

**PERAN KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL FACEBOOK DALAM
MEMASARKAN HASIL PANEN PERTANIAN DARI PETANI
DESA TOUURE KECAMATAN TOMPASO BARAT
KABUPATEN MINAHASA**

Yosua Jonatan Mokal¹, Joanne Pingkan M. Tangkudung², Stefi H. Harilama³

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sam Ratulangi, Jln. Kampus Bahu, 95115, Indonesia

Email: yosuamokalu44@gmail.com

Abstract

Integration of social media has become a trend in trading (marketing) in the era of revolution 4.0. It is realized that the role of social media is quite significant in being competitive today, especially in responding to the challenges of the times, social media is a powerful way to compete in the world of marketing, as is the case with marketing the harvests of farmers in Touure Village, West Tompaso District, Minahasa Regency. The Facebook platform is used as a platform for selling agricultural products, because the online market is more guaranteed and the transaction process for harvests is faster for farmers, but in implementing Facebook social media in selling harvests, sometimes obstacles arise that give farmers anxiety, such as there are have agreed with the initial negotiations that they will not be paid according to the agreed negotiation results. The purpose of writing this article is to find out the role of Facebook social media communication in marketing agricultural harvests from farmers in Touure Village, West Tompaso District, Minahasa Regency. The research method used in this research is qualitative research using an interview approach and through literature study. The results obtained in this research show that the role of social media Facebook in marketing farmers' harvests can be seen from the increase in profits obtained by farmers in terms of increasing efficiency and turnover of farmers through a significant reduction in transportation costs and time for agricultural products from existing farmers.

Keywords: Role of Communication, Facebook Social Media, Marketing, Agriculture

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISPOL – UNSRAT

² Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISPOL – UNSRAT

³ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISPOL – UNSRAT

Abstrak

Integrasi dari media sosial menjadi trand dalam berdagang (marketing) di era revolusi 4.0. Disadari bahwa peran dari media sosial cukup signifikan diperhitungkan dalam berdaya saing saat ini, apalagi dalam menjawab tantangan zaman, media sosial adalah cara yang ampuh dalam bersaing didunia marketing, seperti halnya juga dengan memasarkan hasil panen dari para petani yang ada di Desa Toure Kecamatan Tompaso Barat Kabupaten Minahasa. Platform facebook dijadikan wadah untuk menjual hasil pertanian, dikarenakan pasar online lebih menjamin dan proses transaksi dari hasil panen lebih cepat dirasakan oleh para petani, tapi dalam mengimplementasikan media sosial facebook dalam menjual hasil panen, terkadang hambatan yang muncul memberikan keresahan bagi petani, seperti ada yang telah sepakat dengan negosiasi awal tidak dibayarkan sesuai dengan hasil nego yang disepakati. Tujuan Penulisan dalam artikel ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran komunikasi media sosial facebook dalam memasarkan hasil panen pertanian dari petani Desa Toure kecamatan Tompaso Barat Kabupaten Minahasa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan wawancara dan melalui studi literatur. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini didapatkan bahwa peran media sosial facebook dalam memasarkan hasil panen dari petani terlihat dari bertambahnya keuntungan yang diperoleh dari petani dalam hal meningkatkan efisiensi dan omset dari petani melalui pengurangan biaya transportasi dan waktu yang signifikan terhadap hasil pertanian dari petani yang ada.

Kata-kata Kunci: Peran Komunikasi, Media Sosial Facebook, Memasarkan, Pertanian

PENDAHULUAN

Kehidupan dari manusia telah banyak dipengaruhi dengan hadirnya wajah *information technology* (teknologi informasi). Teknologi informasi memiliki peranan dalam berbagai sektor kehidupan yang dapat dipahami karena di dalam teknologi menyokong berbagai kebutuhan yang dimiliki oleh manusia yang berdampak positif dan negatif. Pemanfaatan Teknologi informasi pada hal yang positif tentu akan mendapat banyak dukungan dari berbagai pihak (author). (Diah Ajeng Purwani, 2021)

Transisi teknologi yang semakin maju, setiap orang tidak bisa terhindar dari kemajuan teknologi, teknologi termasuk mempengaruhi segala aspek kehidupan, dan teknologi dibuat supaya memudahkan manusia. Teknologi adalah alat yang instan dalam menyampaikan suatu berita, informasi bahkan pun kabar yang membuat jauh menjadi dekat. (Cahya Purnama Asri, 2021) Tetapi, teknologi informasi menjadi pemicu suatu cara baru dalam kehidupan, yang dikenal dengan perubahan sosial pada masyarakat. Bukti sejarah yang bisa terlihat jelas yaitu dulu setiap masyarakat yang ingin berkomunikasi dengan seseorang yang jauh harus mengirim surat ke pos tetapi berbeda dengan dunia sekarang di mana perkembangan teknologi, masyarakat dapat mudah berkomunikasi dengan orang yang jauh hanya menggunakan via telepon (Handphone). (Totok Haryanto dan Siti Nur Azizah, 2021)

Di era 4.0 bahkanpun globalisasi adanya keterbukaan informasi, seperti halnya media sosial yang tidak dapat lagi dilepaskan dari kehidupan manusia. (Wulan Ayodya, 2022) Informasi yang dibutuhkan oleh kalangan masyarakat dibidangnya tertentu, seperti para masyarakat daerah yang mayoritas berprofesi

sebagai petani. Petani di dalam pengelolaan usaha tani dapat beragam sesuai dengan komoditas usaha tani khususnya komoditi tanaman tomat, cabe, bawang, kacang merah dan juga hasil pertanian lainnya. Secara garis besar, informasi pada bidang pertanian secara luas dapat dikategorikan pada beberapa sub kegiatan dalam usaha untuk Bertani. Informasi pertanian tersebut berupa teknologi dan inovasi produksi, pengolahan hasil pertanian, pemasaran hasil, iklim dan cuaca, permintaan/penawaran dan permodalan. (Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa, 2017) Beberapa informasi pertanian tersebut, dapat di akses melalui media komunikasi yang tersedia disekitar petani, dalam memperoleh informasi petani dapat memanfaatkan media komunikasi termasuk facebook.

Media komunikasi merupakan saluran komunikasi yang dapat menyampaikan pesan berupa informasi yang diperlukan. Media komunikasi dapat berupa media komunikasi interpersonal dan personal. (Akh. Muwafik Saleh, 2021) Selain pertimbangan tersebut, usaha tani yang diusahakan dengan jenis komuditas yang berbeda antara petani satu dengan petani lainnya dapat menjadi pertimbangan dalam memilih media komunikasi. Salah satu contohnya adalah media sosial facebook. (Neil Parkin dan Peter Abraham, 2021)

Media sosial facebook adalah solusi alternatif dalam mempercepat diseminasi informasi apapun. Media sosial facebook juga telah menjadi cara baru bagi masyarakat dalam berkomunikasi tanpa meninggalkan batasan waktu, tempat dan biaya. Adanya transisi perubahan penggunaan media yang bersifat konvensional (tatap muka) menjadi digital seperti ini bisa mempermudah petani dan peyuluh pertanian dalam memanfaatkan platform media sosial facebook untuk mempromosikan dan memasarkan hasil panen dari para petani. Mengam perubahan ini menjadi sebuah tuntutan zaman sekarang, karena adanya peluang bisnis berbasis digital sehingga platform media sosial dianggap sebagai sebuah cara baru dalam memasarkan apa yang bisa dijual supaya dapat menghasilkan uang termasuk hasil panen dari petani. (Andri Feriyanto dan Endang Shyta Triana, 2022)

Proses pemasaran (marketing) menggunakan media sosial ini adalah sebuah gagasan pergerakan dari tradisional ke digital. Yang artinya cara komunikasi bisnis saat ini telah memasuki level dan menyentuh dunia public yang telah mengutamakan pemanfaatan digitalisasi yang dipandang relevan saat ini. Selaras dengan yang dikatakan oleh Howard Tullman: *“Dewasa ini, dunia teknologi bergerak begitu begitu cepat sehingga setiap perubahan mempercepat perubahan berikutnya. Menjadi penting dilingkungan seperti itu (pertanian) untuk memiliki garis dasar dan titik referensi guna membantu petani dalam menemukan jalan memasarkan hasil panen kedepan. Media sosial facebook adalah pengetahuan dan peluang yang baru yang akan menjadi titik awal dan sumber daya yang berharga untuk semua orang yang mencoba menciptakan serta memahami masa depan yang mengutamakan ranah digital yang bersifat mobile.”* (Rulli Nasrullah, 2021)

Fitur grup dalam facebook mempermudah para petani di desa Toure Kecamatan Tompas Barat yang adalah pengguna dalam memasarkan hasil panennya. Akan

tetapi ada beberapa masalah yang muncul yang mempengaruhi komunikasi antara produsen (petani) dan konsumen. Antara lain, konsumen terkadang banyak yang menipu dengan cara tidak menyetujui negosiasi awal yang telah disahkan pada saat komunikasi via Massanger dengan proses transaksi (pembayaran) via konvensional (langsung), dan juga ada beberapa petani yang kurang memahami dalam mengoprasikan atau menggunakan media sosial platform facebook, sehingga harus menunggu salah satu anggota keluarga yang tau mengoprasikan platform facebook, yang padahal hasil panen sudah selesai dipanen dari siang hari dan bisa langsung dipasarkan secara digital melalui postingan pribadi bahkanpun digrup jual beli hasil pertanian yang ada di facebook. Dan masalah juga yang muncul adalah banyak petani yang tidak terlalu paham dalam bernegosiasi dalam ranah digital karena dasarnya pendidikan digital bukanlah ruang bagi para petani dalam memasarkan hasil panen dari petani.

METODE PENELITIAN

Tulisan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan wawancara dan studi kepustakaan (library re-search) dilakukan dengan mengumpulkan data pustaka dengan membaca kemudian dikembangkan dengan bahan yang ada menjadi sebuah penelitian.(Mokalu & Boangmanalu, 2021) Penulis meneliti dengan membaca langsung teks dan bukan dengan pengetahuan langsung yang di dapat melalui kerja lapangan sehingga ini juga bisa disebut sebagai sumber sekunder di mana peneliti menemukan data dari tangan kedua dan bukan data dari orisinal tangan pertama dilapangan dan menggunakan metode penelitian kualitatif.(Mestika Zed, 2008) Penulisan ini mengangkat kemudian menganalisis tentang peran komunikasi media sosial facebook dalam memasarkan hasil panen pertanian dari petani di Desa Toure Kecamatan Tompasso Barat Kabupaten Minahasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian dapat diuraikan hasil penelitian ini bahwa facebook adalah suatu media yang berbentuk online (web) yang berisi tentang kegiatan, informasi, layanan, penggunaan untuk menambah wawasan tentang dunia maya di mana didalam situs ini manusia bisa menemukan dan menambah teman, memasarkan hasil panen dan berguna memperluas jaringan dari yang sudah ada seperti platform lain yang sudah berkembang Friendster, Myspace, dan yang lainnya. Banyak muatan fitur yang ada dalam facebook seperti Postingan, Grup dan Masanggar (pesan) yang digunakan oleh banyak orang termasuk petani dalam memasarkan hasil panen yang dibuktikan melalui dokumentasi di bawah ini.

Gambar 4.1. Grup Jual Beli Hasil Pertanian Langowan, Tompaso dan Sekitarnya



Dari hasil yang didapatkan ditemukan dalam wawancara ada informan yang adalah pengguna aktif dari facebook sendiri, dan ada informan dioperasikan oleh keluarga dalam memasarkan hasil panen dari petani itu sendiri. Ditemukan data bahwa penggunaan dari facebook sebagai sarana penjualan dari hasil panen dari petani dimulai dari 2 tahun terakhir yang berarti di masa covid-19 petani memanfaatkan waktu dan teknologi secara bersamaan sehingga peluang dari pemasaran hasil panen dari petani mulai memanfaatkan platform komunikasi facebook ini dimulai saat pandemic. Dengan adanya platform media sosial facebook membuat para petani terbantu dalam memasarkan hasil panen yang mereka panen. Tapi juga memperluas jejaring hasil panen komoditif dari petani di desa Toure, yang dulunya tidak dikenal sekarang dikenal dengan hasil komoditif tanaman pertanian dari petani yang ada.

Fakta yang ditemukan adalah dengan adanya platform media sosial facebook sangat berdampak pada kenaikan SDM pada petani dan juga mempermudah petani dalam menjangkau keadaan pasar dengan harga yang terlihat dari tawaran yang dipasarkan melalui media sosial facebook. Sehingga peran media sosial facebook dalam memasarkan hasil panen dari petani terlihat dari bertambahnya keuntungan yang diperoleh dari petani dalam hal efisiensi anggaran kendaraan yang akan dipasarkan dipasar manado, langowan dan juga mengenai efisiensi waktu sehingga peran yang didapatkan sangat signifikan dirasakan dan didapatkan oleh petani.

Dasarnya bahwa Facebook adalah alat pengantara yang tidak membutuhkan biaya, dikarenakan sarana yang dihasilkan facebook adalah marketing 4.0 yang harus dimanfaatkan dan memiliki banyak peran dalam memasarkan hasil panen dari petani di desa Toure. Facebook juga adalah wadah transformasi pasar di era 4.0 yang berdampak baik bagi masyarakat yang harus dimanfaatkan secara tepat guna, karena teknologi adalah jembatan dunia yang mendekatkan yang jauh dan menjangkau apa yang dibutuhkan atau difungsikan. (Mokalu, dkk. 2022)

Dengan demikian bahwa penggunaan komunikasi media sosial facebook dalam memasarkan hasil panen ditemukan dapat meningkatkan efisiensi dan omset dari petani melalui pengurangan biaya transportasi dan waktu yang signifikan terhadap hasil pertanian dari petani yang ada di desa touure.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan pertama, peran media sosial facebook dalam memasarkan hasil panen dari petani terlihat dari bertambahnya keuntungan yang diperoleh dari petani dalam hal meningkatkan efisiensi dan omset dari petani melalui pengurangan biaya transportasi dan waktu yang signifikan terhadap hasil pertanian dari petani yang ada. Kedua, Facebook adalah alat pengantara yang tidak membutuhkan biaya, dikarenakan sarana yang dihasilkan facebook adalah marketing 4.0 yang harus dimanfaatkan dan memiliki banyak peran dalam memasarkan hasil panen dari petani di desa Touure. Facebook juga adalah wadah transformasi pasar di era 4.0 yang berdampak baik bagi masyarakat yang harus dimanfaatkan secara tepat guna, karena teknologi adalah jembatan dunia yang mendekatkan yang jauh dan menjangkau apa yang dibutuhkan atau difungsikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arwani. 2003. *Komunikasi dalam Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Asri, Cahya Purnama. 2021. *Komunikasi Bisnis Untuk Mahasiswa dan Kalangan Umum*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Ayodya, Wulan. 2022. *UMKN 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Cangara, H. Hafied. 2019. *Pengantar Ilmu Komunikasi (edisi keempat)*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Dawson, Catherine. 2010. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Feriyanto, Andri dan Endang Shyta Triana. 2022. *Komunikasi Bisnis, Strategi Komunikasi dalam Mengelola Bisnis*. Kebumen: Pustaka baru Press.
- Haryanto, Totok dan Siti Nur Azizah. 2021. *Pengantar Praktis Pemasaran Digital*. Purwokerto: UM Purwokerto Press.
- Herlina, Lina. 2018. "Disintegrasi sosial dalam konten media sosial Facebook." TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial Vol. 1, No. 2: 232-258.
- Jatnika, Ajat. 2019. *Komunikasi Kelompok*. Bandung: ALFABETA.
- Kotler, Philip. Hemawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2023. *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lapau, Buchari. 2013. *Metode Penelitian Kesehatan: Metode ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Yayasan Pusaka Obor Indonesia.
- Mokalu, V. R., & Boangmanalu, C. V. J. (2021). TEORI PSIKOSOSIAL ERIK ERIKSON: IMPLIKASINYA BAGI PENDIDIKAN AGAMA

- KRISTEN DI SEKOLAH. *VOX EDUKASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan TEORI*, 12(2), 180–192.
- Mokalu, V. R., Panjaitan, J. K., Boiliu, N. I., & Rantung, D. A. (2022). Hubungan Teori Belajar dengan Teknologi Pendidikan. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(1), 1475-1486.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2021. *Manajemen Komunikasi Digital, Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi*. Jakarta: Kencana.
- Parkin, Neil dan Peter Abraham. 2021. *Transformasi Digital Demi Kelincahan Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Purwani, Diah Ajeng. 2021. *Pemberdayaan Era Digital*. Yogyakarta: Adipurabooks.
- Raco, J.R., 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Raliana, W. O., and R. S. Bahtiar. 2018. "Dampak Penggunaan Facebook terhadap Perilaku Remaja (Studi di Desa Sampuabalo Kecamatan Siotapina Kabupaten Buton)." *Neo Societal* Vol.3, No.2: 510-517.
- Riinawati. 2019. *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Saleh, Akh. Muwafik. 2021. *Komunikasi Pelayanan Publik, Strategi Komunikasi dalam Pelaksanaan pelayanan Prima pada Institusi Pemerintah*. Malang: PT. Cita Intrans Selaras (Citila).
- Sari, Astari Clara, et al. 2018. "Komunikasi dan media sosial." *Jurnal The Messenger* Vol.3, No.2: 69.
- Sasmito, Mayasari. 2015. "Pemanfaatan Media Sosial" Facebook" Untuk Media Pembelajaran Bahasa Indonesia." *Media Aplikom* Vol. 4, No.4: 38-52.
- Simarmata, Togu Rotua. 2022. *Analisis Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Penunjang Hasil Pertanian Pada Petani di Kabupaten Dairi*. Sumatera Utara: Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Syathori, Ahmad Dedy. 2017. "Pemanfaatan Media Internet Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi Dalam Pemberdayaan Petani Di Desa Poncokusumo Kecamatan Poncokusumo" *Agrica Ekstensia* Vol. 11, No. 2: 1-5.
- Untoro, Joko & Tim guru Indonesia. 2010. *Buku Pintar Pelajaran SMA/MA IPS 6 in 1*. Jakarta: Wahyu Media.
- Wibowo, Lili Adi dan Donni Juni Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.