditarik kesimpulan bahwa semua variabel yang diuji yang terdiri dari variabel internal (X_1) dengan sub variabel pendidikan, jenis kelamin, status perkawinan, umur, harapan dan keinginan serta kebutuhan dan variabel eksternal (X_2) dengan sub variabel sosialisasi, luas lahan, teknologi dan daya tarik kerja lainnya secara simultan berpengaruh signifikan pada minat usia muda dalam melakukan bisnis pada sektor pertanian (Y). Kemudian secara parsial faktor pendidikan formal, keinginan dan harapan, sosialisasi, luas lahan, dan teknologi memiliki pengaruh yang nyata terhadap minat kaum muda pada bisnis di bidang pertanian dan variabel yang lebih dominan mempengaruhi minat generasi muda.
4. Menurut hasil pengkajian terdahulu yang dilakukan oleh Lejap. H. H. T, dkk. 2020. Minat Berwirausaha dari Mahasiswa di Nusa Tenggara Timur. Pengkajian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda. Berdasarkan hasil pengkajian didapatkan hasil bahwa perspektif kewirausahaan atau sikap kewirausahaan, norma subjektif, keyakinan diri atau efikasi diri, dan instrumen sangat berpengaruh nyata terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
5. Berdasarkan hasil pengkajian terdahulu yang dilakukan oleh Indrayanti, W. dan Iskandar, D.D. 2020. Teori Perilaku Terencana dan Minat Wirausaha Pemuda di Kabupaten Tegal. Hasil pengkajian memberikan penemuan yang memperhatikan faktor-faktor seperti sikap terhadap usaha pertanian, norma subjektif, dan kontrol perilaku terbukti mampu mempengaruhi minat wirausaha muda.

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka Berpikir Peran *Digital Humanities* Terhadap Penumbuhan Minat Generasi Muda Berwirausaha Pertanian Di Kecamatan Secanggang



Gambar 1. Kerangka Pikir Peran *Digital Humanities* Terhadap Penumbuhan Minat Generasi Muda Berwirausaha Pertanian.

2.4 Hipotesis

Adapun hipotesis dalam pengkajian ini adalah:

1. Diduga tingkat penumbuhan minat generasi muda berwirausaha pertanian akibat dari adanya peran *digital humanities* (media sosial) di Kecamatan Secanggang masih rendah.
2. Diduga adanya pengaruh dari variabel X yaitu sikap berwirausaha pertanian, norma subjektif, efikasi diri, dan pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap variabel Y yaitu penumbuhan minat generasi muda berwirausaha pertanian di Kecamatan Secanggang.