



PENGARUH KOMUNITAS PERIKANAN BUDIDAYA DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP KUALITAS PEMBUDIDAYA PERIKANAN DI JAWA TENGAH

Effect of Aquaculture Community In Social Media Facebook Toward The Quality Fish Farmers In Central Java

Ari Pangih Nugroho, Tita Elfitasari*, Ristiawan Agung Nugroho

Departemen Akuakultur

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah – 50275, Telp/Fax. +6224 7474698

ABSTRAK

Menurut Wijaya (2012), dari total jumlah pengguna media sosial di Indonesia 87% diantaranya merupakan pengguna media sosial *facebook*. Pengguna media sosial *facebook* menurut Puskakom UI (2015), dari seluruh pengguna media sosial *facebook* 26% diantaranya bekerja sebagai wirausaha, dimana 68% merupakan wirausaha dibidang perdagangan, jasa, dan agroindustri seperti perikanan. *Facebook* dipilih oleh pembudidaya ikan karena media sosial ini sangat mudah digunakan, jaringan yang luas, dan juga terdapat layanan grup yang memudahkan untuk pembudidaya ikan dapat berinteraksi berdasarkan kesamaan seperti dalam komoditas budidaya dan daerah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* terhadap peningkatan pengetahuan pembudidaya perikanan dan peningkatan ekonomi pembudidaya perikanan. Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif. Teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan adalah teknik survei menggunakan angket. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik pengambilan *Random Sampling*. Sampel yang digunakan adalah 60 sampel pembudidaya perikanan budidaya di Jawa Tengah. Data yang telah didapatkan kemudian diuji statistik menggunakan uji *Independent t-test* dengan menggunakan program komputer SPSS v.20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* berpengaruh signifikan (t hitung - 7,424 dan sig 0,000) terhadap peningkatan pengetahuan pembudidaya perikanan. Hasil nilai rata-rata pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* lebih tinggi dibandingkan dengan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Aspek ekonomi juga menunjukkan komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* berpengaruh signifikan (t hitung -3,775 dan sig 0,000) terhadap peningkatan ekonomi pembudidaya perikanan. Hasil nilai rata-rata pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas budidaya perikanan di media sosial *facebook* lebih tinggi dibandingkan dengan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*.

Kata Kunci: *Facebook*, Pembudidaya perikanan, Pengetahuan, Ekonomi, Jawa Tengah

ABSTRACT

According to Wijaya (2012), among total number of social media users in Indonesia, 87% of them are users of social media *facebook*. *Facebook* users according Puskakom UI (2015), of all users of social media *facebook*, 26% of them are working as self-employment, and 68% of them entrepreneur are in the field of trade, services, and agro-industries such as fisheries. *Facebook* were selected by fish farmers since it is very easy to use, extensive network, and also there is a group of services that make it easier for fish farmers to can interact based on similarities such as the cultivation of commodities and regions. The objective of this study was to determine the effect of aquaculture community on *facebook* towards farmers knowledge and economic improvement. This research used quantitative approach where data were collected using questionnaire distribution. The sampling technique used were random sampling, and used 60 samples of fish farmers in Central Java. The data obtained were then tested using the test statistic *Independent t-test* using SPSS v.20. The results showed that the aquaculture community in social media *facebook* have a significant effect (t -7.424 and sig 0.000) to increase knowledge of the fish farmers. The results of the average value of the aquaculture farmers who joined in the aquaculture community on *facebook* were higher than farmers who do not use *facebook*. The economic aspect also shows the aquaculture community on *facebook* have a significant effect (t -3.775 and sig .000) towards the economic improvement of fish farmers. The results of the average value of the fishery farmers who are members in the community aquaculture on *facebook* higher than farmers who do not use *facebook*.

Keywords: *Facebook*, Fish farmers, Knowledge, Economics, Central Java

* Corresponding author: titaelfitasari@yahoo.com



PENDAHULUAN

Di era modern seperti saat ini, internet sebagai gaya hidup baru masyarakat modern sudah sampai di seluruh lapisan masyarakat Indonesia tak terkecuali masyarakat pelaku utama budidaya perikanan. Penggunaan internet pada saat ini pun sudah sangat mudah dan praktis, hal ini dikarenakan harga paket internet yang sudah semakin murah dan juga perangkat teknologi untuk mengakses internet yang sudah semakin beragam seperti komputer, *smartphone*, dan tablet. Hal ini juga didukung dengan harga perangkat teknologi untuk mengakses internet seperti komputer dan *smartphone* yang sangat murah dengan kisaran Rp 800.000 – Rp 2.000.000 saja, sehingga perangkat teknologi untuk mengakses internet bukan lagi suatu barang yang mewah dan sudah dapat dimiliki seluruh lapisan masyarakat di Indonesia.

Menurut Nugroho dan Kastaman (2014) data pengguna internet di Indonesia adalah sebanyak 38.191.873 orang, dan 75% dari pengguna aktif internet tersebut merupakan pengguna aktif media sosial. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah media sosial *facebook*. Menurut Enterprise (2010), Indonesia merupakan salah satu pengguna *facebook* terbesar dengan jumlah pengguna sekitar 17,6 juta orang.

Menurut Wijaya (2012), dari total jumlah pengguna media sosial di Indonesia 87% diantaranya merupakan pengguna media sosial *facebook*. Pengguna media sosial *facebook* menurut Puskakom UI (2015), dari seluruh pengguna media sosial *facebook* 26% diantaranya bekerja sebagai wirausaha, dimana 68% merupakan wirausaha dibidang perdagangan, jasa, dan agroindustri seperti perikanan. *Facebook* dipilih oleh pembudidaya ikan karena media sosial ini sangat mudah digunakan, jaringan yang luas, dan juga terdapat layanan grup yang memudahkan untuk para pembudidaya ikan dapat berinteraksi berdasarkan kesamaan seperti kesamaan dalam komoditas budidaya atau lokasi budidaya. Seiring dalam berjalannya waktu, fenomena komunitas *facebook* pembudidaya ikan semakin besar dengan anggota yang semakin banyak dan tersebar luar di seluruh Indonesia.

Adanya komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* membuat pembudidaya ikan di seluruh Indonesia dapat dengan mudah berinteraksi mengenai permasalahan budidaya perikanan. Tidak adanya batasan sosial di dalam media sosial membuat pembudidaya merasa lebih terbuka dan leluasa untuk berbagi dan bertukar informasi mengenai perikanan budidaya dimana saja dan kapan saja. Pembudidaya juga dapat memperluas jaringan usaha budidaya karena anggota di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* berasal dari daerah yang berbeda di seluruh Indonesia.

Menurut data Puskakom UI (2015), dari seluruh aktifitas yang terdapat di sosial media *facebook* 31,5% diantaranya merupakan aktifitas jual beli atau berdagang. Aktivitas berdagang merupakan aktivitas tertinggi setelah jasa 21,6% dan pendidikan 8,3%. Hal ini juga relevan dengan aktivitas di komunitas perikanan *facebook* yang juga didominasi dengan aktivitas jual beli atau berdagang. Ramainya aktivitas jual beli yang terdapat di komunitas perikanan *facebook* merupakan keuntungan bagi anggota komunitas karena dapat meningkatkan produksi produk budidayanya dan juga meningkatkan ekonomi.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2016 – Januari 2017 di Provinsi Jawa Tengah.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan adalah teknik survei dengan menggunakan angket yang telah divalidasi dan reliabel. Populasi dalam penelitian ini adalah pembudidaya perikanan yang tergabung dalam komunitas perikanan *facebook* dan pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook* yang berada di Jawa Tengah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan secara acak (*random sampling*) berjumlah 30 sampel setiap kelompoknya.

Adapun tahapan dalam kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat angket yang berisi daftar pertanyaan yang telah dipersentasekan bobot pertanyaannya untuk mengukur dependen variabel yaitu pengetahuan serta ekonomi dari pembudidaya perikanan.
2. Melakukan uji validitas dan reliabilitas angket penelitian dengan memberikan angket kepada 15 responden untuk kemudian diisi oleh responden sesuai dengan keyakinan diri para responden.
3. Melakukan uji validitas dan reliabilitas hasil dari angket penelitian dengan menggunakan uji statistik dengan program *microsoft excel*.
4. Melakukan penelitian dengan menyebarkan angket kepada responden dengan dua cara, yaitu untuk responden yang tidak menggunakan media sosial *facebook* dilakukan kunjungan dan pendampingan di lapangan dan untuk responden yang berasal dari komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* dilakukan dengan alat bantu angket online untuk kemudian diisi secara mandiri oleh pembudidaya dengan menggunakan perangkat elektroniknya masing-masing.
5. Menghitung perolehan poin dari angket yang telah diisi oleh para responden untuk memperoleh nilai dari setiap responden.
6. Setelah didapatkan nilai dari setiap responden kemudian dilakukan analisa data berupa analisa statistik untuk kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.



ANALISA DATA

Data yang diperoleh pada penelitian ini kemudian dianalisis secara deskriptif dan inferensial. Analisa deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk membahas data yang diperoleh untuk mengkaitkan antara data demografi pembudidaya dengan kualitasnya yang dibagi dalam aspek pengetahuan dan ekonomi pembudidaya. Analisa inferensial digunakan untuk menggeneralisir data yang diperoleh untuk menguji hipotesa yang telah dibuat.

HASIL

a. Gambaran umum obyek penelitian

Usia

Usia dalam penelitian ini berfungsi untuk melihat sebaran keragaman usia pembudidaya perikanan dalam kemampuannya mengakses teknologi informasi, apakah pada usia tertentu pembudidaya memiliki keterbatasan mengakses teknologi informasi ataukah tidak. Usia ini juga berfungsi untuk melihat keseragaman usia pada kedua populasi penelitian. Data usia pembudidaya lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 1. Usia pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook*

Usia	Persentase
21 – 30	0 %
31 – 40	33 %
41 – 50	30 %
51 – 60	33 %
> 60	3 %

Berdasarkan pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa pada kelompok non *facebook* rentang usia sampel berkisar antara 21 tahun hingga >60 tahun, dimana didominasi oleh 3 rentang usia yaitu 31-40 tahun (33%), 41-50 tahun (30%), dan 51-60 tahun (33%).

Tabel 2. Usia pembudidaya perikanan anggota komunitas perikanan di media sosial *facebook*

Usia	Persentase
21 – 30	20 %
31 – 40	30 %
41 – 50	40 %
51 – 60	10 %

Berdasarkan hasil dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa rentang usia pembudidaya perikanan pada kelompok pengguna *facebook* didominasi 3 rentang usia yaitu 21-30 tahun (20%), 31-40 tahun (30%), dan 41-50 tahun (40%). Hasil ini menggambarkan bahwa pada kedua populasi penelitian (non *facebook* dan pengguna *facebook*) memiliki usia dominan yang seragam yaitu pada rentang usia 31-50 tahun.

Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan indikator yang dapat mempengaruhi seorang pembudidaya perikanan dapat menerima dan mengakses serta memahami informasi mengenai budidaya perikanan. Tingkat pendidikan juga dapat mempengaruhi apakah pembudidaya perikanan dapat mengakses teknologi informasi ataukah tidak. Hasil data mengenai tingkat pendidikan pembudidaya perikanan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3. Tingkat pendidikan pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook*

Tingkat Pendidikan	Persentase
SD	10 %
SMP	30 %
SMA	50 %
S1	10 %

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan pada kelompok non *facebook* di dominasi pada tingkat pendidikan SMA dengan persentase 50%, kemudian SMP sebanyak 30%, dan masing-masing SD dan S1



hanya 10%. Tingkat pendidikan populasi 1 dapat dikatakan dalam kategori baik karena lebih dari setengah populasi telah berada pada tingkat pendidikan SMA dan S1 (60%).

Tabel 4. Tingkat pendidikan pembudidaya perikanan anggota komunitas perikanan di media sosial *facebook*

Tingkat Pendidikan	Persentase
SD	0 %
SMP	13 %
SMA	67 %
S1	20 %

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa pada kelompok pengguna *facebook* di dominasi pembudidaya perikanan dengan tingkat pendidikan SMA (67%) dan S1 (20%), hanya sebagian kecil yang berpendidikan SMP (13%). Kedua populasi penelitian memiliki kesamaan yaitu tingkat pendidikan didominasi pada jenjang pendidikan SMA yaitu pada kelompok non *facebook* adalah 50 % dan pada kelompok *facebook* yaitu 67%. Perbedaan terdapat pada jenjang pendidikan SD dan SMP pada kelompok non *facebook* adalah 40% dan pada kelompok pengguna *facebook* adalah 13%, sedangkan untuk pendidikan jenjang S1 pada kelompok non *facebook* adalah 10% dan untuk kelompok pengguna *facebook* adalah 20%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilihat bahwa pembudidaya yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* berasal dari tingkat pendidikan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook*.

Komoditas budidaya

Komoditas budidaya pada penelitian ini berfungsi untuk memastikan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembudidaya perikanan yang dapat mewakili pembudidaya perikanan di Provinsi Jawa Tengah. Pembudidaya yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembudidaya yang terdiri dari pembudidaya yang membudidayakan komoditas budidaya yang berbeda. Hasil dari data komoditas budidaya dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5. Komoditas budidaya pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook*

Komoditas Budidaya	Persentase
Lele	43 %
Nila	27 %
Bandeng	10 %
Gurame	20 %

Berdasarkan hasil dari Tabel 5 dapat dilihat bahwa kelompok non *facebook* terbagi atas 4 kategori komoditas budidaya, yaitu lele, nila, bandeng, dan gurame. Komoditas budidaya di dominasi oleh komoditas budidaya lele (43%) dan selanjutnya seimbang yaitu nila (27%), gurame (20%), dan bandeng (10%). 4 kategori komoditas budidaya ini merupakan komoditas yang paling banyak dibudidayakan oleh pembudidaya perikanan di Jawa Tengah.

Tabel 6. Tingkat pendidikan pembudidaya perikanan anggota komunitas perikanan di media sosial *facebook*

Komoditas Budidaya	Persentase
Lele	53 %
Nila	27 %
Bandeng	7 %



Gurame

10 %

Berdasarkan hasil dari Tabel 6 dapat dilihat bahwa kelompok pengguna *facebook* terbagi atas 4 katagori komoditas budidaya, yang di dominasi oleh komoditas budidaya lele (53%), selanjutnya nila (27%), gurame (10%), dan bandeng (7%). Sampel dalam populasi 2 berasal dari pembudidaya perikanan dengan komoditas budidaya yang beragam yang merupakan gambaran dari komoditas budidaya yang dibudidayakan di Jawa Tengah. kelompok non *facebook* dan kelompok pengguna *facebook* memiliki persentase yang sama dari sebaran komoditas budidaya yang dibudidayakan oleh pembudidaya perikanan yang menjadi obyek penelitian, sehingga data tersebut relevan untuk dilakukan uji pembandingan antara populasi 1 yaitu pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook* dan populasi 2 yaitu pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook*.

b. Aspek pengetahuan pembudidaya perikanan

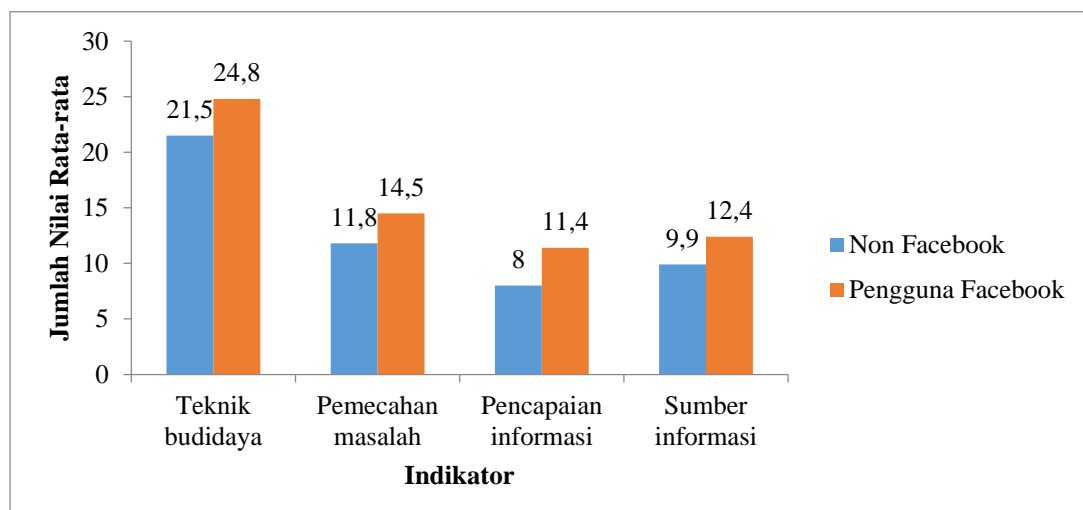
Aspek pengetahuan pembudidaya perikanan yang dimaksud pada penelitian ini adalah aspek pengetahuan yang terdiri dari beberapa indikator atau dimensi yang dimana setiap indikator tersebut terdapat beberapa elemen yang dimana merupakan instrument yang digunakan untuk mengukur suatu indikator dalam suatu penelitian. Indikator yang terdapat pada aspek pengetahuan pembudidaya perikanan antara lain adalah indikator teknik budidaya, indikator pemecahan masalah, indikator pencapaian informasi, dan juga indikator sumber informasi. Hasil dari perhitungan nilai angket masing-masing indikator pada aspek pengetahuan pembudidaya perikanan dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 7. Jumlah nilai indikator pada aspek pengetahuan pembudidaya perikanan

	Jumlah Nilai Rata-rata			
	A1	A2	A3	A4
Non Facebook	21,5	11,8	8,0	9,9
Pengguna Facebook	24,8	14,5	11,4	12,4

Keterangan :
A1 : Indikator teknik budidaya
A2 : Indikator pemecahan masalah
A3 : Indikator pencapaian informasi
A4 : Indikator sumber informasi

Berdasarkan Tabel 9 didapatkan nilai jumlah rata-rata pada setiap dimensi atau indikator aspek pengetahuan pembudidaya perikanan pada kelompok pengguna *facebook* pada keseluruhan indikator lebih tinggi dari nilai jumlah rata-rata indikator kelompok bukan pengguna *facebook*. Data jumlah nilai indikator aspek pengetahuan pembudidaya perikanan kemudian dibuat grafik yang tersaji pada Gambar 2.





Gambar 2. Grafik data nilai indikator pada aspek pengetahuan pembudidaya perikanan.

Hasil penelitian pada aspek pengetahuan menyebutkan bahwa komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan pembudidaya perikanan di Jawa Tengah. Hasil ini dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 8. Uji t aspek pengetahuan pembudidaya perikanan

		Hasil		
		<i>Equal variances assumed</i>	<i>Equal variances not assumed</i>	
<i>Levene's Test for Equality of Variances</i>	F	15.803		
	Sig.	.000		
	T	-7.424	-7.424	
	Df	58	42.321	
<i>t-test for Equality of Means</i>	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	
	<i>Mean Difference</i>	-11.33333	-11.33333	
	<i>Std. Error Difference</i>	1.52652	1.52652	
	<i>95% Confidence Interval of the Difference</i>	<i>Lower</i>	-14.38900	-14.41329
		<i>Upper</i>	-8.27767	-8.25338

Berdasarkan Tabel 10 hasil analisis dengan SPSS versi 20 didapatkan nilai t hitung adalah -7,42. Nilai Sig. sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti ada perbedaan yang signifikan pada aspek pengetahuan antara pembudidaya yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* dengan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*, sehingga hipotesis H1 diterima.

Tabel 9. Rata-rata nilai aspek pengetahuan pembudidaya perikanan

Pengetahuan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Non Facebook	30	49.3333	7.49866	1.36906
Pengguna Facebook	30	60.6667	3.69840	.67523

Perbandingan antara rata-rata nilai dari hasil angket terhadap pembudidaya perikanan pada kelompok bukan pengguna *facebook* dan kelompok pengguna *facebook* menunjukkan bahwa pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook* hanya memiliki nilai rata-rata 49,33 sedangkan pembudidaya yang tergabung dalam komunitas perikanan di media sosial *facebook* memiliki nilai rata-rata 60,66. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara peranan komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* terhadap peningkatan pengetahuan pembudidaya perikanan di Jawa Tengah, diterima.

c. Aspek ekonomi pembudidaya perikanan

Aspek ekonomi pembudidaya perikanan yang dimaksud pada penelitian ini adalah aspek ekonomi yang terdiri dari beberapa indikator atau dimensi yang dimana setiap indikator tersebut terdapat beberapa elemen yang dimana merupakan instrument yang digunakan untuk mengukur suatu indikator dalam suatu penelitian. Indikator yang terdapat pada aspek ekonomi pembudidaya perikanan antara lain adalah indikator kesejahteraan, indikator pasar / marketing, dan indikator jaringan sosial. Hasil dari perhitungan nilai angket pada masing-masing indikator pada aspek ekonomi pembudidaya perikanan dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 10. Jumlah nilai indikator pada aspek ekonomi pembudidaya perikanan

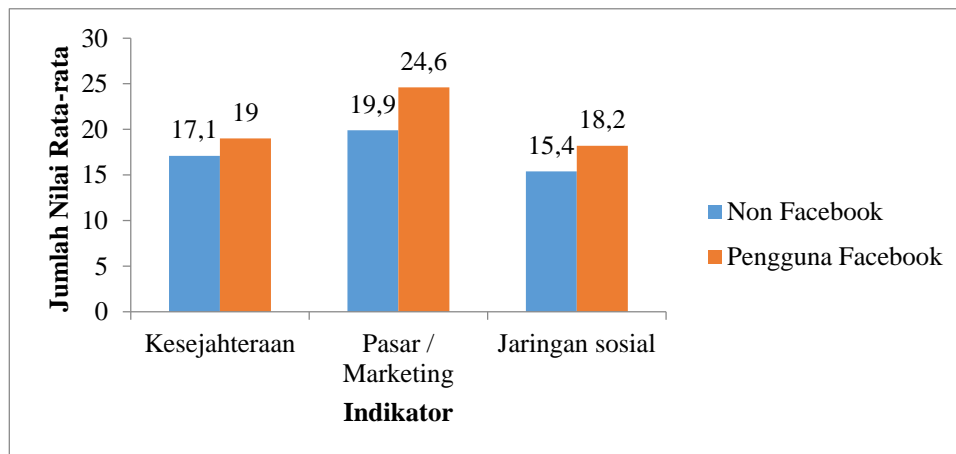
Jumlah Nilai Rata-rata		
B1	B2	B3



Non Facebook	17,1	19,9	15,4
Pengguna Facebook	19,0	24,6	18,2

Keterangan :
 B1 : Indikator kesejahteraan
 B2 : Indikator pasar / marketing
 B3 : Indikator jaringan sosial

Berdasarkan Tabel 12 didapatkan nilai jumlah rata-rata pada setiap dimensi atau indikator aspek ekonomi pembudidaya perikanan pada kelompok pengguna *facebook* pada keseluruhan indikator (kesejahteraan, pasar / *marketing*, dan jaringan sosial) lebih tinggi dari nilai jumlah rata-rata indikator kelompok bukan pengguna *facebook*. Data nilai indikator pada aspek ekonomi pembudidaya perikanan kemudian dibuat grafik yang tersaji pada Gambar 3.



Gambar 3. Grafik data nilai indikator pada aspek ekonomi pembudidaya perikanan.

Hasil penelitian pada aspek ekonomi menyebutkan bahwa komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan pembudidaya perikanan di Jawa Tengah. Hasil ini dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 11. Uji t aspek ekonomi pembudidaya perikanan

		Hasil	
		<i>Equal variances assumed</i>	<i>Equal variances not assumed</i>
<i>Levene's Test for Equality of Variances</i>	F	7.696	
	Sig.	.007	
	T	-3.775	-3.775
	Df	58	44.420
<i>t-test for Equality of Means</i>	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000
	<i>Mean Difference</i>	-9.43333	-9.43333
	<i>Std. Error Difference</i>	2.49859	2.49859
	<i>95% Confidence Interval of the Difference</i>	Lower -14.43480	Lower -14.46756
		Upper -4.43186	Upper -4.39910

Berdasarkan hasil analisis dengan SPSS versi 20 didapatkan nilai t hitung adalah -3,77. Nilai Sig. sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti ada perbedaan yang signifikan pada aspek ekonomi antara pembudidaya yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* dengan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*, sehingga hipotesis H2 diterima.

Tabel 12. Rata-rata nilai aspek ekonomi pembudidaya perikanan

Ekonomi	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Non Facebook	30	52.4000	12.05905	2.20167



Perbandingan antara rata-rata nilai dari hasil angket terhadap pembudidaya perikanan pada kelompok bukan pengguna *facebook* dan kelompok pengguna *facebook* menunjukkan bahwa pada pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook* hanya memiliki nilai rata-rata 52,4 sedangkan pembudidaya yang tergabung dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki nilai rata-rata 61,83. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 (hipotesis 2) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara peranan komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* terhadap peningkatan ekonomi pembudidaya perikanan di Jawa Tengah, diterima dengan menyatakan bahwa pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* dalam aspek ekonomi lebih baik dari pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook*.

PEMBAHASAN

a. Aspek pengetahuan pembudidaya perikanan

Berdasarkan hasil dari perhitungan angket aspek pengetahuan pembudidaya perikanan didapatkan bahwa nilai rata-rata dari pembudidaya perikanan yang menjadi anggota di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* pada keempat indikator penilaian memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan pembudidaya ikan yang tidak menggunakan media sosial *facebook* (Tabel 7). Berdasarkan hasil dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pembudidaya perikanan yang menjadi anggota komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki tingkat pengetahuan mengenai budidaya perikanan yang lebih baik dibandingkan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Selain memiliki teknik budidaya ikan yang lebih baik, pembudidaya ikan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* juga memiliki kemampuan untuk menyelesaikan permasalahan dalam kegiatan budidaya yang lebih baik, memiliki wawasan mengenai perkembangan informasi budidaya yang lebih baik, dan juga memiliki jaringan sumber informasi yang lebih luas.

Pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas budidaya perikanan di media sosial *facebook* memiliki pemahaman teknik budidaya ikan yang lebih baik dibandingkan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Hal ini dikarenakan pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya *facebook* lebih banyak mendapatkan masukan informasi mengenai teknik budidaya ikan yang sangat banyak informasinya di dalam komunitas perikanan budidaya *facebook* yang selalu dikirimkan oleh sesama anggotanya secara berkala, sedangkan pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook* memiliki keterbatasan dalam mendapatkan edukasi mengenai teknik budidaya ikan yang benar. dapat dilihat bahwa ada faktor pembeda yang sangat penting dalam meningkatkan pengetahuan pembudidaya perikanan, yaitu teknologi informasi sebagai sarana untuk mengakses informasi yang cepat dan mudah. Hal ini diperkuat oleh Nugroho dan Kastaman (2014) yang menyatakan bahwa perkembangan komunitas grup *facebook* memungkinkan anggotanya untuk dapat bertukar informasi, menjual barang, dan menjalin komunikasi demi meningkatkan jaringan sosial untuk meningkatkan kualitas usahanya. Hal serupa juga dikemukakan oleh Ekasari dan Dharmawan (2012) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa masyarakat pedesaan menyatakan bahwa internet dan media sosial telah menambah wawasan mereka mengenai dunia luar dengan memberikan informasi terbaru yang dapat meningkatkan pengetahuan mereka.

Pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* juga terlihat lebih cakap di dalam aspek pemecahan masalah dibandingkan dengan pembudidaya ikan yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Hal ini dapat dilihat dari jumlah nilai rata-rata pada indikator pemecahan masalah dimana pembudidaya yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan *facebook*, yaitu secara berurutan nilainya adalah 14,5 berbanding 11,8. Pembudidaya yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya lebih cakap dalam menanggulangi permasalahan seputar budidaya, hal ini dikarenakan di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* mereka lebih dapat berinteraksi seputar permasalahan dan solusinya kepada pada anggota yang berasal dari berbagai daerah yang lebih berpengalaman dalam menyelesaikan permasalahan budidaya dan memiliki pengetahuan yang lebih luas. Hal ini tidak dialami oleh pembudidaya ikan yang tidak menggunakan media sosial *facebook*, karena akses bertukar informasi dan akses untuk bertanya kepada orang yang mengetahui solusinya sangat terbatas. Hal ini didukung oleh Ekasari dan Dharmawan (2012) yang menyatakan bahwa melalui *facebook* masyarakat pedesaan merasa telah termudahkan dalam berkomunikasi dengan orang-orang luar, internet juga melatih mereka untuk menjalin komunikasi dengan



orang asing sehingga mereka dapat mengasah kemampuan untuk meningkatkan pengetahuan mereka baik dalam bidang teknologi, budaya, pertanian, dan lain sebagainya.

Berdasarkan data hasil penilaian angket juga dapat diketahui bahwa pembudidaya yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* juga lebih *up to date* atau lebih mengikuti perkembangan informasi mengenai masalah seputar budidaya perikanan dibandingkan dengan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Hal ini merupakan suatu ironi, mengingat bidang industri budidaya perikanan merupakan bidang yang selalu berkembang baik dari segi teknologi maupun permasalahan-permasalahannya. Pembudidaya perikanan yang tidak mengikuti perkembangan informasi di bidang budidaya perikanan pastinya akan selalu tersisih oleh pembudidaya yang selalu *up to date* terhadap perkembangan bidang budidaya perikanan. Hal ini didukung oleh Oktaviani (2014) yang menyatakan bahwa *facebook* memberikan dampak positif pada masyarakat pedesaan, diantaranya adalah masyarakat dapat memahami suatu peristiwa dengan lebih jelas. Kebanyakan pengguna *facebook* lebih suka untuk menulis status atau berkomentar tentang suatu peristiwa sehingga memudahkan pengguna *facebook* lainnya untuk mendapatkan informasi mengenai peristiwa tersebut. Hal ini diperkuat oleh Hidayah (2012) yang menyatakan bahwa secara virtual orang-orang menggunakan jejaring sosial bisa berhubungan untuk *sosial searching* informasi tentang orang-orang.

Selaras dengan indikator teknik budidaya, pemecahan masalah, dan informasi terbaru, berdasarkan nilai angket yang telah didapatkan menunjukkan bahwa pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki sumber penyedia informasi yang lebih baik dibandingkan pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Media sosial *facebook* yang memiliki cakupan yang sangat luas dan canggih, memungkinkan seluruh penggunanya bisa mendapatkan informasi yang cepat dan akurat pada saat penggunanya membutuhkan informasi. Hal ini memungkinkan pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* untuk dapat lebih mudah mendapatkan informasi mengenai budidaya perikanan pada waktu yang cepat ketika pembudidaya perikanan tersebut membutuhkan informasi. Hal ini diperkuat oleh Oktavianti (2014) yang menyatakan bahwa hadirnya jejaring sosial *facebook* yang merupakan salah satu media teknologi informasi telah menuntut setiap orang untuk dapat menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan. Pembudidaya yang menggunakan media sosial *facebook* juga dapat dengan mudah berkomunikasi dengan sesama pembudidaya yang lebih berpengalaman ataupun seorang praktisi atau akademisi dibidang budidaya perikanan yang kompeten. Hal ini didukung oleh Ekasari dan Dharmawan (2012) yang menyatakan bahwa media sosial *facebook* memungkinkan masyarakat pedesaan dapat berkomunikasi dengan masyarakat luar dan mendapatkan informasi dari luar untuk kemudian bisa diimplementasikan sendiri pada daerahnya. Aspek kemudahan mendapatkan informasi budidaya perikanan inilah yang tidak dimiliki oleh pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*, mengingat bahwa sumber informasi utama pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan *facebook* seperti penyuluh perikanan atau rekan sesama pembudidaya yang sifatnya terbatas dalam memberikan informasi karena keterbatasan alat komunikasi dan kurangnya interaksi yang intensif.

b. Aspek ekonomi pembudidaya perikanan

Berdasarkan hasil penelitian pada aspek ekonomi pembudidaya perikanan yang membandingkan antara pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* dan pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook* setelah dilakukan analisa data statistik uji t didapatkan hasil bahwa nilai t hitung adalah -3,77 dengan nilai signifikansi adalah 0,00 dengan perbedaan rata-rata antara dua kelompok adalah 61 berbanding 52,4. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari pembudidaya yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* terhadap pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook* dalam aspek ekonomi pembudidaya perikanan. Aspek ekonomi yang ditampilkan dalam penelitian ini tidak menghitung secara kualitatif dari nilai kekayaan dan pemasukan ekonomi dari pembudidaya perikanan, melainkan aspek ekonomi secara kuantitatif yang dapat diukur pada indikator kesejahteraan, pemasaran, dan jaringan sosial dari pembudidaya perikanan.

Berdasarkan hasil dari perhitungan nilai angket pada indikator kesejahteraan didapatkan hasil bahwa pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki nilai lebih tinggi dibanding pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*, yaitu memiliki nilai 19 berbanding 17,1. Hasil ini membuktikan bahwa pembudidaya yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki tingkat kesejahteraan lebih baik dibandingkan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Hal ini disebabkan karena pembudidaya yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* lebih unggul dalam hal pemasaran dan jaringan sosial yang dapat dilihat pada data hasil perhitungan angket dimana secara berurutan pada aspek pemasaran dan jaringan sosial memiliki nilai 24,6 berbanding 19,9 dan 18,6 berbanding 15,4. Kemampuan pemasaran dan jaringan sosial yang lebih baik, ikut berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan bagi pembudidaya perikanan. Hal ini diperkuat oleh Mudiarta (2011) yang menyatakan bahwa untuk kesejahteraan adalah suatu hal yang berhubungan langsung dengan faktor ekonomi, dimana selalu difokuskan pada perhatian utama yaitu adalah aspek pertukaran ekonomi,



pasar, dan ekonomi. Baransano *et al.* (2015) menambahkan bahwa kunci untuk meningkatkan perekonomian adalah dengan meningkatkan pendapatan, dimana dalam dunia pasar kunci dalam meningkatkan penjualan adalah dengan menggunakan media promosi yang baik dan juga jaringan sosial yang luas.

Pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* juga memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi pada indikator pemasaran atau *marketing* dibandingkan dengan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Tingginya nilai rata-rata pada indikator pemasaran ini dipacu oleh kegiatan-kegiatan pengiklanan dan promosi yang dilakukan oleh pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook*. Pembudidaya perikanan ini seperti dicontohkan pada butir pertanyaan nomor 27, 28, 29 dan 31 yang mengaku aktif dalam melakukan kegiatan promosi dan pengiklanan seperti membuat iklan di sosial media *facebook* dengan mengunggah foto-foto produk budidayanya dengan semenarik mungkin. Pemasaran dengan menonjolkan kelebihan produk budidaya melalui media sosial *facebook* inilah yang membuat pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki tingkat pemasaran yang lebih baik dibandingkan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Strategi pemasaran melalui media sosial *facebook* ini terbukti efektif dalam meningkatkan nilai penjualan, hal ini dapat digambarkan pada butir soal nomor 30 dimana pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* lebih sering mendapatkan pembeli baru dibandingkan dengan pembudidaya yang tidak menggunakan media sosial *facebook* dalam aktivitas budidayanya. Hal ini diperkuat oleh Baransano *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa periklanan dengan menggunakan media jejaring sosial (*facebook*) terbukti secara statistik dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan juga pemasangan iklan di *facebook* dengan menggunakan media yang kreatif sangat penting untuk mempengaruhi konsumen supaya mau membeli produk. Hasil serupa juga dilakukan oleh Ekasari (2014) yang menyatakan bahwa promosi berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian produk sangat bermanfaat dalam meningkatkan penjualan produk dari sebuah perusahaan jasa dan barang.

Pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* pada indikator jaringan sosial juga memiliki tingkat jaringan sosial yang lebih baik dari pada pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* dikatakan lebih baik karena memiliki nilai yang lebih tinggi yaitu pada nilai jumlah rata-rata indikator memiliki nilai 18,2 berbanding 14,4. Pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* seperti tertera pada poin pertanyaan pada nomor 37, 38, dan 39 yang menyatakan bahwa pembudidaya perikanan yang tergabung pada komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki jaringan yang luas dan memiliki hubungan yang baik dengan pembudidaya perikanan di berbagai daerah. Jaringan yang luas, komunikasi, dan hubungan yang baik inilah yang membuat pembudidaya yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* dapat *survive* di dalam dunia perikanan budidaya. Jaringan sosial yang luas membuat pembudidaya perikanan dapat dengan mudah mendapatkan informasi apapun mengenai budidaya perikanan seperti teknik budidaya, permasalahan budidaya, isu terbaru, hingga perkembangan pasar budidaya perikanan. Sehingga tidak heran, karena memiliki jaringan yang luas dan baik pembudidaya perikanan yang tergabung di dalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* dari berbagai aspek pengukuran ekonomi dinyatakan lebih unggul atau lebih baik dibandingkan dengan pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook*. Hal ini didukung oleh Andriyanto dan Haryanto (2010) yang menjelaskan bahwa penggunaan situs jejaring sosial sebagai alat pemasaran internet suatu perusahaan untuk menjangkau masyarakat di dalam dunia maya banyak digunakan perusahaan. Situs jejaring sosial digunakan karena memiliki konektivitas yang luar biasa antara pelanggan dan komunitas yang sudah terbentuk di dalamnya. Hal serupa juga dikemukakan oleh Nugroho dan Kastaman (2014) yang menyatakan bahwa membentuk suatu jaringan bisnis di media sosial *facebook* seperti komunitas jual beli di *facebook* adalah strategi penjualan yang berkelanjutan, terbukti dalam penelitiannya yang menggunakan dua komunitas grup *facebook* dalam 1 tahun selalu mengalami peningkatan penjualan yang drastis dan juga diikuti dengan selalu bertambahnya anggota di dalam komunitas tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil, pembahasan penelitian dan analisis data, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pengetahuan pembudidaya perikanan dan ekonomi pembudidaya perikanan di Jawa Tengah, dengan pembudidaya yang tergabung didalam komunitas perikanan budidaya di media sosial *facebook* memiliki pengetahuan budidaya perikanan dan ekonomi yang lebih baik dari pada pembudidaya perikanan yang tidak menggunakan media sosial *facebook*.

Saran



1. Pemanfaatan media sosial *facebook* dapat digunakan sebagai alternatif model pembelajaran dan pengawasan yang inovatif pada usaha pengembangan sumber daya manusia bidang budidaya perikanan bagi pembudidaya perikanan.
2. Penelitian ini sebatas pada pokok bahasan umum mengenai aspek pengetahuan dan ekonomi pembudidaya perikanan, kepada peneliti lain dapat melakukan pengembangan penelitian pada pengukuran analisa dampak ekonomi yang didapatkan oleh pembudidaya perikanan yang menggunakan media pemasaran di media sosial *facebook*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, R.D., dan J.O. Haryanto. 2010. Analisis Pengaruh Internet Marketing terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy. *Jurnal Manajemen Teknologi*. 9(1): 20-35.
- Baransano, I. B., S. Iswono, dan Y.D. Handaini. 2015. Pengaruh Media Advertising Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Telur Organik (Studi Kasus Periklanan melalui Facebook pada CV. Laras Inti Agrisatwa Jember). *E-Sospol*. 1(1): 1-14.
- Ekasari, N. 2014. Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan pada PT. BFI Finanec Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*. 16(2): 81-102.
- Ekasari, P. dan A.H. Dharmawan. 2012. Dampak Sosial-Ekonomi Masuknya Pengaruh Internet dalam Kehidupan Remaja di Pedesaan. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*. 6(1): 57-71.
- Hidayah, S. 2012. Antropologi Digital dan Hiperteks: Sebuah Pembahasan Awal. *Jurnal RANAH*. 2(1): 2-10.
- Mudiarta, K. G. 2011. Perspektif dan Peran Sosiologi Ekonomi dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat. *Forum Peneliti Agro Ekonomi*. 29(1): 55-66.
- Nugroho dan Kastaman. 2014. Pengaruh Media Sosial Facebook dalam Peningkatan Penjualan Bisnis Online. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi (SNAST)*. 161-168.
- Oktaviani, K. M. 2014. Pemanfaatan Jejaring Sosial Facebook di Kalangan Masyarakat Pedesaan Malaysia. [SKRIPSI]. Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor.
- Puskakom UI. 2015. Profil Pengguna Internet Indonesia 2014. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Wijaya, E. 2012. Survei Pengguna Media Sosial di Indonesia. *Majalah Bisnis*.