



PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH PETERNAK SAPI PERAH SAAT PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Kelompok Ternak Rejeki Barokah)

Siti Azizah¹, Qurrotu Ain Airilza²

¹ Fakultas Peternakan / Jurusan Peternakan, siti.azizah@ub.ac.id, Universitas Brawijaya

² Fakultas Peternakan / Jurusan Peternakan, airilza3769@student.ub.ac.id, Universitas Brawijaya

ABSTRACT

This study aims to analyzed: (1) the use of the internet and social media by dairy farmers from the Rejeki Barokah livestock group as a source of information during the Covid-19 pandemic, (2) factors that influence the utilization and use of social media by dairy farmers from the Rejeki Barokah cattle's group as a source of information for farmers during the Covid-19 pandemic, (3) the impact of using the internet and social media by dairy farmers from the Rejeki Barokah livestock group as a source of information in Bringin Village, Wajak District, Malang Regency in January-March 2022. This research was conducted using qualitative methods. Main informants in this study was determined by purposive sampling method as many as 5 resource persons and key informants using snowball sampling as many as 7 sources. The method of collecting data is through in-depth interviews or in-depth interviews. The data analysis in this study used the Miles and Huberman data analysis technique and the validity of the data was determined by the triangulation method. Based on the results of data analysis, data obtained: (1) The use of the internet and social media is the use of Whatsapp, Facebook, Browser, and Youtube. (2) The factor of using social media depends on their occupation, culture, personality, level of awareness of information, gender, age, availability of time, access, cost, information overload, and the importance of using social media. (3) The impact arising from the use of social media by members in the form of cognitive, conative, affective and psychomotor effects, the use of social media also has an impact on the knowledge of farmers and from the emergence of these impacts can also have an impact on increasing the scale of the livestock business of members Rejeki Barokah Livestock group

Keywords: Social Media, Farmers, Covid-19.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pemanfaatan internet dan media sosial oleh peternak sapi perah dari kelompok ternak Rejeki Barokah sebagai sumber informasi pada saat pandemi Covid-19, (2) faktor yang mempengaruhi pemanfaatan dan penggunaan media sosial oleh peternak sapi perah dari kelompok ternak Rejeki Barokah sebagai sumber informasi peternak saat pandemi Covid-19, (3) dampak yang ditimbulkan dari penggunaan internet dan media sosial oleh peternak sapi perah dari kelompok ternak Rejeki Barokah sebagai sumber informasi di Desa Bringin Kecamatan Wajak Kabupaten Malang pada bulan Januari-Maret 2022.

Received Okt, 2022; Revised Nov, 2022; Accepted Des, 2022

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota kelompok ternak Rejeki Barokah yang berjumlah 12 orang. Penentuan informan utama dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* sebanyak 5 orang narasumber dan informan kunci menggunakan *snowball sampling* sebanyak 7 narasumber. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam atau *indepth interview*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles and Huberman dan validitas data ditentukan dengan metode triangulasi. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh data: (1) Pemanfaatan internet dan media sosial oleh anggota kelompok ternak Rejeki Barokah berupa penggunaan *Whatsapp, Facebook, Browser, dan Youtube*. (2) Faktor penggunaan media sosial oleh anggota kelompok ternak Rejeki Barokah tergantung dari pekerjaan, kebudayaan, kepribadian, tingkat kesadaran terhadap informasi, jenis kelamin, usia, ketersediaan waktu, akses, biaya, informasi yang berlebih, kepentingan penggunaan media sosial. (3) Dampak yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial oleh anggota kelompok ternak Rejeki Barokah berupa adanya efek kognitif, konatif, afektif dan psikomotorik, penggunaan media sosial juga berdampak pada pengetahuan peternak dan dari timbulnya dampak tersebut dapat berdampak juga pada peningkatan skala usaha peternakan dari anggota kelompok Ternak Rejeki Barokah.

Kata Kunci: Sosial Media, Peternak, Covid-19

1. PENDAHULUAN

Covid-19 atau virus corona itu merupakan virus yang bisa menyerang pernafasan manusia. Disebut dengan *COVID-19* karena menyebabkan infeksi. Pembentukan persepsi terhadap virus corona juga dipengaruhi oleh keseimbangan informasi di era digital seperti ini. Pada awal kemunculan virus *Covid-19* yaitu pada Januari 2020 ini platform media sosial yang paling aktif digunakan pertama adalah Youtube yang merupakan platform yang paling banyak digunakan netizen (sebutan untuk masyarakat di media online) sebanyak 88%, Whatsapp merupakan aplikasi chat sebanyak 83%, disusul Facebook sebanyak 81%, Instagram sebanyak 80% dan Twitter 52%, berdasarkan data statistik tersebut media koran dan televisi bukanlah media utama bagi masyarakat di era ini. Lebih dari 50% mereka ingin mencari dan memuaskan kebutuhan mereka akan sumber informasi melalui media lain, yaitu media sosial. Fenomena inilah yang menggambarkan analisis teori *Uses and Gratification*, yang mana pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut dalam proses untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya (Rohmah, 2020).

Saat ini penggunaan teknologi informasi hampir meliputi semua bidang kehidupan, seperti bidang pendidikan, kesehatan, bisnis dan manajemen, pertanian dan peternakan, penambangan, pertahanan dan keamanan serta bidang transportasi. Pemanfaatan teknologi informasi berpotensi digunakan di bidang peternakan karena memudahkan peternak dalam mengelola usaha ternaknya (Sanmorino, 2018).

Peternak memanfaatkan teknologi informasi seperti internet dan media sosial untuk mendapatkan informasi maupun membuat komunitas. Dampak penggunaan teknologi informasi (TI) telah mendapatkan relevansi baru-baru ini dalam cara memfasilitasi komunikasi di sektor pertanian. Petani dapat berbagi inovasi dan pengetahuan di

samping memecahkan masalah melalui media sosial, atau penggunaan Internet lainnya. Internet menjadi cara yang efektif untuk mengatasi hambatan tersebut. Internet memungkinkan petani untuk berbagi pengalaman mereka, yang secara tradisional akan melalui gerbang pertanian, melalui YouTube, forum web, dan grup online. Pencarian informasi dilakukan melalui internet karena hal tersebut merupakan cara yang efektif karena tidak terbatas oleh jarak dan waktu (Burbi & Hartless Rose, 2016).

Media sosial selain digunakan sebagai sumber informasi juga digunakan sebagai media pemasaran produk hasil peternakan. Hal tersebut juga dilakukan dalam pengembangan budidaya produk untuk tani ternak yaitu dengan cara melakukan inisiasi dengan pengenalan produk ke masyarakat yang dilakukan dengan pembuatan media sosial khusus untuk paguyuban kelompok (Widianingrum dkk., 2021).

Media sosial sangat cocok untuk mengidentifikasi masalah pertanian yang muncul dan memandu penyuluhan dan penjangkauan langsung ke daerah yang terkena dampak. Selain masalah pertanian, media sosial juga cocok untuk mengidentifikasi masalah peternakan dan membantu penyuluhan (Zipper, 2018). Penggunaan media sosial dapat memiliki dampak positif antara lain menghemat biaya dan waktu, diskusi yang dilakukan antar peternak juga tidak terbatas oleh jarak dan waktu. Teknologi informasi juga berpotensi dimanfaatkan oleh peternak sebagai media untuk kegiatan transaksi, komunikasi, diskusi dan bukan hanya sebagai sumber informasi saja (Muharam dan Persada, 2020).

Pengamatan tentang pemanfaatan internet pada pelaku usaha ternak sapi perah dilakukan di Kelompok Tani Ternak Rejeki Barokah Desa Bringin Kecamatan Wajak Kabupaten Malang. Kabupaten Malang merupakan salah satu Kawasan Peternakan Sapi Perah Nasional berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 43 tahun 2015 tentang Penerapan Kawasan Sapi Potong, Kerbau, Kambing, Domba, dan Babi Nasional (Amam dan Soetriono, 2020).

Indonesia memiliki populasi sapi perah 568.265 ekor dengan produksi 996.442ton susu segar. Jumlah produksi itu hanya mampu memenuhi 20 persen dari total kebutuhan susu nasional yang mencapai 4,332 juta ton (Badan Pusat Statistik, 2020). Informasi mengenai inovasi yang sering diterima peternak berasal dari beberapa sumber antara lain dinas pertanian, penyuluh, kelompok ternak, peternak lain, keluarga, maupun media massa (Mulatmi dkk., 2016). Pengembangan usaha ternak sapi perah meliputi bertambahnya pendapatan, bertambahnya populasi ternak sapi perah yang dipelihara, bertambahnya tenaga kerja yang dibayar, dan bertambahnya kandang (Amam dkk., 2019).

Penelitian ini penting dilakukan karena sejak pandemi *Covid-19* yang merubah tatanan dan cara hidup masyarakat salah satunya maraknya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi seperti penggunaan internet dan media sosial. Penggunaan internet dan media sosial juga bermanfaat untuk memajukan usaha ternak jika dimanfaatkan secara maksimal oleh peternak, sehingga pada penelitian ini dibahas tentang bagaimana para peternak dari kelompok ternak Rejeki Barokah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dan efeknya untuk mereka dan usaha ternak yang mereka jalankan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori *Use and Effect*

Berdasarkan Daryanto dan Muljo Rahardjo (2016) teori use and effect merupakan teori yang dikemukakan oleh Sven Windahl yaitu teori yang merupakan sintesis pendekatan dari teori uses and gratification dan teori tradisional mengenai efek. Konsep 'use' (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting yang merupakan pokok dari penelitian ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya.

2.1.2. Pemanfaatan Internet dan Media Sosial di Bidang Pertanian dan Peternakan

Berdasarkan Kusumadinata (2016) penggunaan internet telah berkembang tidak hanya pada aplikasi berbasis informasi namun juga kepada penggunaan pada transaksi jual beli. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet merupakan media yang memiliki nilai jual terhadap produk terutama dalam kapasitas tanaman sayuran. Petani merupakan salah satu bagian dari profesi yang memiliki fungsi dalam menciptakan produk. Petani adalah bagian dari pengguna yang seharusnya dapat mengadopsi perkembangan teknologi yang berbasis media.

2.1.3. Faktor Kebutuhan Penggunaan Media Sosial

Bernal dalam Suryantini (2003) mengemukakan bahwa, sebagai seorang pengguna informasi, maka kebutuhan informasi pengguna dipengaruhi oleh (1) subyek bidang keahliannya, dan (2) fungsi pengguna, jadi untuk apa informasi digunakan, apakah untuk menambah pengetahuan, untuk melengkapi informasi yang diperoleh, atau untuk menerapkan informasi tersebut.

Berdasarkan Elian, dkk (2014) faktor yang berhubungan nyata dengan tingkat penggunaan internet adalah karakteristik penyuluh (umur dan ketersediaan alat teknologi komunikasi) dan kebutuhan informasi penyuluh (informasi teknologi produksi, pemasaran dan iklim). Pemanfaatan informasi oleh penyuluh pertanian adalah disimpan untuk pribadi, dibagikan ke sesama penyuluh dan disebar kepada petani sebagai materi penyuluhan. Lebih dari separuh responden memanfaatkan informasi untuk didiskusikan ke sesama penyuluh, berikutnya disebar ke petani dan disimpan untuk pribadi.

2.1.4. Sapta Usaha Peternakan Sapi Perah

Berdasarkan Ali dan Rois Arifin (2019) sapta usaha peternakan meliputi tujuh komponen yang menunjang keberhasilan usaha peternakan yang utama meliputi seleksi dan penggunaan bibit, bakalan dan indukan yang baik, pemberian pakan yang bergizi dan

mencukupi kebutuhan nutrisi baik protein dan energinya, manajemen perkandangan dan pemeliharaan yang baik, manajemen perkembangbiakan dan perkawinan yang tepat, pencegahan dan penanganan penyakit dengan benar, penanganan panen dan sistem pemasaran.

2.1.5. Efek Penggunaan Internet dan Media Sosial

Berdasarkan Nur (2021) pengaruh media massa meliputi tiga aspek; Pertama, aspek kognitif, yang artinya dari tidak tahu menjadi tahu. Contohnya seseorang yang berada di dalam rumah tidak akan mengetahui sesuatu peristiwa yang terjadi di luar, namun dengan adanya media massa seseorang menjadi tahu peristiwa yang sedang atau telah terjadi di luar rumah, luar daerah, bahkan luar negeri. Melalui media massa, seseorang memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah dikunjungi secara langsung. Kedua, aspek afektif yang berarti dari tidak suka menjadi suka. Pada aspek ini juga dapat meningkatkan atau menurunkan dukungan moral. Ketiga, aspek konatif yaitu merubah sikap dan perilaku.

2.1.6. Pengetahuan Peternak dari Sumber Informasi di Internet dan Media Sosial

Teori Bloom dalam Levis (2013) menyebutkan bahwa pengetahuan merupakan tahap awal terjadinya persepsi, yang kemudian melahirkan sikap dan pada gilirannya melahirkan perbuatan atau tindakan. Pengetahuan yang baik terhadap suatu hal akan mendorong terjadinya perubahan perilaku pada diri individu (petani). Pengetahuan tentang manfaat suatu hal akan menyebabkan seseorang bersikap positif terhadap hal tersebut, demikian sebaliknya. Pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai tingkatan antara lain tahu atau yang diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya.

2.1.7. Peningkatan Skala Usaha Peternakan

Berdasarkan Amam, dkk (2019) Indikator pengembangan usaha yang berpengaruh terhadap SDM peternak sapi perah antara lain adalah bertambahnya pendapatan peternak, bertambahnya tenaga kerja, dan bertambahnya kandang. Keputusan peternak untuk meningkatkan skala usaha ternaknya dipengaruhi secara positif signifikan oleh tingkat keterlibatan tenaga kerja keluarga dan harapan peternak dan keterampilan tenaga kerja yang disertai motivasi, berpengaruh nyata terhadap produktivitas usaha sehingga peternak perlu melakukan efisiensi biaya produksi seperti penggunaan pakan dan obat-obatan. Pengembangan usaha di lokasi penelitian oleh Amam dan Harsita yaitu meliputi bertambahnya pendapatan, bertambahnya tenaga kerja, dan bertambahnya kandang berdampak pada penurunan motivasi peternak. Semakin besar investasi yang peternak keluarkan untuk usaha ternak sapi perah, maka semakin besar juga risiko kegagalan bisnis yang mungkin peternak terima.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan Sujana dan Ibrahim (1989) dalam Soendari (2012) penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan data primer yang diperoleh dari survey ke lapangan dan data sekunder dari literatur yang telah ada. Proses pengumpulan data dari survey dilakukan dengan metode kuesioner yang berupa daftar pertanyaan dengan wawancara langsung.

Lokasi Penelitian dilakukan di Desa Bringin Kecamatan Wajak Kabupaten Malang dengan peternak sapi perah yang tergabung dalam kelompok ternak Rejeki Barokah. Waktu penelitian adalah selama tiga bulan dimulai dari bulan Januari sampai bulan Maret 2022.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam (*In Depth Interview*) terhadap informan sebagai data primer dan observasi secara langsung dengan objek yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder dari penelitian ini didapatkan dari literatur yang telah ada seperti jurnal, buku dan sumber informasi dari website yang terpercaya. Metode pengambilan sampel dilakukan secara sengaja atau purposive sampling yaitu dengan pertimbangan tempat Kabupaten Malang yang memiliki jumlah populasi ternak terbesar ketiga di Jawa Timur setelah Kabupaten Pasuruan dan Kota Batu (BPS, 2018) dan Kecamatan Wajak memiliki populasi ternak sapi perah sejumlah 2826 berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2019). Salah satu Desa di Wajak adalah Desa Bringin dan peternak disana memiliki kelompok ternak bernama Kelompok Ternak Rejeki Barokah. Responden yang digunakan adalah pengurus kelompok ternak, penyuluh dan inseminator dari kelompok ternak tersebut serta beberapa anggota dari kelompok ternak sampai mendapatkan titik jenuh data yang diperoleh secara *snowball sampling*.

Analisis data adalah bagian dari penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memproses kumpulan sekelompok data agar mendapatkan informasi. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data model Miles dan Huberman. Ada 3 tahap dalam model analisis Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pemanfaatan Media Sosial

Penggunaan whatsapp dari seluruh anggota kelompok ternak adalah untuk menerima panggilan dan pesan prioritas berikutnya adalah untuk membalas panggilan dan pesan setelah itu melihat informasi di grup Whatsapp dan membuka story Whatsapp. Alasan peternak menjadikan menerima panggilan dan pesan di whatsapp sebagai prioritas utama dalam pemakaian whatsapp adalah para peternak menganggap hal tersebut merupakan hal yang penting dikarenakan mereka khawatir jika dalam panggilan atau pesan tersebut ada sesuatu yang penting yang ingin disampaikan oleh pengirim sehingga mereka perlu menerimanya lalu membalasnya. Melihat informasi di grup Whatsapp dan membuka menu story Whatsapp menjadi prioritas ketiga dan keempat karena para peternak melakukan hal tersebut saat ada waktu yang luang dan tidak selalu setiap saat seperti saat menerima panggilan dan pesan.

Prurukan dalam penggunaan facebook bermacam-macam ada yang skala prioritas utamanya mencari informasi di facebook alasanya antara lain adalah karena mereka mudah menemukan informasi hanya dengan menggeser-geser beranda sedangkan kebanyakan mengupload konten peternakan menjadi prioritas terakhir karena ada yang beralasan tidak percaya diri untuk mengunggah konten namun ada juga peternak yang menjadikan mengunggah konten menjadi prioritas kedua karena mereka ingin bertanya sesuatu yang mereka belum tahu dan ingin langsung ada yang menanggapi di komentar. Sedangkan transaksi jual beli banyak menjadi skala prioritas kedua dan ketiga karena mereka menggunakan fitur tersebut ketika sedang membutuhkan saja misalnya menjual sapi afkir dan mencari kebutuhan ternak seperti vitamin, obat-obatan dan terkadang juga makanan.

Penggunaan browser oleh anggota kelompok ternak ada yang sering dan ada yang kadang-kadang. Peternak yang sering menggunakan browser sebagai mesin pencari informasi karena mereka sudah memiliki kata kunci dari informasi yang ingin mereka cari sedangkan yang kadang-kadang menggunakan browser adalah peternak yang kurang mengetahui informasi apa yang ingin mereka cari sehingga mereka tidak tahu kata kuncinya dan banyak mengandalkan informasi yang ada di grup. Penggunaan youtube oleh para anggota kelompok ternak Rejeki Barokah cukup tinggi beberapa peternak merasa lebih mudah menggunakan youtube karena biasanya informasi yang dipaparkan berupa video bukan hanya gambar atau tulisan. Selain itu para peternak menggunakan youtube juga untuk hiburan bukan hanya untuk mencari informasi seputar peternakan melainkan juga untuk hiburan.

4.2 Faktor Penggunaan Media Sosial

1. Pekerjaan

Pekerjaan menjadi salah satu faktor penggunaan media sosial seperti penyuluh dan petugas IB yang lebih banyak menggunakan media sosial sebagai sumber informasi untuk kemudian dibagikan kepada anggota kelompok yang berprofesi sebagai peternak. Pekerjaan juga menjadi faktor dari jenis informasi yang dicari seperti penyuluh bukan hanya mencari informasi terkait peternakan saja melainkan juga informasi seperti cara penyampaian materi yang baik agar mudah diterima informasi terkait kebijakan pemerintah sementara anggota yang berprofesi sebagai peternak lebih banyak berbagi dan mencari informasi terkait peternakan.

2. Kebudayaan

Kebudayaan yang berubah seiring dengan perkembangan zaman membuat peternak mulai menggunakan teknologi untuk mengakses sumber informasi peternakan terbaru, dari sebelumnya yang hanya tergantung dari sesama peternak anggota kelompok para peternak mulai mencari informasi dari sumber yang lain seperti dari internet dan media sosial. Inovasi-inovasi terbaru yang mudah dilihat melalui media sosial membuat peternak semakin termotivasi untuk ikut berinovasi untuk memajukan usahanya.

3. Kepribadian

Kepribadian anggota kelompok ternak Rejeki Barokah ada yang extrovert maupun introvert kepribadian extrovert cenderung menyenangi interaksi baik dalam pertemuan secara langsung maupun dalam grup daring, sementara kepribadian introvert yang cenderung tidak suka bergaul dengan banyak orang akan lebih pasif di grup secara langsung namun akan lebih nyaman menggunakan internet dan media sosial karena

tidak perlu berinteraksi secara langsung dengan orang lain. Kepribadian Sensing banyak ditemui pada anggota kelompok ternak Rejeki Barokah namun ada juga anggota yang memiliki kepribadian intuition, selain dimiliki beberapa anggota kelompok kepribadian intuition juga dimiliki oleh penyuluh dan inseminator. Kepribadian Sensing banyak ditemui pada anggota kelompok ternak Rejeki Barokah namun ada juga anggota yang memiliki kepribadian intuition, selain dimiliki beberapa anggota kelompok kepribadian intuition juga dimiliki oleh penyuluh dan inseminator. Selanjutnya ada kepribadian judging ada juga yang memiliki kepribadian perceiving ada yang merencanakan untuk terus memelihara sapi perah dan tidak goyah walaupun ada usaha ternak lain yang lebih menarik ada juga yang suka mencoba usaha yang lain yang terlihat lebih menarik diluar dari rencana mereka.

4. Tingkat Kesadaran Seseorang

Kesadaran informasi anggota kelompok ternak Rejeki Barokah beberapa ada yang cukup tinggi hal tersebut dapat dilihat dari sikap anggota yang selalu ingin tahu dan keaktifan anggota saat dilakukan penyuluhan, selain itu anggota kelompok ternak Rejeki Barokah juga memastikan kembali terkait informasi yang mereka dapatkan terhadap sesama peternak maupun kepada penyuluh. Kesadaran anggota kelompok ternak Rejeki Barokah dalam penggunaan internet dan media sosial juga karena disebabkan jenis kelamin, umur dan tingkat Pendidikan yang berbeda.

5. Jenis Kelamin

Dalam pencarian informasi di kelompok ternak Rejeki Barokah anggota yang berjenis kelamin wanita lebih aktif bertanya secara langsung kepada sesama peternak maupun kepada penyuluh sedangkan anggota yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak menggunakan media sosial dan internet untuk mencari informasi mengenai peternakan daripada anggota wanita.

6. Usia

Usia menjadi salah satu faktor penggunaan media sosial yaitu terhadap durasi penggunaan media sosial dan tujuan penggunaan media sosial, selain sebagai sumber informasi dan komunikasi anggota kelompok ternak Rejeki Barokah dengan rentang usia yang lebih muda juga memanfaatkan media sosial sebagai entertainment atau hiburan. Anggota kelompok ternak Rejeki Barokah dengan rentang usia yang lebih muda juga memiliki semangat yang lebih dalam mencari informasi agar tidak ketinggalan informasi yang terupdate namun hal tersebut juga berdasarkan faktor dari pekerjaan dan pendidikan yaitu walaupun dengan usia yang lebih tua penyuluh dan inseminator yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan pekerjaan yang berbeda dari anggota kelompok ternak lebih detail dan semangat dalam mencari informasi dan halhal baru melalui internet dan media sosial untuk menambah pengetahuan mereka.

7. Ketersediaan Waktu

Ketersediaan waktu juga menjadi faktor penggunaan media sosial oleh peternak anggota kelompok ternak Rejeki Barokah dikarenakan para peternak setiap harinya juga disibukkan dengan kegiatan mencari rumput dan bekerja di kebun namun di sela kesibukan tersebut mereka juga masih memiliki waktu luang untuk mengakses media. Peningkatan waktu penggunaan internet sebelum dan sesudah pandemi adalah sekitar 1 jam. Rata-rata penggunaan internet setelah pandemi adalah 3,5 jam sedangkan sebelum pandemic rata-rata penggunaan internet adalah 2,5 jam. Hal tersebut dikarekakan para anggota kelompok ternak lebih banyak menghabiskan waktu di rumah daripada di luar rumah pada saat pandemic terjadi.

8. Akses

Akses anggota kelompok ternak Rejeki Barokah terhadap media sosial cukup mudah karena para anggota kelompok ternak semuanya memiliki smartphone sebagai alat untuk mengakses informasi melalui media sosial. Selain dengan menggunakan smartphone ada juga laptop untuk mengakses informasi melalui internet dan media sosial dan untuk menyampaikan informasi saat pertemuan penyuluhan kelompok ternak. Rata-rata anggota kelompok ternak memiliki jaringan internet dari paket data dan wifi untuk mengakses internet.

9. Biaya

Biaya menjadi salah satu faktor dari penggunaan media sosial yaitu perbandingan banyak biaya yang dikeluarkan terhadap seberapa jauh dan seberapa banyak informasi yang diperoleh. Anggota komunitas dalam memenuhi kebutuhan informasi juga memperhatikan berapa biaya yang akan dikeluarkan untuk sebuah informasi. Dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui media sosial, anggota kelompok ternak Rejeki Barokah rata-rata menggunakan Wifi yang memiliki biaya Rp 100.000,- per bulan yang dianggap cukup terjangkau oleh para anggota karena setiap anggota kelompok tersebut memiliki fasilitas wifi di rumahnya masing-masing.

10. Informasi yang Berlebih

Informasi yang berlebih menjadikan mereka lebih sulit memilah mana informasi yang paling dibutuhkan sehingga menghambat mereka juga dalam penyerapan pengetahuan dan menghambat reaksi yang apa yang akan dilakukan terhadap informasi tersebut. Informasi yang berlebih itu terjadi ketika peternak menerima informasi secara terus menerus dalam suatu waktu yang sempit baik informasi dengan tema yang sama atau berbeda dan hal tersebut dapat memicu dampak yang buruk untuk pengambilan keputusan terhadap informasi tersebut.

4.3 Kepentingan Penggunaan Internet

1. Sumber Informasi

Penggunaan media sosial dan internet oleh anggota kelompok ternak Rejeki Barokah dalam penelitian ini utamanya adalah untuk memperoleh informasi mengenai peternakan pada saat pandemi Covid-19. Dalam memperoleh informasi, informasi dalam bentuk video menjadi salah satu bentuk informasi yang paling disukai oleh anggota kelompok ternak Rejeki Barokah sedangkan bentuk informasi yang lain menjadi urutan kedua ketiga dan keempat yang disukai.

2. Hiburan

Fungsi media sosial selain untuk mendapatkan informasi hal lain yang juga didapatkan dari penggunaan media sosial dan internet adalah sebagai hiburan atau kesenangan, seperti penggunaan youtube selain sebagai sumber informasi juga berfungsi sebagai media untuk hiburan.

3. Komunikasi

Penggunaan media sosial selain sebagai sumber informasi dan hiburan bagi anggota kelompok ternak Rejeki Barokah juga sebagai komunikasi terlebih saat adanya pandemi Covid-19 ini media sosial menjadi sarana komunikasi yang utama karena komunikasi secara langsung dibatasi akibat dari adanya pandemi.

4. Transaksi

Beberapa peternak ada yang melakukan jual beli di media sosial dan marketplace walaupun penjual produk ternak dibatasi misalnya penjualan hewan hidup yang dilarang

di marketplace dan hanya boleh menjual produk jadi misalnya susu yang telah diolah menjadi susu kemasan siap minum. Sedangkan transaksi pembelian yang ada di media sosial pembayarannya biasanya dilakukan secara Cash On Delivery (COD) sedangkan jika pembelian dilakukan melalui Marketplace bisa melalui internet banking atau transfer.

4.4 Dampak Penggunaan Media Sosial

1. Aspek Kognitif

Terjadi perubahan terhadap aspek kognitif anggota yang menggunakan internet yaitu dari tidak tahu menjadi tahu. Contohnya adalah peternak sebelumnya tidak tahu mengenai kemudahan mendapat informasi melalui internet namun setelah menggunakan internet mereka tahu bahwa mendapatkan informasi dengan mengakses internet menjadi lebih mudah.

2. Aspek Afektif

Efek afektif juga didapatkan dari peternak yang menggunakan media sosial karena setelah mereka menggunakan media sosial yang awalnya mereka kesulitan beradaptasi atau belajar menggunakan teknologi mereka merasa terbantu dan lebih mudah sehingga menyukai penggunaan media sosial.

3. Aspek Konatif

Efek konatif dari penggunaan media sosial oleh peternak anggota kelompok ternak rejeki barokah yaitu sikap dan perilaku seseorang untuk melakukan pekerjaannya seperti penggunaan media sosial yang terus menerus karena merasa media sosial menjadi suatu bagian dari kebutuhan.

4. Aspek Psikomotorik

Efek psikomotorik pada anggota kelompok ternak Rejeki Barokah akibat penggunaan media sosial terjadi seperti pengambilan keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu dari apa yang dilihat di media.

5. Pengetahuan

Peternak anggota kelompok ternak rejeki barokah juga memperoleh pengetahuan melalui media sosial, namun ada beberapa untuk mengambil sikap dalam menyikapi pengetahuan baru tersebut peternak memastikan terlebih dahulu informasi tersebut kepada penyuluh apakah menguntungkan atau tidak sehingga bisa diterapkan ke ternak.

6. Peningkatan Skala Usaha Peningkatan skala usaha salah satu tandanya adalah bertambahnya tenaga kerja ada peternak yang jumlah tenaganya meningkat saat pandemi Covid-19 dikarenakan anaknya yang biasa sekolah luring menjadi daring sehingga saat dirumah saja bisa membantu mengurus ternak. Selain faktor tersebut peternak anggota kelompok rejeki barokah juga termotivasi untuk meningkatkan pendapatannya dengan meningkatkan jumlah produksi susu setiap harinya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pemanfaatan internet oleh kelompok ternak Rejeki Barokah saat pandemi Covid-19 diantaranya adalah penggunaan internet dan media sosial untuk berkomunikasi antar peternak, melakukan transaksi, sebagai hiburan dan sebagai sumber informasi. Berdasarkan faktor penggunaan yang berbeda diantara para anggota kelompok ternak Rejeki Barokah bentuk pemanfaatan dan dampak penggunaan media yang dihasilkan juga berbeda. Beberapa anggota masih menganggap penyuluhan rutin yang diadakan

dari dinas sebagai sumber informasi utama namun ada juga beberapa anggota yang memanfaatkan internet dan media sosial sebagai sumber informasi utama setelah penyuluhan rutin yang dilaksanakan dari dinas.

Dampak peningkatan skala usaha selama pandemi Covid-19 belum bisa diamati secara pasti dalam penelitian ini karena peningkatan skala usaha juga dapat diakibatkan oleh banyak faktor selain pemanfaatan internet dan harus dilihat perkembangannya dalam masa yang lebih panjang agar lebih akurat namun dampak penggunaan internet dan media sosial berupa efek kognitif, afektif, konatif dan psikomotorik ada pada beberapa anggota kelompok ternak Rejeki Barokah.

Sebaiknya bagi peternak yang belum menggunakan internet dan media sosial secara maksimal dapat memanfaatkan dengan sebaik mungkin fitur yang ada untuk memajukan usaha peternakannya. Selanjutnya diharapkan ada penelitian tentang pengaruh penggunaan media sosial bagi peternak terhadap peningkatan skala usaha peternakan dengan jangka waktu yang lebih panjang dan dalam penelitian kuantitatif agar hasilnya dapat terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, U., & Rois Arifin. (2019). Pembinaan Sapta Usaha Peternakan Kambing Jawarandu Desa Pambon, Brondong, Kabupaten Lamongan. *Jurnal Akses (JAPI) Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*, 4(1).
- Amam, A., & Soetriono, S. (2020). Peranan Sumber Daya Terhadap Sdm Peternak Dan Pengembangan Usaha Ternak Sapi Perah Di Kawasan Peternakan Sapi Perah Nasional (Kpspn). *Jurnal Peternakan Indonesia (Indonesian Journal of Animal Science)*, 22(1), 1–10.
- Amam, A., Jadmiko, M. W., Harsita, P. A., & Poerwoko, M. S. (2019). Model pengembangan usaha ternak sapi perah berdasarkan faktor aksesibilitas sumber daya. *Jurnal Sains Peternakan Indonesia*, 14(1), 16–19.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Populasi Sapi Perah menurut Provinsi (Ekor), 2019–2021.
- Burbi, S., & Hartless Rose, K. (2016). The Role of Internet and SocialMedia in The Diffusion Of Knowledge And Innovation Among Farmers. In 12th European International Farming Systems Association (Ifsa) Symposium, Social and Technological Transformation of Farming Systems: Diverging and Converging Pathways, 12-15 July 2016, Harper Adams University, Newport, Shropshire, Uk . *International Farming Systems Association (Ifsa) Europe*.
- Daryanto, & Muljo Rahardjo. (2016). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Elian, N., Lubis, D. P., & Rangkuti, P. A. (2014). Penggunaan internet dan pemanfaatan informasi pertanian oleh penyuluh pertanian di Kabupaten Bogor Wilayah Barat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 12(2), 104–109.
- Kusumadinata, A. A. (2016). Penggunaan Internet di kalangan petani sayur dalam memperoleh informasi pertanian di kabupaten Cianjur. *IJAE (Jurnal Ilmu Ekonomi Pertanian Indonesia)*, 7(1), 13–24.
- Levis, L. R. (2013). *Metode Penelitian Perilaku Petani*. Yogyakarta: Ledalero.

- Muharam, M., & Persada, A. G. (2020). Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Guna Meningkatkan Jangkauan Pasar (Studi Kasus: Desa Sumberejo). *Automata*, 1(2).
- Mulatmi, S. N. W., Guntoro, B., Widyobroto, B. P., Nurtini, S., & Pertiwiningrum, A. (2016). Strategi Peningkatan Adopsi Inovasi Pada Peternakan Sapi Perah Rakyat Di Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. *Buletin Peternakan*, 40(3), 219–227.
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1).
- Rohmah, N. N. M. (2020). Media Sosial sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses and Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
- Sanmorino, A. (2018). Pemanfaatan Teknologi Informasi Berupa Web Based Application Pada Sektor Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 1(1).
- Suryantini H. (2003). Kebutuhan Informasi Dan Motivasi Kognitif Penyuluh Pertanian Serta Hubungannya Dengan Penggunaan Sumber Informasi (Kasus Di Kabupaten Bogor, Jawa Barat). *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 12(2), 33–41.
- Soendari, T. (2012). *Metode Penelitian Deskriptif*. Bandung: UPI.
- Widaningrum, D. C., Dewi, N., Fanata, W. I. D., & Sholikhah, U. (2021). Pengembangan Budidaya Azolla Mycrophilla Sebagai Alternatif Pakan Ternak Dan Pemanfaatannya Sebagai Pupuk Bio Organik di Wilayah Masyarakat Desa Baletbaru, Sukowono. *Jurnal Abdimas Madani Dan Lestari (Jamali)*, 2(3), 11–19.
- Zipper, S. C. (2018). Agricultural research using social media data. *Agronomy Journal*, 110(1), 349–358.