



Analisis Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Penunjang Pembelajaran Agribisnis pada Mahasiswa Universitas Adzkie Padang

Ahmad Fachri¹, Juli Adevia^{2*}, Nora Damayanti³

^{1,2,3} Universitas Adzkie, Indonesia

Alamat: Jl. Taratak Paneh No. 7 Korong Gadang, Kalumbuk, Kec. Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat 25175

Korespondensi penulis: juliadevia@adzkie.ac.id*

Abstract. *This study aims to examine the extent to which social media is utilized in agribusiness learning among students at Universitas Adzkie. A quantitative descriptive approach was employed, using a Likert scale-based questionnaire as the research instrument. The collected data were tabulated and classified into score percentages to determine the category of social media utilization. The research was conducted from June to July 2024 using a census method, involving all 38 students enrolled in the Agribusiness Study Program at Universitas Adzkie. The findings indicate that overall, the use of social media in agribusiness learning falls into the **moderate** category, with a score percentage of **55.76%**. When broken down into agribusiness sub-systems, the results show that the use of social media in the agricultural input supply sub-system was 55.76%, in farming activities 56.14%, agricultural product processing 49.67%, marketing 44.08%, and agribusiness support services 47.20%. These results suggest that although social media has been used in the learning process, its utilization is still at a moderate level and not yet evenly distributed across all agribusiness sub-systems. This presents both opportunities and challenges for lecturers and educational institutions to develop more innovative, technology-based learning strategies. To enhance the effectiveness of agribusiness learning, it is recommended that lecturers actively encourage students to use social media in a productive manner. This could be implemented through the assignment of structured tasks that require the use of social media platforms for academic discussions, information searches, and the creation or sharing of relevant agribusiness content. Such efforts are expected to make social media not only a tool that enriches students' learning experiences but also a means to deepen their understanding of the dynamic and ever-evolving field of agribusiness. Ultimately, integrating social media into learning can support the development of digital competencies and practical insights among agribusiness students in higher education.*

Keywords: Agribusiness Learning, Agricultural Education, Digital Literacy, Social Media, Utilization

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran agribisnis pada mahasiswa Universitas Adzkie. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert yang kemudian ditabulasikan dalam bentuk persentase skor untuk menentukan kategori pemanfaatan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni hingga Juli 2024 dengan menggunakan metode sensus terhadap seluruh mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Adzkie sebanyak 38 orang responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum, pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran agribisnis berada dalam kategori **cukup**, dengan persentase skor sebesar **55,76%**. Jika ditinjau dari masing-masing subsistem agribisnis, diperoleh hasil sebagai berikut: pemanfaatan media sosial pada pembelajaran subsistem penyediaan sarana produksi pertanian (saprodi) sebesar 55,76%, subsistem usahatani 56,14%, subsistem pengolahan hasil pertanian 49,67%, subsistem pemasaran 44,08%, dan subsistem penunjang agribisnis sebesar 47,20%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun media sosial telah digunakan sebagai bagian dari proses pembelajaran agribisnis, penggunaannya masih tergolong sedang dan belum dimanfaatkan secara maksimal pada setiap subsistem pembelajaran. Ini menunjukkan adanya peluang untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran berbasis media sosial agar dapat menjangkau lebih banyak aspek agribisnis secara komprehensif. Media sosial berpotensi menjadi sarana pembelajaran interaktif yang mendorong kreativitas, kolaborasi, dan partisipasi aktif mahasiswa dalam memahami materi agribisnis yang kompleks dan dinamis. Oleh karena itu, dosen disarankan untuk mengambil langkah strategis dalam mengintegrasikan media sosial ke dalam pembelajaran, seperti memberikan tugas terstruktur yang mengharuskan mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi, berdiskusi, menyajikan data, atau berbagi hasil analisis agribisnis. Dengan strategi tersebut, pemanfaatan media sosial tidak hanya meningkatkan efektivitas pembelajaran tetapi juga mendukung pengembangan kompetensi digital mahasiswa di era teknologi informasi saat ini.

Kata kunci: Literasi Digital, Media Sosial, Pemanfaatan, Pembelajaran Agribisnis, Pendidikan Pertanian

1. LATAR BELAKANG

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam dunia pendidikan (Tess, 2013). Sebagai platform yang memungkinkan interaksi dan berbagi informasi secara cepat dan luas, media sosial memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan dalam berbagai sektor, termasuk dalam pembelajaran. Derasnya informasi yang masuk melalui media sosial, jika dikelola secara bijak bisa dijadikan sebagai salah satu sumber belajar dalam berbagai rumpun bidang ilmu. Salah satu bidang yang bisa digali dalam penggunaan media sosial adalah bidang agribisnis (Fachri et al., 2024). Agribisnis, yang mencakup berbagai aspek usaha di sektor pertanian, membutuhkan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika pasar, teknologi, serta strategi bisnis yang relevan dengan perkembangan zaman (Surya et al., 2021).

Bagi mahasiswa yang menempuh studi di bidang agribisnis, penguasaan konsep-konsep dan keterampilan yang terintegrasi dengan perkembangan teknologi menjadi sangat penting (Almagro et al., 2024). Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran agribisnis dapat menjadi alternatif yang efektif untuk meningkatkan interaksi, komunikasi, serta penyebaran informasi yang relevan dan up-to-date. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan materi, tetapi juga sebagai wadah untuk diskusi, kolaborasi (Sunarso et al., 2024). Lebih lanjut media sosial juga bisa menjadi alat pengembangan keterampilan praktis yang sangat dibutuhkan oleh mahasiswa agribisnis dalam memasuki dunia profesional.

Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran bisa dimanfaatkan oleh seluruh kalangan (Ilknur & Asiye Doğan, 2021), terutama mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan formal. Tidak terkecuali bagi mahasiswa Program Studi Agribisnis di Universitas Adzkie. Dengan adanya aplikasi media sosial, diharapkan mahasiswa bisa menjadikan aplikasi tersebut sebagai alternatif dalam mengakses sumber belajar, terutama yang berkaitan dengan keilmuan agribisnis. Namun sejauh ini belum ada riset yang menjelaskan sudah sejauh mana aplikasi media sosial berdampak dan bermanfaat untuk mahasiswa dalam pembelajaran yang mereka lakukan.

Artikel ini akan membahas sejauh mana pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran agribisnis, serta dampak positif yang dapat diperoleh baik oleh mahasiswa, institusi pendidikan, dan dunia pertanian secara global. Pemahaman yang baik mengenai penggunaan media sosial dapat menjadi langkah awal untuk menciptakan pengalaman pembelajaran yang lebih interaktif, inovatif, dan relevan dengan kebutuhan industri.

2. KAJIAN TEORITIS

Media sosial seperti WhatsApp, Instagram, YouTube, dan TikTok kini berkembang menjadi media pembelajaran informal yang interaktif. Media ini dapat digunakan untuk berbagi konten edukatif, memperkuat jejaring agribisnis mahasiswa, menyebarkan informasi kegiatan akademik, hingga melakukan simulasi pemasaran digital. Pemanfaatannya memungkinkan pembelajaran agribisnis tidak hanya berlangsung di ruang kelas, tetapi juga melalui pengalaman nyata dan komunitas daring.

Menurut Rahman et al., (2023), penggunaan media sosial sebagai sarana pembelajaran berperan dalam meningkatkan mutu dan pencapaian hasil belajar mahasiswa sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Melalui platform ini, mahasiswa lebih mudah dalam mengakses dan memperoleh materi tambahan perkuliahan, serta dapat menjalin diskusi dengan jangkauan yang lebih luas. Selain itu, media sosial juga membantu dalam mengasah kemampuan berbahasa secara baik dan sopan, serta mendorong pola pikir kritis yang tidak terpaku pada satu sumber informasi saja. Lebih jauh, mahasiswa juga dapat menyalurkan keterampilan dan kreativitasnya dalam menciptakan karya berdasarkan materi yang telah dipelajari selama proses perkuliahan.

Media sosial saat ini menjadi salah satu sarana yang paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Fungsinya beragam, termasuk sebagai alat bantu dalam proses pembelajaran. Saat ini telah tersedia berbagai aplikasi dan situs web yang menyediakan konten edukatif, mulai dari materi pelajaran, rumus, jawaban, hingga solusi atas permasalahan pembelajaran. Media sosial memungkinkan penggunanya untuk menampilkan identitas diri serta menjalin interaksi, kerja sama, komunikasi, dan berbagi informasi dengan pengguna lain dalam lingkungan sosial virtual (Nasrullah, 2016).

Kepopuleran media sosial sangat tinggi, terutama di kalangan generasi Z yang akrab dengan dunia digital. Kelompok ini cenderung lebih sering mengakses media sosial dibandingkan mempelajari materi pelajaran secara langsung, karena konten di media sosial dianggap lebih menarik (Marini, 2019). Oleh sebab itu, pendidik dapat mengintegrasikan media sosial sebagai sarana pembelajaran, mengingat daya tarik yang dimilikinya mampu meningkatkan motivasi belajar dan memberikan pengaruh positif terhadap capaian akademik. Selain itu, media sosial juga menyajikan informasi terkini secara komprehensif yang bisa diakses kapan pun dan di mana pun (Salehudin, 2020). Fitur-fitur yang tersedia pada media sosial pun sejalan dengan kebutuhan belajar, sehingga dapat dijadikan alternatif pendukung untuk mengembangkan keterampilan belajar mahasiswa.

Media pembelajaran merupakan elemen penting dalam proses belajar mengajar yang berfungsi mendukung efektivitas pembelajaran. Oleh karena itu, guru sebagai fasilitator perlu memperhatikan penggunaan media pembelajaran dengan cermat. Guru dituntut untuk memahami, memilih, dan menentukan media yang paling sesuai agar kegiatan belajar dapat berjalan optimal dan tujuan pembelajaran dapat tercapai (Tafonao, 2018; Adevia et al., 2024). Salah satu pendekatan yang efektif adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembelajaran, karena dapat menyampaikan materi secara efisien sekaligus meningkatkan kualitas proses belajar. Kehadiran media sosial sangat relevan bagi generasi Z yang aktif di dunia digital, memudahkan mereka dalam mengakses informasi dan memperluas wawasan. Media sosial juga mendukung partisipasi siswa dalam kegiatan pembelajaran, seperti bertanya dan mencari informasi secara mendalam. Dalam konteks ini, guru berperan menyediakan sarana yang mendukung pembelajaran agar siswa dapat mengembangkan potensi dirinya secara maksimal (Zazin & Zaim, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif adalah jenis metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan, pengolahan, dan analisis data numerik atau kuantitatif untuk menggambarkan atau menjelaskan fenomena yang sedang diteliti (Ghanad, 2023). Adapun responden yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 38 orang mahasiswa yang memilih Agribisnis sebagai Program Studi yang mereka alami selama berkuliah di Universitas Adzkie. Seluruh responden diminta untuk mengisi kuesioner dengan skala likert mengenai pembelajaran pada setiap sub-sistem agribisnis yang bisa dilakukan melalui media sosial. Setelah mengisi kuesioner, data yang diperoleh kemudian ditabulasikan dalam bentuk persentase skor kemudian dikategorikan seperti Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Kategori persentase skor pemanfaatan media sosial

No.	Rentang Persentase Skor (%)	Kategori Pemanfaatan
1	0-20	Sangat Rendah
2	20,01-40	Rendah
3	40,01-60	Cukup
4	60,01-80	Tinggi
5	80,01-100	Sangat Tinggi

Sumber: (Fachri & Rahman, 2023)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengalaman Mahasiswa dalam Penggunaan Media Sosial

Pengalaman responden dalam penggunaan media sosial penelitian ini disajikan pada Tabel 2. Berdasarkan data yang disajikan mengenai pengalaman penggunaan media sosial, terdapat beberapa hal yang dapat disoroti. Pertama, terkait durasi penggunaan media sosial per hari, sebagian besar responden menghabiskan waktu yang cukup lama di media sosial. Sebanyak 34,21% responden menggunakan media sosial antara 5-7 jam per hari, diikuti oleh 26,32% yang menggunakan lebih dari 7 jam. Hanya 13,15% yang menggunakan media sosial antara 1-3 jam, yang menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa cenderung menghabiskan waktu yang signifikan di platform-platform digital.

Tabel 2. Sebaran pengalaman responden dalam penggunaan media sosial

No.	Indikator Pengalaman	Persentase (%)
1	Durasi penggunaan media sosial per hari	
	a. < 1 Jam	0
	b. 1-3 Jam	13,15
	c. 3-5 Jam	26,32
	d. 5-7 Jam	34,21
	e. > 7 Jam	26,32
2	Tempat paling sering menggunakan media sosial	
	a. Rumah	21,05
	b. Kos	68,42
	c. Kampus	2,63
	d. Warnet	0
	e. Lainnya	7,90
3	Media sosial paling favorit	
	a. Whatsapp	39,47
	b. Instagram	28,95
	c. Facebook	0
	d. Tiktok	28,95
	e. Youtube	2,63

Sumber : Data diolah 2025

Kedua, mengenai tempat paling sering menggunakan media sosial, mayoritas mahasiswa (68,42%) lebih sering menggunakan media sosial di kos, yang mencerminkan kenyamanan dan privasi saat mengakses platform digital. Sementara itu, 21,05% responden mengakses media sosial di rumah, hanya sedikit yang melakukannya di kampus (2,63%), dan tidak ada yang menggunakan media sosial di warnet.

Terakhir, terkait dengan media sosial yang paling favorit, WhatsApp menjadi platform yang paling banyak digunakan (39,47%), diikuti oleh Instagram dan TikTok yang masing-masing dipilih oleh 28,95% responden. YouTube hanya digunakan oleh 2,63% responden,

sementara Facebook tidak dipilih oleh seorang pun. Hal ini menunjukkan preferensi yang kuat terhadap platform yang lebih berbasis komunikasi dan interaksi langsung, seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok, daripada platform berbasis konten panjang seperti YouTube atau media sosial yang lebih tradisional seperti Facebook.

Tingkat pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran agribisnis

Setelah dilakukan tabulasi dari data yang dikumpulkan, maka diperoleh hasil yang disajikan pada Tabel 3. Adapun tingkat pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran agribisnis pada mahasiswa Universitas Adzkie, diperoleh persentase skor 50,28% atau masuk dalam kategori cukup. Untuk mengukur tingkat pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran agribisnis dilihat dari setiap sub-sistem agribisnis yang bisa dipelajari melalui media sosial. Sub-sistem agribisnis tersebut meliputi: sub-sistem penyediaan sarana produksi; sub-sistem usahatani; sub-sistem pengolahan hasil pertanian; sub-sistem pemasaran; sub-sistem pemasaran; sub-sistem penunjang.

Tabel 3. Pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran agribisnis

No.	Indikator	Persentase Skor (%)	Kategori
1	Sub-sistem penyediaan saprodi	55,76	Cukup
2	Sub-sistem usahatani	56,14	Cukup
3	Sub-sistem pengolahan hasil pertanian	49,67	Cukup
4	Sub-sistem pemasaran	44,08	Cukup
5	Sub-sistem penunjang	47,2	Cukup
	Rata-Rata	50,28	Cukup

Sumber : Data diolah 2025

Penjelasan lebih lanjut mengenai pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran di setiap sub-sistem agribisnis akan dijelaskan pada bagian selanjutnya.

Pembelajaran pada sub-sistem penyediaan sarana produksi

Pemanfaatan media sosial pada pembelajaran sub-sistem penyediaan sarana produksi memperoleh persentase skor 55,76% atau masuk dalam kategori cukup. Adapun materi yang bisa dipelajari dari konten media sosial yang berkaitan dengan sub-sistem penyediaan sarana produksi meliputi: penyediaan pupuk, obat pengendali hama, benih dan bibit, serta alat dan mesin pertanian. Keempat indikator tersebut masuk dalam kategori cukup.

Tabel 4. Pembelajaran pada sub-sistem penyediaan sarana produksi

No.	Indikator	Persentase Skor (%)	Kategori
1	Penyediaan pupuk	58,55	Cukup
2	Penyediaan obat pengendali hama	51,97	Cukup
3	Penyediaan benih dan bibit	52,63	Cukup
4	Penyediaan alat dan mesin pertanian	69,87	Tinggi
	Rata-Rata	55,76	Cukup

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan wawancara responden, mahasiswa selama ini menggunakan media sosial WhatsApp untuk pengadaan pupuk dan benih yang digunakan untuk kegiatan praktikum. Sedangkan penggunaan media sosial seperti YouTube digunakan untuk mempelajari cara pengendalian hama dan penggunaan alat dan mesin pertanian. Mahasiswa menggunakan media YouTube untuk mencari jenis obat yang tepat untuk pengendalian hama jenis tertentu.

Media sosial mampu mendukung mahasiswa dalam kegiatan praktikum mereka, khususnya dalam pengadaan pupuk dan benih yang diperlukan. WhatsApp, dengan kemudahan komunikasi dan berbagai grup diskusi, menjadi platform yang efisien bagi mahasiswa untuk mendapatkan pasokan bahan-bahan tersebut dengan cepat dan praktis (Susilo, 2014). Selain itu, media sosial lain seperti YouTube juga dimanfaatkan mahasiswa untuk mempelajari teknik-teknik pertanian, terutama dalam hal pengendalian hama dan penggunaan alat serta mesin pertanian. Melalui YouTube, mahasiswa dapat mencari informasi terkait jenis-jenis obat yang tepat untuk mengatasi hama tertentu, sehingga mereka dapat menerapkan metode pengendalian yang lebih efektif dan sesuai dengan kondisi yang ada (Hikmah & Yulianti, 2020). Penggunaan media sosial ini menunjukkan bagaimana platform digital dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang sangat berguna, meskipun tetap diperlukan pemahaman praktis yang lebih mendalam melalui pengalaman langsung atau bimbingan dari ahli di lapangan (Xie et al., 2024).

Pembelajaran pada sub-sistem usahatani

Pemanfaatan media sosial pada pembelajaran sub-sistem usahatani memperoleh persentase skor 56,14% atau masuk dalam kategori cukup. Materi pembelajaran yang bisa

didalami pada sub-sistem ini meliputi bagaimana budidaya tanaman pangan, hortikultura, dan perkebunan. Persentase skor yang diperoleh dari masing-masing indikator materi pembelajaran masuk dalam kategori cukup.

Tabel 5. Pembelajaran pada sub-sistem usahatani

No.	Indikator	Persentase Skor (%)	Kategori
1	Budidaya tanaman pangan	56,58	Cukup
2	Budidaya tanaman hortikultura	57,89	Cukup
3	Budidaya tanaman perkebunan	53,95	Cukup
	Rata-Rata	56,14	Cukup

Sumber : Data diolah 2025

Dalam pemanfaatan media sosial, mahasiswa banyak memanfaatkan aplikasi YouTube dan Instagram untuk mempelajari teknik budidaya pada berbagai komoditi tanaman. Namun mahasiswa juga banyak mengeluhkan bahwa mempelajari dalam bentuk virtual saja belum mampu menjawab pertanyaan mahasiswa dalam teknis budidaya tanaman.

Meskipun pemanfaatan media sosial efektif dalam memberikan pengetahuan dan teknik secara umum, banyak mahasiswa yang mengeluhkan bahwa pembelajaran dalam bentuk virtual tersebut masih belum sepenuhnya memadai. Mahasiswa merasa bahwa pendekatan belajar yang hanya mengandalkan video atau gambar tidak dapat menjawab pertanyaan teknis yang lebih spesifik terkait dengan permasalahan yang dihadapi dalam praktik budidaya tanaman, seperti kendala cuaca, penyakit tanaman, atau teknik khusus yang mungkin memerlukan bimbingan langsung. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial bisa menjadi sumber informasi yang berguna (Zhang et al., 2021), interaksi langsung dan bimbingan praktis tetap diperlukan untuk memperdalam pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam bidang pertanian.

Pembelajaran pada sub-sistem pengolahan hasil pertanian

Pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran sub-sistem pengolahan hasil memperoleh persentase skor 49,67% atau masuk dalam kategori cukup. Adapun materi pembelajaran yang diakses pada sub-sistem pengolahan hasil pertanian meliputi: teknik pengolahan hasil pertanian; kemasan produk agroindustri; pengawetan produk agroindustri; dan pengelompokan hasil pertanian. Dimana keempat indikator tersebut memperoleh persentase skor dalam kategori cukup.

Tabel 6. Pembelajaran pada sub-sistem pengolahan hasil pertanian

No.	Indikator	Persentase Skor (%)	Kategori
1	Teknik pengolahan hasil pertanian	57,89	Cukup
2	Kemasan produk agroindustry	47,37	Cukup
3	Pengawetan produk agroindustri	42,11	Cukup
4	Pengelompokkan hasil pertanian	51,32	Cukup
	Rata-Rata	49,67	Cukup

Sumber: Data diolah 2025

Pada sub-sistem pengolahan hasil pertanian, mahasiswa lebih banyak menonton tayangan pengolahan hasil pertanian melalui aplikasi YouTube, TikTok, dan Instagram. Melalui aplikasi tersebut banyak konten kreator yang menyajikan tayangan pengolahan hasil pertanian menjadi produk makanan dan minuman. Namun dari segi *packaging* dan pengawetan belum banyak konten media sosial yang menampilkan konten tersebut.

Berbagai konten kreator di platform-platform media sosial menyajikan tayangan yang informatif dan menarik (Shahbaznezhad et al., 2021), memberikan mahasiswa wawasan tentang cara mengolah hasil pertanian dengan cara yang lebih praktis dan inovatif. Di sisi lain, masih terdapat kebutuhan untuk memperdalam materi terkait aspek penting lainnya, seperti teknik pengemasan yang ramah lingkungan dan pengawetan yang aman. Dengan meningkatkan keberagaman konten yang mengedukasi tentang *packaging* dan pengawetan, diharapkan mahasiswa dapat memperoleh pengetahuan yang lebih komprehensif (Gemil et al., 2024), yang tidak hanya mencakup proses produksi, tetapi juga tahapan penting yang dapat memperpanjang masa simpan dan meningkatkan daya saing produk hasil pertanian di pasar (Bulturbayevich & Sharifjanovich, 2023).

Pembelajaran pada sub-sistem pemasaran

Pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran sub-sistem pemasaran memperoleh persentase skor 44,08% atau masuk dalam kategori cukup. Pembelajaran pada sub-sistem ini dilihat dari materi pemetaan calon konsumen, survey harga produk, teknik promosi produk, dan potensi daerah pemasaran agribisnis. Keempat indikator ini keseluruhannya memiliki kategori cukup.

Tabel 7. Pembelajaran pada sub-sistem pemasaran

No.	Indikator	Persentase Skor (%)	Kategori
1	Pemetaan calon konsumen	40,13	Cukup
2	Survey harga produk	40,79	Cukup
3	Teknik promosi produk	48,03	Cukup
4	Potensi daerah pemasaran agribisnis	47,37	Cukup
	Rata-Rata	44,08	Cukup

Sumber: Data diolah 2025

Pemanfaatan media sosial dalam bidang pemasaran harusnya menjadi sektor yang diperhatikan (Adevia & Suryani, 2024). Hal ini dikarenakan, media sosial bisa sebagai sarana untuk mejangkau pasar yang lebih luas. Namun, mahasiswa menilai untuk konteks produk pertanian pemasaran menggunakan media sosial belum banyak yang bisa dicontoh. Khususnya belum banyak konten kreator yang berfokus pada produk pertanian sebagai komoditi yang mereka jadikan objek bisnis.

Sebagian besar konten yang ada di media sosial lebih cenderung mengarah pada pendidikan atau pengolahan hasil pertanian, tanpa menonjolkan tahapan dan proses pemasaran atau branding produk pertanian secara eksklusif. Kondisi ini mencerminkan adanya kekosongan dalam penggunaan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produk pertanian secara efektif, padahal sektor ini memiliki peluang besar untuk berkembang dengan pendekatan pemasaran digital yang tepat (Widiasyih et al., 2024). Oleh karena itu, perlu ada lebih banyak inisiatif dari pihak yang terlibat untuk menciptakan konten yang dapat menginspirasi mahasiswa dan pelaku usaha pertanian lainnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasaran yang optimal (Teresya et al., 2022).

Pembelajaran pada sub-sistem penunjang

Pembelajaran pada sub-sistem penunjang dengan memanfaatkan media sosial memperoleh persentase skor 47,20% atau masuk dalam kategori sedang. Pada sub-sistem ini dilihat dari 4 indikator. Dimana indikator pembelajaran dalam hal pelatihan agribisnis, kebijakan pertanian, dan penunjang kapasitas keilmuan memiliki kategori cukup. Sementara pada pembelajaran memanfaatkan media sosial dalam hal pinjaman online masuk dalam kategori rendah.

Tabel 8. Pembelajaran pada sub-sistem penunjang

No.	Indikator	Persentase Skor (%)	Kategori
1	Pelatihan agribisnis	42,76	Cukup
2	Pinjaman online	31,58	Rendah
3	Kebijakan pertanian	50,66	Cukup
4	Penunjang kapasitas keilmuan	63,82	Tinggi
	Rata-Rata	47,2	Cukup

Sumber : Data diolah 2025

Pada sub-sistem penunjang diperoleh pemanfaatan media sosial yang cukup beragam diantara mahasiswa, dari segi pelatihan banyak mahasiswa memperoleh info berkaitan dengan pelatihan di bidang pertanian dari grup WhatsApp ataupun Instagram. Dalam hal pinjaman online mahasiswa cenderung menghindari berbagai bentuk pinjaman dikarenakan ada kemungkinan tidak sanggup dalam pembayaran nantinya. Sementara dari kebijakan pertanian dan penunjang kapasitas keilmuan, banyak informasi yang bisa diperoleh mahasiswa dari berbagai aplikasi media sosial seperti YouTube, Instagram, dan WhatsApp.

Media sosial dapat memberikan manfaat yang signifikan sebagai sumber informasi dalam berbagai aspek (Pratiwi & Zaini, 2023), termasuk pelatihan, kebijakan, pinjaman, dan pengembangan keilmuan di bidang agribisnis. Untuk pelatihan, platform seperti WhatsApp dan Instagram menyediakan akses langsung ke informasi mengenai berbagai pelatihan atau kursus di bidang agribisnis, memungkinkan mahasiswa dan praktisi untuk memperluas keterampilan mereka dengan mudah (Fachri & Putra, 2024). Selain itu, media sosial juga menjadi saluran yang efektif untuk memperoleh informasi terkini mengenai kebijakan pertanian dan agribisnis, seperti perubahan regulasi atau program pemerintah yang dapat memengaruhi sektor ini. Dalam hal pinjaman, meskipun sebagian mahasiswa cenderung menghindari pinjaman online, media sosial tetap menjadi sumber informasi penting mengenai layanan keuangan yang dapat membantu pelaku agribisnis mengakses dana atau bantuan keuangan dengan lebih mudah dan aman.

Terakhir, media sosial seperti YouTube, Instagram, dan WhatsApp memberikan akses yang luas untuk memperdalam pengetahuan dan kapasitas keilmuan di bidang agribisnis (Puspita et al., 2024), dengan berbagai konten yang mencakup topik-topik mulai dari teknik pertanian, manajemen usaha, hingga inovasi terbaru dalam sektor ini. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai sarana multifungsi yang mendukung perkembangan dan kemajuan di berbagai aspek agribisnis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran agribisnis pada mahasiswa Universitas Adzkie yang mengambil Program Studi Agribisnis secara keseluruhan tingkat pemanfaatannya masuk dalam kategori cukup. Dimana dalam pengukuran pemanfaatan pembelajaran agribisnis ini dilihat dari sub-sistem penyediaan sarana produksi, sub-sistem usahatani, sub-sistem pengolahan hasil pertanian, sub-sistem pemasaran, dan sub-sistem penunjang. Ditemukan pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran kelima sub-sistem tersebut, masing-masingnya masuk dalam kategori cukup. Sehingga diperlukan upaya perluasan dan peningkatan dalam pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran mahasiswa dalam mengakses konten-konten yang berhubungan dengan agribisnis.

DAFTAR REFERENSI

- Adevia, J., & Suryani, N. (2024). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Adzkie Mart. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(2), 622–634. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i2.1265>
- Adevia, J., Relifra, Syafriani, O., & Damayanti, N. (2024). Pembelajaran kewirausahaan dalam peningkatan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Adzkie. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3), 985–992. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i3.1487>
- Almagro, R., Montepio, H. C., & Tuquib, M. T. O. (2024). E-learning educational atmosphere and technology integration as predictors of students' engagement: The case of agribusiness program. *SSRN Electronic Journal*, October. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4892466>
- Bulturbayevich, M. B., & Sharifjanovich, Q. T. (2023). Management systems of agricultural products in the Republic of Uzbekistan. *International Journal of Research in Commerce, IT, Engineering and Social Sciences*, 17(1), 1–8.
- Fachri, A., Adevia, J., Rahman, D., Putra, M., Sultani, Andika, T., & Kholik, A. (2024). Impact of agribusiness digital marketing learning on student competencies. *Jurnal Ilmiah Management Agribisnis (Jimanggis)*, 5(2), 85–96.
- Fachri, A., & Putra, M. F. D. (2024). Studi komparatif kompetensi sebelum dan sesudah pelatihan agribisnis pada kelompok binaan NGO Human Initiative Sumatera Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara*, 3(1), 13–22. <https://doi.org/10.56135/jabnus.v3i1.138>
- Fachri, A., & Rahman, D. (2023). Efektivitas proses pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan agribisnis pada kelompok binaan NGO Human Initiative Sumatera Barat. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Digital*, 2(2), 151–160.

- Gemil, K. W., Na'ila, D. S., Ardila, N. Z., & Sarahah, Z. U. (2024). The relationship of vocational education skills in agribusiness processing agricultural products in achieving sustainable development goals (SDGs). *ASEAN Journal of Science and Engineering Education*, 4(2), 181–192.
- Ghanad, A. (2023). An overview of quantitative research methods. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 6(8), 3794–3803. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v6-i8-52>
- Hikmah, R. E. D., & Yulianti, D. T. (2020). Implementasi digital marketing pada channel YouTube AGRO-TV Indonesia. *Jurnal Strategi*, 2(November), 456–465.
- Ilknur, I., & Doğan, A. U. (2021). A review of research on the use of social media in language teaching and learning. *Journal of Educational Technology & Online Learning*, 17(2), 1023–1031. <https://doi.org/10.52462/jlls.71>
- Marini. (2019). Pengaruh media sosial TikTok terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah. UIN Raden Intan Lampung.
- Nasrullah, R. (2016). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pratiwi, E. T., & Zaini, A. W. (2023). Social media optimization in school image transformation: Instagram interactive strategies in schools. *Journal of Communication and Social Media Studies*, 1(1), 1–12.
- Puspita, H., Gustiana, C., & Basriwijaya, K. M. Z. (2024). Analisis bauran pemasaran susu kambing Etawa pada usaha peternakan Tuahta Farm di Desa Paya Bujok Seuleumak, Kecamatan Langsa Baro, Kota Langsa. *Jurnal Penelitian Agrisamudra*, 11(1), 11–19. <https://doi.org/10.33059/jpas.v11i1.11178>
- Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., Mukramin, S., & Kurnawati, W. O. I. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran. *Journal on Education*, 5(3), 10646–10653. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1890>
- Salehudin, M. (2020). Dampak COVID-19: Guru mengadopsi media sosial sebagai e-learning pada pembelajaran jarak jauh. *Jurnal Mudarrisuna: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.22373/jm.v10i1.6755>
- Shahbaznezhad, H., Dolan, R., & Rashidirad, M. (2021). The role of social media content format and platform in users' engagement behavior. *Journal of Interactive Marketing*, 53(March), 47–65. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.05.001>
- Sunarso, B., Mahardhani, A. J., Tusriyanto, Suherlan, & Ausat, A. M. A. (2024). Analysis of social media usage in enhancing parental participation in child education. *Jurnal Terobosan Peduli Masyarakat (TIRAKAT)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.61100/j.tirakat.v1i1.100>
- Surya, B., Saleh, H., Hamsina, H., Idris, M., & Ahmad, D. N. A. (2021). Rural agribusiness-based agropolitan area development and environmental management sustainability: Regional economic growth perspectives. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 11(1), 142–157. <https://doi.org/10.32479/ijeep.10184>

- Susilo, A. (2014). Exploring Facebook and WhatsApp as supporting social network applications for English learning in higher education. *Journal of Education and Learning*, 8(1), 10–24.
- Tafonao, T. (2018). Peranan media pembelajaran dalam meningkatkan minat belajar mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(2), 103. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i2.113>
- Teresya, R., Nabiilah, R. R., & Tunnajah, S. (2022). Literature review e-commerce: Profitabilitas, tekanan eksternal dan kemudahan pengguna. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 474–484. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.979>
- Tess, P. A. (2013). The role of social media in higher education classes (real and virtual): A literature review. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 60–68. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.032>
- Widiasyih, A. S., Syafiruddin, S., Nasution, K. S., Siregar, D. A., & Aswan, N. (2024). Digital marketing sebagai strategi pemasaran kopi pada era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11), 2847–2854. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i11.613>
- Xie, Z., Chiu, D. K. W., & Ho, K. K. W. (2024). The role of social media as aids for accounting education and knowledge sharing: Learning effectiveness and knowledge management perspectives in Mainland China. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(1), 2628–2655. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01262-4>
- Zazin, N., & Zaim, M. (2020). Media pembelajaran agama Islam berbasis media sosial pada Generasi-Z. *Proceeding Antasari International Conference*.
- Zhang, W., Chintagunta, P. K., & Kalwani, M. U. (2021). Social media, influencers, and adoption of an eco-friendly product: Field experiment evidence from rural China. *Journal of Marketing*, 85(3), 10–27. <https://doi.org/10.1177/0022242920985784>