

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi, komunikasi dan informasi yang terjadi membuat manusia begitu terbantu dalam setiap pekerjaan yang dilakukan. Keberadaannya yang sangat mudah didapatkan kini menjadi sebuah solusi baru bagi masyarakat dalam mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan, tidak terkecuali masyarakat di Indonesia. Era digitalisasi menyebabkan pertumbuhan pengguna jasa media massa internet pun semakin meningkat. Hal ini berakibat pada semakin ketatnya persaingan antar media massa dalam memberikan pelayanan kepada khalayak yang membutuhkan setiap informasi dan cara berkomunikasi.

Saat ini, masyarakat Indonesia mengalami peningkatan dalam hal mengkonsumsi media internet. Menurut data yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2016 adalah 137,7 juta *user* atau sekitar 51,5 persen dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Jumlah yang begitu besar tersebut selalu bertambah disetiap tahunnya. Jika dibandingkan dengan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta *user*, maka terjadi kenaikan sebesar 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (APJII, 2016).

Berkaitan dengan hal tersebut, keberadaan media massa internet begitu sangat membantu, karena media massa internet memberikan sebuah inovasi dan gaya yang menarik sehingga tidak membosankan untuk dinikmati oleh segenap individu yang membutuhkan informasi. Pada umumnya media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi (Bungin, 2007).

Media massa sangat berpengaruh dalam membangun pola pikir masyarakat. Setiap informasi yang didapatkan, khalayak bisa mengetahui berbagai macam persoalan yang sedang terjadi, sehingga peran media massa dalam membangun

paradigma berpikir masyarakat menjadi sebuah alat baru untuk memberikan penjelasan mengenai setiap aspek yang akan dibahas.

Di zaman yang lebih maju ini, media dituntut tidak hanya menyentuh beberapa kalangan saja, tetapi media juga harus menyentuh kalangan muda yang pada nyatanya juga sebagai penikmat teknologi dan media massa. Generasi muda atau yang lebih dikenal dengan Generasi Z (Generasi Internet) yang hadir sekarang ini begitu aktif dalam mencari informasi-informasi yang dibutuhkan, sehingga media harus berinovasi dan memberikan apa yang Generasi Z butuhkan, dengan demikian penggunaan sarana teknologi canggih dapat menjadikan tuntunan yang berguna bagi generasi muda.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun (1995 sampai 2010). Dalam teori generasi (*Generation Theory*) hingga saat ini dikenal ada 5 generasi, yaitu: (1) Generasi *Baby Boomer*, lahir pada 1946-1964, (2) Generasi X, lahir pada 1965-1980, (3) Generasi Y, lahir pada 1981-1994, (4) Generasi Z, lahir pada 1995-2010, dan (5) Generasi Alpha, lahir pada 2011-2025. Generasi Z lahir dan dibesarkan di era digital, dengan aneka teknologi yang komplit dan canggih, seperti: komputer atau laptop, *handphone*, *ipads*, *PDA*, *MP3 player*, *BBM*, internet, dan aneka perangkat elektronik lainnya. Sejak kecil Generasi Z sudah diperkenalkan atau mungkin mengenal dan akrab dengan berbagai gadget yang canggih itu, yang secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap perkembangan perilaku dan kepribadiannya, diperkirakan akan terjadi *booming* Generasi Z sekitar tahun 2020 (Tuhana & Jusuf 2011).

Oleh sebab itu, berkembang pesatnya kemajuan teknologi komunikasi internet juga memiliki dampak positif dan negatif terhadap generasi muda. Positif dan negatif ini merupakan sebab dan akibat yang ditimbulkan dari kecanggihan teknologi terhadap Generasi Z. Sisi positif, teknologi komunikasi internet memberikan kemudahan dalam mencari informasi, berkomunikasi dan bahkan bereksprosi dengan karya-karya baru, sehingga mereka mendapatkan wadah serta saran yang begitu lengkap jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Sisi negatifnya, teknologi komunikasi internet menjadikan Generasi Z menjadi generasi yang sedikit malas dan tidak mau bekerja keras karena semua yang

Generasi Z ingin selalu bersifat cepat seperti halnya mencari informasi, belajar dan bahkan bersosial.

Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII 2016) mengeluarkan data tentang besarnya penggunaan aplikasi oleh 72 persen pelajar dan mahasiswa sebagai berikut, 95,10 persen menggunakan sosial media, 73,70 persen *messenger*, 64,80 persen peta, 61,10 persen *e-commerce*, dan 43,40 persen pesan tiket. Adapun untuk rincian penggunaan media sosial antara lain, 82,6 persen menggunakan *instagram*, 66,5 persen menggunakan *facebook*, 49,6 persen menggunakan *path*, 90,5 persen menggunakan *line*, 79,3 persen menggunakan *whatsapp* dan 33,1 persen menggunakan *balckberry messanger*.

Generasi Z yang telah ketergantungan terhadap canggihnya teknologi komunikasi dan informasi juga semakin sedikit yang peduli bahkan menyukai pertanian. Hal ini terjadi karena persepsi mereka terhadap pertanian begitu sempit. Generasi Z beranggapan pertanian merupakan sesuatu pekerjaan yang tidak menarik, kotor serta menganggap pertanian bukan sebagai tujuan berkarir. Hal ini berhubungan dengan apa yang disampaikan oleh Ketua Himpunan Kerukunan Tani Indoensia (HKTI) Jendral (Purn) Moeldoko mengatakan dalam mengikutsertakan anak muda agar terjun ke sektor pertanian caranya dengan memperkenalkan kepada mereka teknologi pertanian. Pendekatan ini penting dilakukan mengingat rendahnya minat anak muda untuk menekuni bidang pertanian, sesuai dengan angka BPS 2015, usia petani 45 tahun keatas itu 62 persen, usia 35 sampai 45 tahun itu 32 persen dan usia 35 tahun ke bawah itu 12 persen.

Persepsi Generasi Z akan pertanian yang kurang diminati tidak dapat dipungkiri terbentuk karena kehadiran teknologi informasi yang semakin maju. Padahal pertanian merupakan salah satu sektor yang sangat penting dan merupakan sektor utama yang masih berada diperingkat atas sebagai sektor penghasil masyarakat. Tidak begitu banyak Generasi Z yang peduli akan sektor pertanian. Hal ini terjadi, karena persepsi mereka telah berubah terhadap pentingnya sektor pertanian. Apalagi Generasi Z yang ada di perkotaan, mereka menilai pertanian bukanlah menjadi tujuan dalam berkarya dan berusaha. Padahal

kenyataannya banyak inovasi pertanian kota yang telah dimunculkan akhir-akhir ini, dan bahkan dapat memberikan peluang usaha baru bagi masyarakat perkotaan.

Kondisi yang seperti ini yang seharusnya menjadi perhatian khusus dalam menumbuhkan paradigma berpikir Generasi Z terhadap pertanian. Penumbuhan dan bahkan penggiringan isu dan opini terhadap pertanian haruslah mengandeng media massa internet sebagai alat komunikasi yang seharusnya digunakan secara maksimal. Jika selama ini informasi tentang pertanian hanya dimuat melalui media elektronik dan cetak, maka media massa internet dirasa efektif dalam menyentuh Generasi Z terhadap sektor pertanian, hal ini karena media internet merupakan media yang sering digunakan anak muda atau Generasi Z di kehidupan sehari-hari. Hampir semua Generasi Z memiliki akses internet pribadi di dalam alat komunikasi mereka masing-masing. Tersedianya jaringan internet yang begitu luas di suatu daerah harus menjadi sarana pembantu yang digunakan secara maksimal dalam membangun paradigma berpikir Generasi Z terhadap pertanian. Sehingga keberadaan media massa internet yang diakses dapat menjadi rujukan Generasi Z dalam berkarya melalui pertanian.

Dampak yang ditimbulkan dari media dapat pula memengaruhi seseorang dalam waktu pendek sehingga dengan cepat memengaruhi mereka, namun juga memberikan efek dalam waktu yang lama, sehingga memberi dampak pada perubahan-perubahan dalam waktu yang lama. Hal tersebut karena efek media massa terjadi secara disengaja, namun juga ada efek media massa yang diterima masyarakat tanpa sengaja (Bungin, 2006).

Potensi Generasi Z yang memiliki berbagai macam fasilitas ini menjadi sebuah harapan baru untuk pertanian di Indonesia. Kesempatan ini harus dapat direspon oleh berbagai macam kalangan yang berkepentingan dalam membangun sektor pertanian. Keberadaan media massa internet yang berperan sebagai penghubung Generasi Z dan pertanian harus menjadi salah satu cara untuk menyentuh Generasi Z serta membangun paradigma berpikir mereka terhadap pertanian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dilakukan deskripsi tentang persepsi Generasi Z terhadap sektor pertanian dan sejauh mana peran media massa

internet menjadi penghubung terhadap Generasi Z dalam membangun paradigma berpikir tentang sektor pertanian.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi Generasi Z terhadap sektor pertanian?
2. Bagaimana peran media massa internet dalam membangun paradigma berpikir Generasi Z terhadap sektor pertanian?

C. Tujuan

Adapun tujuan yang akan menjadi dasar pada penelitian ini antara lain ;

1. Mendeskripsikan persepsi Generasi Z terhadap sektor pertanian.
2. Mendeskripsikan peran media massa internet dalam membangun paradigma berpikir Generasi Z terhadap sektor pertanian

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan berguna untuk:

1. Penggiat sektor pertanian, diharapkan mampu membuat sebuah ide – ide baru dalam menyentuh kebutuhan Generasi Z sesuai dengan minat mereka. Agar dapat memberikan gambaran dan menanamkan pemikiran kepada mereka jika sektor pertanian itu bukanlah hal yang membosankan.
2. Pemerintah, diharapkan dapat memberikan fasilitas internet yang memadai disertai pengawasan akan penggunaan internet agar lebih positif. Dan membuat situs atau program yang dapat mengenalkan dunia pertanian kepada Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari mereka.
3. Mahasiswa, diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini kepada arah kebijakan pemerintah dalam menggunakan internet atau media massa sebagai media pemasaran produk pertanian serta pengembangan aplikasi.

4. Bagi Generasi Z, diharapkan mampu menggunakan media massa internet sebagai alat untuk melahirkan ide-ide terbaru untuk kemajuan sektor pertanian.

