

**“Digitalisasi Pertanian Menuju Kebangkitan Ekonomi Kreatif”**

---

Peluang dan Tantangan Penggunaan Media Sosial sebagai Media Berbagi Pengetahuan bagi Petani

**Hanifah Ihsaniyati<sup>1</sup>, Sarwititi Sarwoprasodjo<sup>2</sup>, Pudji Muljono<sup>2</sup>, dan Dyah Gandasari<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa program Doktorat IPB University, Bogor Indonesia; Universitas Sebelas Maret

<sup>2</sup>IPB University, Bogor Indonesia

<sup>3</sup>Politeknik Pembangunan Pertanian, Bogor Indonesia

Email: hanifah\_i@staff.uns.ac.id

**Abstrak**

Media sosial terbukti efektif sebagai media berbagi pengetahuan dan diminati banyak kalangan. Di sisi lain, penggunaan media sosial oleh petani belum maksimal karena berbagai keterbatasan. Hal menarik untuk mengetahui gambaran peluang dan sekaligus tantangan yang dihadapi dari penggunaan media sosial sebagai media berbagi pengetahuan bagi petani. Makalah ini bertujuan memberikan gambaran singkat peluang dan tantangan penggunaan media sosial untuk berbagi pengetahuan oleh petani. Tulisan ini adalah studi literatur yang menyajikan artikel-artikel penelitian sepuluh tahun terakhir terkait topik yang bersumber dari *scopus.com*, *sciencedirect.com*, *google scholar*, dan *crossref*. Ada peluang dan sekaligus tantangan dalam penggunaan media sosial sebagai media berbagi pengetahuan bagi petani. Gambaran singkat yang disampaikan pada makalah ini dapat menjadi salah satu referensi pengambilan keputusan terkait upaya peningkatan penggunaan media sosial oleh petani sebagai media berbagi pengetahuan.

Kata kunci: berbagi pengetahuan, media sosial, petani

**Pendahuluan**

Media sosial berperan penting dalam mengubah pola komunikasi masyarakat. Media baru ini semakin akrab dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Media sosial sekarang telah menjadi komponen penting dari ekologi komunikatif seseorang dalam kehidupan sehari-hari (Jin *et al.*, 2019). Media sosial adalah alat yang mengandalkan komputer (Khan *et al.*, 2017) dan teknologi informasi untuk perangkat seluler, teknologi Web 2.0 (Allam *et al.*, 2020; Pal, 2018) yang memungkinkan pengguna untuk mengembangkan akun mereka (Dahri dan Yunus, 2017; Khan *et al.*, 2017).

Media sosial berbasis internet ini menjadi salah satu teknologi dalam Revolusi Industri 4.0 yang mendorong era disrupsi (Schwab, 2017; Tarigan, 2020). Schwab 2017 menyebutkan era disrupsi yaitu perubahan mendasar di berbagai sektor kehidupan termasuk sektor pertanian, yang didukung teknologi berbasis internet.

Revolusi industri 4.0 menjadi titik balik mendasar bagi perubahan berbagai sektor pertanian, tidak terkecuali pada agroindustri (Kemenperin, 2018). Pada era ini kegiatan pertanian berlangsung sangat efektif dan efisien sehingga mampu meningkatkan produktivitas secara signifikan dan berdaya saing. Oleh karena itu, agar bisa menghadapi tantangan ini petani dan sektor pertanian harus mampu menghadapi perkembangan teknologi ini (Schwab, 2017).

Media sosial menjadi media berbagi pengetahuan yang diminati banyak kalangan, namun penggunaan media sosial oleh petani dalam hal tersebut masih terbatas. Terdapat peluang dan sekaligus tantangan bagi penggunaan media sosial sebagai media berbagi pengetahuan bagi petani. Makalah ini bertujuan memberikan gambaran singkat yang bersumber dari literatur tentang peluang dan tantangan penggunaan media sosial sebagai media berbagi pengetahuan bagi petani. Gambaran singkat tersebut dapat berguna bagi pengambilan keputusan peningkatan penggunaan media sosial oleh petani khususnya untuk berbagi pengetahuan.

## **Metode**

Makalah ini merupakan studi literatur. Artikel terpilih adalah hasil penelitian sepuluh tahun terakhir terkait media sosial yang dijangkau dari sumber terpercaya seperti *scopus.com*, *sciencedirect.com*, *google scholar*, dan *crossref*. Jumlah artikel literatur adalah 73 artikel yang dijangkau dengan menggunakan beberapa kata kunci dan kemudian dipilih sesuai kebutuhan pembahasan makalah. Artikel literatur dianalisis dan disajikan secara naratif.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Penggunaan media sosial di Indonesia dan Dunia**

Media sosial bersifat *online tools* yang mendukung interaksi antara pengguna dengan cara pertukaran informasi, pendapat, dan peminatan. Jenis media sosial terdiri dari proyek gabungan (contoh: Wikipedia, Wikispaces), blogs (contoh: Wordpress), mikroblogs (contoh: Twitter), komunitas *content* (contoh: Youtube), situs jejaring sosial (contoh: Facebook, Instagram, Path), folksonomies atau *tagging* (contoh: *delicious*), virtual game worlds (contoh: World of Warcraft), virtual social worlds (contoh: Second Life), dan semua akses berbasis internet lainnya (Khan *et al.*, 2014).

Penggunaan media sosial di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun dengan rata-rata penggunaan media sosial per hari lebih tinggi dari rata-rata dunia. Data Hootsuite dari tahun 2020 hingga 2022 disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Profil penggunaan media sosial di Indonesia dan dunia

Aspek	2020	2021	2022
total populasi	272,1 juta	247,9 juta	277,7 juta
koneksi seluler	338,2 juta	345,3 juta	370,1 juta
pengguna internet	175,4 juta	202,6 juta	204,7 juta
pengguna aktif media sosial	160,0 juta	170,0 juta	191,4 juta
rata-rata penggunaan per hari Indonesia	3 jam 26 menit	3 jam 14 menit	3 jam 17 menit
rata-rata penggunaan per hari dunia	-	2 jam 24 menit	2 jam 24 menit
platform yang terbanyak digunakan Indonesia	youtube	youtube	WhatsApp
platform yang terbanyak digunakan dunia	facebook	facebook	Facebook

Sumber: (Hootsuite, 2022)

### Keunggulan Media Sosial

Media sosial telah muncul sebagai platform kuat yang mempengaruhi pola komunikasi sehari-hari. Dengan media baru ini, setiap individu dapat menemukan informasi, membuat konten bahkan membaginya kepada orang lain (Jin *et al.*, 2019; Skaalsveen *et al.*, 2020). Media sosial menghemat waktu dan upaya dalam distribusi pesan (Leonardi, 2017; Mngwengwe dan Dlamini, 2020; van Zoonen dan Treem, 2019; Yang *et al.*, 2021). Media baru ini juga efektif, cepat, tepat dan relatif murah (Azahari *et al.*, 2021). Media sosial memungkinkan individu untuk berkomunikasi satu sama lain, mengelola profil mereka, dan bertukar pendapat (Jami Pour dan Taheri, 2019), mewadahi kerjasama di antara pengguna dengan penciptaan dan pertukaran konten (Mngwengwe dan Dlamini, 2020).

Ada bukti media sosial diminati banyak kalangan. Penggunaan media sosial bermanfaat memperluas pengetahuan dan informasi di kalangan pustakawan (Al-Shibly, 2019), membantu siswa meningkatkan kompetensi (Lei *et al.*, 2021), memfasilitasi berbagi pengetahuan akademisi (Fauzi *et al.*, 2018, 2019).

### Media Sosial sebagai Media Berbagi pengetahuan

Berbagi pengetahuan adalah bentuk komunikasi partisipatif (Flor dan Flor, 2019; Flor dan Cangara, 2018; Servaes, 2020; Wilkins *et al.*, 2014). *Knowledge sharing* tidak hanya bermanfaat bagi para pencari pengetahuan dan pemanfaat bebas tetapi juga kontributor (Nagle, 2018; Zhu *et al.*, 2014). Membantu orang lain memecahkan masalah dapat merangsang

kontributor pengetahuan untuk belajar dari pengalaman dan kontribusi masa lalu, sehingga meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja mereka (Leonardi dan Meyer, 2015; Nagle, 2018). *Knowledge sharing* juga dianggap sebagai jenis pertukaran sosial, orang-orang berbagi pengetahuan dan keterampilan dengan rekan-rekan dan mengharapkan secara timbal balik, untuk menerima pengetahuan orang lain sebagai imbalan (Al-Shibly, 2019; Fayyaz *et al.*, 2021; Vaidyanathan dan Kidambi, 2018) dengan pengecualian ketika menguntungkan, orang biasanya tidak mau berbagi sumberdaya yang langka dengan orang lain (Moghavvemi *et al.*, 2017).

Berbagi pengetahuan telah menjadi komponen penting bagi organisasi atau masyarakat mana pun untuk bergerak menuju pertumbuhannya (Chutia dan Scholar, 2018). Seseorang yang berbagi pengetahuan bukan berarti akan kehabisan pengetahuan yang dimiliki justru sebaliknya pengetahuan yang sudah dimiliki tersebut akan lebih bernilai karena dapat bermanfaat untuk orang banyak (Sedarmayanti *et al.*, 2020). Penggunaan media sosial untuk berbagi pengetahuan dilakukan pengguna lebih karena mereka mengharapkan hasil yang lebih tinggi (Etemadi *et al.*, 2020).

Media sosial terbukti efektif menjadi platform untuk berbagi pengetahuan (Kucharska dan Erickson, 2020; Leonardi, 2017; Mngwengwe dan Dlamini, 2020; Panahi *et al.*, 2016; Schlagwein dan Hu, 2016; van Zoonen dan Treem, 2019; Yang *et al.*, 2021; Zhang *et al.*, 2020) dan untuk mentransfer pengetahuan (Chatterjee, 2020; Whittington, 2012). Media sosial sebagai alat penting dalam berbagi pengetahuan *tacit* (Ahmed *et al.*, 2019a; Nezakati *et al.*, 2015).

Media baru ini meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi/*to share* (Meikle dan Young, 2012). Media digital ini mendukung pengguna melakukan tindakan berkolaborasi (Kane, 2016; Lasi dan Basiran, 2021; Ralph dan Ralph, 2013; van Dijck, 2013); berkumpul dan berkomunikasi (Azahari *et al.*, 2021; Nasrullah, 2018); bersosialisasi, berinteraksi, terhubung dengan pelanggan (Azahari *et al.*, 2021) dan menciptakan pengetahuan dalam organisasi (Ahmed *et al.*, 2019b) dengan pendekatan kolaboratif dan partisipatif (Berthon *et al.*, 2012).

### **Peluang Media Sosial sebagai Media Berbagi Pengetahuan bagi Petani**

Ada bukti bahwa media sosial bermanfaat bagi pembangunan pedesaan dan pertanian (Prayoga, 2017). Media baru ini berkontribusi mewujudkan pertanian konvensional menuju pertanian modern (Arianto, 2021). Petani memanfaatkan media sosial untuk memperoleh dan berbagi pengetahuan serta ide terkait wirausaha pertanian seperti akses modal dan sarana

produksi (Yunandar *et al.*, 2020). Petani dan pelaku lain akan memperoleh kecukupan informasi dan pengetahuan dengan saling berbagi pengetahuan. Aspek kunci dari berbagi pengetahuan yaitu aktivitas ini dapat menciptakan dialog dan meningkatkan persamaan persepsi. Berbagi pengetahuan menarik karena dengan aktivitas ini petani tidak hanya menunggu informasi dari pemerintah daerah atau dinas terkait atau pihak lain; namun dapat menemukan, mengembangkan, bahkan membaginya kepada orang lain.

Perkembangan teknologi informasi ini juga membuka peluang baru bagi pemberdayaan ekonomi, sosial, dan politik serta meningkatkan kualitas indikator kehidupan pedesaan (Bathaiy *et al.*, 2021). Teknologi informasi dan komunikasi membuat petani lebih berdaya dalam pemasaran, kapasitas produksi yang selanjutnya akan mengurangi kemiskinan (Burhan, 2018) dan mendukung pembangunan pertanian berkelanjutan (Safitri, 2019).

Media sosial mendapatkan popularitas di daerah pedesaan (Bhanupratap *et al.*, 2017) dan pada sektor pertanian (Nurlaela *et al.*, 2020). Media sosial menjadi alat potensial pengembangan masyarakat pedesaan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan, memungkinkan mobilisasi sosial, memperbaiki komunikasi secara kolektif dan komunitas melalui situs jejaring (Bhanupratap *et al.*, 2017).

Media sosial terbukti bermanfaat bagi petani untuk berbagi pengalaman (Riley dan Robertson, 2021), menceritakan kisah sukses dan kegagalan, *posting* panen, promosi hasil (Balkrishna dan Deshmukh, 2017), mendapatkan informasi, mengatasi masalah (Balkrishna dan Deshmukh, 2017; Thakur *et al.*, 2018; Thakur dan Chander, 2018), mengklarifikasi keraguan, mengkonstruksi modal sosial (Thakur *et al.*, 2018; Thakur dan Chander, 2018). Media sosial juga memberi rasa keterhubungan kesempatan untuk terus belajar dalam praktik pertanian, mengkonstruksi modal sosial (Thakur dan Chander, 2018).

### **Tantangan Penggunaan Media Sosial sebagai Media Berbagi Pengetahuan bagi Petani**

Berbagi pengetahuan akan membangun inovasi dan kolaborasi kelompok/organisasi. . Tantangan yang dihadapi adalah membuat individu tersebut bersedia untuk berbagi pengetahuan mereka dengan rekan-rekan yang lain (Rozaq, 2014). Tantangan ke depan yaitu meningkatkan motivasi dan minat petani untuk berbagi pengetahuan serta iklim dialog yang kondusif.

Media sosial terbukti efektif dan diminati banyak kalangan untuk berbagi pengetahuan, namun banyak studi menunjukkan bahwa petani belum memanfaatkan media sosial ini dengan maksimal. Penggunaan media berbasis internet oleh mereka yang berkecimpung di dunia pertanian agrokomples masih terbatas (Prayoga, 2017). Sebagian besar petani perikanan air

tawar belum memanfaatkan teknologi informasi (Arianto, 2021; Oktavia *et al.*, 2017). Sebagian besar petani belum mampu merangkum, mengolah, dan memberikan tagar untuk kembali dibagikan kepada orang lain. Petani hanya sebatas mampu meneruskan informasi dari seseorang kepada orang lain atau grup media sosial (Lestari dan Indrasari, 2019; Oktavia *et al.*, 2017).

Peningkatan penggunaan media sosial oleh petani adalah tantangan. Tantangan perkembangan media digital menuntut kemampuan individu termasuk petani, khususnya dalam memanfaatkan perangkat digital seperti komputer, laptop, gadget, dan perangkat teknologi lainnya. Tingkat kemampuan literasi media petani berada pada level *basic* atau kurang (Yulida *et al.*, 2019). Kemampuan individu dalam memanfaatkan perangkat digital perlu didukung oleh tingkat literasi yang memadai khususnya literasi digital. Hal tersebut dikarenakan masyarakat pada era digital dituntut dapat menerapkan literasi digital secara komprehensif. Literasi digital dapat membantu seseorang meningkatkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan informasi (Amin, 2018; Triaji *et al.*, 2021).

Tantangan lain selanjutnya yaitu kesiapan petani mencari informasi dari berbagai sumber. Informasi kadang datang kepada mereka, namun sering pula petani harus mencari informasi yang dibutuhkan. Masyarakat (petani) harus memiliki kesiapan dalam mengevaluasi atau mengkonfirmasi suatu informasi yang sampai kepada mereka agar tidak salah dalam mengambil keputusan (Raya *et al.*, 2017). Petani memiliki peran penting dalam meningkatkan arus informasi dan pertukaran pengetahuan antara berbagai kelompok jaringan petani. *Influencer* dengan profil sosial aktif di media sosial dari kalangan petani memiliki pengaruh tinggi untuk memengaruhi petani lain (Skaalsveen *et al.*, 2020).

Peningkatan literasi digital juga meliputi kompetensi petani dalam penggunaan media sosial. Agar media sosial optimal, maka pemanfaatan media sosial perlu disesuaikan dengan masing-masing bentuk dan fungsinya. Sebagai contoh, Whatsapp grup dapat digunakan sebagai forum untuk berdiskusi dan berbagi pengetahuan serta informasi terkait produk, harga, akses modal, pasar, dan aktivitas wirausaha lainnya. Media sosial Twitter tepat digunakan sebagai media untuk berbagi ide dan informasi, membangun komunitas, dan juga mempromosikan produk (Yunandar *et al.*, 2020).

Tantangan dalam meningkatkan penguasaan teknologi (termasuk literasi) tersebut yaitu biaya besar. Peralihan teknologi ini merupakan sebuah paradigma baru sehingga prosesnya tidak mudah (Muliawaty, 2019). Modal menjadi tantangan petani dalam kesiapan untuk menerapkan suatu informasi (Raya *et al.*, 2017).

Tantangan yang dihadapi yaitu penting mengatasi kesenjangan antara masyarakat perkotaan dan pedesaan dalam hal akses teknologi (webpage IISD). Kesenjangan digital dianggap sebagai hambatan atau tantangan dalam proses pembangunan (Littlejohn dan Foss, 2016). Kesenjangan digital mengacu pada kesenjangan antara orang-orang yang memiliki akses yang memadai ke ICT dan mereka yang memiliki akses 'nol' atau buruk ke ICT (Pérez-Morote *et al.*, 2020; Soomro *et al.*, 2020). Kesenjangan digital dapat berkurang dengan peningkatan literasi digital dan pembangunan infrastruktur ICT sehingga petani dapat meningkatkan akses media digital.

### **Kesimpulan dan Saran**

Media sosial terbukti efektif dan diminati banyak kalangan untuk berbagi pengetahuan. Terdapat peluang dan sekaligus tantangan dalam penggunaan media sosial sebagai media berbagi pengetahuan. Berbagai kemanfaatan dan kondisi mendukung menjadi peluang, namun hal ini akan terwujud optimal jika diimbangi dengan menjawab tantangan-tantangan yang ada. Peluang terbuka bagi penggunaan media sosial oleh petani untuk berbagi pengetahuan. Tantangan yang dihadapi antara lain meningkatkan motivasi dan minat petani untuk berbagi pengetahuan serta iklim dialog yang kondusif, meningkatkan literasi informasi dan digital petani, biaya, serta mengatasi kesenjangan digital.

### **Daftar Pustaka**

- Ahmed, Y. A., M. N. Ahmad, N. Ahmad, and N. H. Zakaria. 2019a. Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review. *Telematics and Informatics*. 37: 72-112. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.01.015>.
- Ahmed, Y. A., M. N. Ahmad, N. Ahmad, and N. H. Zakaria. 2019b. Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review. *Telematics and Informatics*. 37: 72-112. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.01.015>.
- Al-Shibly, M. S. 2019. The use of social media in knowledge sharing case study undergraduate students in Major British Universities. *International Journal of Online Marketing*. 9(4): 19-32. <https://doi.org/10.4018/ijom.2019100102>.
- Allam, H., M. Bliemel, H. Ali-Hassan, J. Blustein, and L. Spiteri. 2020. If you build it, they won't come: what motivates employees to create and share tagged content: a theoretical model and empirical validation. *International Journal of Information Management*, 54(June), 102148. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102148>.

Amin, M. 2018. Ict for Rural Area Development in Indonesia: a Literature Review. *Journal of*

Information Technology and Its Utilization. 1(2): 32–37.  
<https://doi.org/10.30818/jitu.1.2.1881>.

Arianto, B.---. (2021). Analisis peran buzzer media sosial dalam memperkuat kampanye petani milenial. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*. 11(2): 168–187.  
<https://doi.org/10.31506/jrk.v11i2.9915>.

Azahari, H., G. N. Huwae, and R. P. Nugraha. 2021. Deaf Disability Interaction And Information Space On Social Media Platform. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*. 24(2): 301–309. <https://ijpsat.ijsht-journals.org/index.php/ijpsat/article/download/2664/1587>.

Balkrishna, B. B. and A. A. Deshmukh. 2017. A Study on Role of Social Media in Agriculture Marketing Use of WhatsApp. *International Journal of Management, IT & Engineering*. 7(4): 416–423. <https://doi.org/10.18782/2320-7051.7722>.

Bathaiy, S. S., M. Chizari, H. Sadighi, and A. Alambeigi. 2021. Social media and farmer's resilience to drought as an environmental disaster: A moderation effect. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 59(February 2020), 102209.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2021.102209>.

Berthon, P. R., L. F. Pitt, K. Plangger, and D. Shapiro. 2012. Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. *Business Horizons*. 55: 261–271. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2012.01.007>.

Bhanupratap, A., A. Sosale, D. Srinivasa, and G. Murthy. 2017. Social Media, Social Networking and Rural Development in India. *International Journal of Multidisciplinary Educational Research*. 6(7(12)): 140–145.

Burhan, A. B. 2018. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Pengembangan Ekonomi Pertanian dan Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. 16(2): 233–247. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.16.2.233-247>.

Chatterjee, S. 2020. Impact of AI regulation on intention to use robots. *International Journal of Intelligent Unmanned Systems*. 8(2): 97–114. <https://doi.org/10.1108/IJIUS-09-2019-0051>.

Chutia, R. and M. P. Scholar. 2018. Strategies of Knowledge Sharing Among the Postgraduate Students of University of Science and Technology, Meghalaya: A Study. *Library Philosophy and Practice (e-Journal)*, 1–23.

Dahri, A. F. and A. M. Yunus. 2017. The effectiveness of social media as knowledge management sharing tool in government agency: a case study. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 7(12): 1189–1199.  
<https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i12/3750>.

Etemadi, R., C. K. H. Hon, G. Murphy, and K. Manley. 2020. The use of social media for work-related knowledge sharing by construction professionals. *Architectural Engineering and Design Management*. 16(6): 426–440.  
<https://doi.org/10.1080/17452007.2019.1688637>.



- Fauzi, M. A., C. T. Nya-Ling, R. Thurasamy, and A. O. Ojo. 2018. An integrative model of knowledge sharing in Malaysian Higher Learning Institute. *Kybernetes*. 47(5): 1031–1052. <https://doi.org/10.1108/K-10-2017-0388>.
- Fauzi, M. A., C. T. Nya-Ling, R. Thursamy, and A. O. Ojo. 2019. Knowledge sharing: Role of academics towards research productivity in higher learning institution. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*. 49(1): 136–159. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-09-2018-0074>.
- Fayyaz, A., B. N. Chaudhry, and M. Fiaz. 2021. Upholding knowledge sharing for organization innovation efficiency in Pakistan. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 7(1): 1–17. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010004>.
- Flor, A. and B. G. Flor. 2019. *Knowledge Sharing for Collective Climate Action* (A. G. Flor & B. P. Flor (eds.); 1st ed.). Faculty of Information and Communication Studies, University of the Philippines.
- Flor, A. G. dan H. Cangara. 2018. *Komunikasi Lingkungan: Penanganan Kasus-kasus Lingkungan melalui Strategi Komunikasi*. Prenadamedia Group. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065> <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507> <http://dx.doi.org/10.1016/j.humpath.2017.05.005> <https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z> <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>.
- Hootsuite. 2022. *Digital 2022 Indonesia: The Essential Guide to The Latest Connected Behaviours*.
- Jami Pour, M. and F. Taheri. 2019. Personality traits and knowledge sharing behavior in social media: mediating role of trust and subjective well-being. *On the Horizon*. 27(2): 98–117. <https://doi.org/10.1108/OTH-03-2019-0012>.
- Jin, X. L., Z. Zhou, and X. Yu. 2019. Predicting Users' willingness to diffuse healthcare knowledge in social media: A communicative ecology perspective? *Information Technology and People*. 32(4): 1044–1064. <https://doi.org/10.1108/ITP-03-2018-0143>
- Kane, G. C. 2016. *The evolutionary implications of social media for organizational knowledge management*.
- [Kemenperin], K. P. R. I. 2018. *Revolusi Industri 4.0 di Indonesia*.
- Khan, G. F., B. Swar, and S. K. Lee. 2014. Social media risks and benefits: a public sector perspective. *Social Science Computer Review*. 32(5): 606–627. <https://doi.org/10.1177/0894439314524701>.
- Khan, M. I., M. Ahmed, Saifudin, and A. Amin. 2017. The Impact of Social Media on Teacher's Performance : A Case of Higher Educational Institutions of Pakistan. *European Online Journal of Natural and Social Sciences* 2017. 6(2): 206–221. <http://www.european-science.com>.
- Kucharska, W. and G. S. Erickson. 2020. The influence of IT-competency dimensions on job

- satisfaction, knowledge sharing and performance across industries. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*. 50(3): 387–407. <https://doi.org/10.1108/VJKMS-06-2019-0098>.
- Lasi, M. A. and I. Basiran. 2021. A study on The impact of government using social media as medium in sharing information to public. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*. 6(3): 352–364. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v6i3.711>.
- Lei, S. Y., D. K. W. Chiu, Lung, M. M. wai, and C. T. Chan. 2021. Exploring the aids of social media for musical instrument education. *International Journal of Music Education*. 39(2): 187–201. <https://doi.org/10.1177/0255761420986217>.
- Leonardi, P. M. 2017. The social media revolution: Sharing and learning in the age of leaky knowledge. *Information and Organization*. 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2017.01.004>.
- Leonardi, P. M. and S. R. Meyer. 2015. Social media as social lubricant: How ambient awareness eases knowledge transfer. *American Behavioral Scientist*. 59(1): 10–34. <https://doi.org/10.1177/0002764214540509>.
- Lestari, N. N. and S. Y. Indrasari. 2019. Teachers' adoption of 1:1 iPad implementation in the classroom. *Interactive Technology and Smart Education*. 16(3): 278–299. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2018-0041>.
- Littlejohn, S. W. and K. A. Foss. 2016. *Ensiklopedia Teori Komunikasi*. KENCANA.
- Meikle, G. and S. Young. 2012. *Media convergence: Networked digital media in everyday life*. In *Palgrave Macmillan*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1080/02560054.2013.853363>.
- Mngwengwe, S. and P. Dlamini. 2020. The use of social media tools to support scholarly knowledge among students at the University of Zululand. *Library Philosophy and Practice*. <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/3941>.
- Moghavvemi, S., M. Sharabati, T. Paramanathan, and N. M. Rahin. 2017. The impact of perceived enjoyment, perceived reciprocal benefits and knowledge power on students' knowledge sharing through Facebook. *International Journal of Management Education*. 15(1): 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.11.002>.
- Muliawaty, L. 2019. Peluang dan tantangan sumber daya manusia di era disrupsi. *Kebijakan : Jurnal Ilmu Administrasi*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v10i1.1416>.
- Nagle, F. 2018. Learning by contributing: Gaining competitive advantage through contribution to crowdsourced public goods. *Organization Science, Article in Advance*, 1–19. <https://doi.org/10.1287/orsc.2018.1202>.
- Nasrullah, R. 2018. *Media Sosial: Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (N. S. Nurbaya (ed.)). Simbiosis Rekatan Media. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader>.

- Nezakati, H., A. Amidi, Y. Y. Jusoh, S. Moghadas, Y. A. Aziz, and R. Sohrabinezhadtalemi. 2015. Review of Social Media Potential on Knowledge Sharing and Collaboration in Tourism Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 172: 120–125. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.344>.
- Nurlaela, S., S. S. Hariadi, and A. B. Raya. 2020. The role of young farmers group in new media utilization for young horticultural agripreneurs in yogyakarta special region, indonesia. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 8(3), 518–526. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8356>.
- Oktavia, Y., P. Muldjono, S. Amanah, dan M. Hubeis. 2017. Hubungan perilaku komunikasi dan pengembangan kapasitas pelaku agribisnis perikanan air tawar di Padang, Sumatera Barat. *Jurnal Penyuluhan*, 13(2), 157–165. <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v13i2.15443>.
- Pal, A. 2018. Motivations of Individuals Participating in Social Media: A Cultural Perspective. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 14(6), 315–332. <https://doi.org/10.17265/1548-6583/2018.06.003>.
- Panahi, S., J. Watson, and H. Partridge. 2016. Information encountering on social media and tacit knowledge sharing. *Journal of Information Science*, 42(4), 539–550. <https://doi.org/10.1177/0165551515598883>.
- Pérez-Morote, R., Pontones-Rosa, C., and Núñez-Chicharro, M. 2020. The effects of e-government evaluation, trust and the digital divide in the levels of e-government use in European countries. *Technological Forecasting and Social Change*, 154(July 2019). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119973>.
- Prayoga, K. 2017. Pemanfaatan sosial media dalam penyuluhan pertanian dan perikanan di Indonesia. *Agriekonomika*, 6(1), 32–43. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.2680>.
- Ralph, M. and L. Ralph. 2013. Weapons of mass instruction: the creative use of social media in improving pedagogy. *Informing Science and Information Technology*, 10, 449–460.
- Raya, A. B., S. P. Wastutiningsih, P. M. Penggalih, S. P. Sari, dan D. A. Purwani. 2017. Tantangan literasi informasi petani di era informasi: studi kasus petani di lahan pasir pantai Daerah Istimewa Yogyakarta. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 10(1), 10–16. <https://doi.org/10.19184/jsep.v10i1.5219>.
- Riley, M. and B. Robertson. 2021. #farming365 – Exploring farmers’ social media use and the (re)presentation of farming lives. *Journal of Rural Studies*, 87(April), 99–111. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.08.028>.
- Rozaq, K. 2014. Anteseden perilaku berbagi pengetahuan dan pengaruhnya pada kemampuan inovasi perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 77–92.

- Safitri, L. S. 2019. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Mengakses Kredit Bagi Petani. *The World of Business Administration Journal*, 1(2), 125–142. <https://doi.org/10.37950/wbaj.vi.750>.
- Schlagwein, D. and M. Hu. 2016. How and why organisations use social media: five use types and their relation to absorptive capacity. *Journal of Information Technology*, 1–16. <https://doi.org/10.1057/jit.2016.7>.
- Schwab, K. 2017. *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Business.
- Sedarmayanti, T. Listiani, and Mulyaningsih. 2020. Inovasi dan Manajemen Pengetahuan untuk Mewujudkan Sumber Daya Manusia Unggul (Rachmi (ed.)). PT Refika Aditama.
- Servaes, J. 2020. Handbook of communication for development and social change. In J. Servaes (Ed.), *Handbook of Communication for Development and Social Change*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2014-3>.
- Skaalsveen, K., J. Ingram, and J. Urquhart. 2020. The role of farmers' social networks in the implementation of no-till farming practices. *Agricultural Systems*, 181(January), 102824. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2020.102824>.
- Soomro, K. A., U. Kale, R. Curtis, M. Akcaoglu, and M. Bernstein. 2020. Digital divide among higher education faculty. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(1), 1–16. <https://doi.org/10.1186/s41239-020-00191-5>.
- Tarigan, H. 2020. Pengembangan sumber daya manusia pertanian pada era disrupsi: upaya mendukung agribisnis inklusif. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 38(2), 89–101. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21082/fae.v38n2.2020.89-101>.
- Thakur, D. and M. Chander. 2018. Use of Social Media in Agricultural Extension: Some Evidences from India. *International Journal of Science, Environment and Technology*, 7(4), 1334 – 1346.
- Thakur, D., M. Chander, and V. Katoch. 2018. WhatsApp model for farmer led extension: linking actors and generating localized Information for farmers. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, 26(4), 1–8. <https://doi.org/10.9734/ajaees/2018/43582>.
- Triaji, M., D. Padmaningrum, dan S. Anantanyu. 2021. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku proses pencarian informasi berbasis digital oleh penyuluh pertanian Provinsi Jawa Tengah. *J AGRIBEST*, 5, 56–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/agribest.v5i1.4294>.
- Vaidyanathan, S. and S. S. Kidambi. 2018. An empirical evaluation of adoption and diffusion of new ICTs for knowledge sharing in IT organizations. *International Journal of Web Portals*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.4018/IJWP.2018010101>.
- van Dijck, J. 2013. “You have one identity”: Performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture and Society*, 35(2), 199–215. <https://doi.org/10.1177/0163443712468605>.

- van Zoonen, W. and J. W. Treem. 2019. The role of organizational identification and the desire to succeed in employees' use of personal twitter accounts for work. *Computers in Human Behavior*, 100(May), 26–34. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.06.008>.
- Whittington, R. 2012. Big Strategy/Small Strategy. *Strategic Organization*. 10(3): 263–268. <https://doi.org/10.1177/1476127012452828>.
- Wilkins, K. G., T. Tufte, and R. Obregon. 2014. *The Handbook of Development Communication and Social Change*. In Wiley Blackwell.
- Yang, X., Ye, H. (Jonathan), and Wang, X. 2021. Social media use and work efficiency: insights from the theory of communication visibility. *Information and Management*, 58(4), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103462>
- Yulida, R., R. Rosnita, E. Sayamar, dan Y. Andriani. 2019. Analisis tingkat kemampuan literasi media petani perkebunan di Provinsi Riau. *Unri Conference Series: Agriculture and Food Security*, 1, 173–181. <https://doi.org/10.31258/unricsagr.1a23>.
- Yunandar, D. T., S. S. Hariadin, dan A. B. Raya. 2020. Sikap dan pengalaman petani milenial dalam memanfaatkan media sosial untuk mendukung keberhasilan berwirausaha pertanian. *Prosiding Seminar Nasional POLBANGTAN YOGYAKARTA MAGELANG 2020 JURUSAN PETERNAKAN*, 1, 195–202. <http://proceedings.ideaspublishing.co.id/index.php/hardiknas/article/view/11>.
- Zhang, X. J., X. Jinpeng, and F. Khan. 2020. The influence of social media on employee's knowledge sharing motivation: a two-factor theory perspective. *SAGE Open*, 10(3). <https://doi.org/10.1177/2158244020942495>.
- Zhu, H., S. P. Dow, R. E. Kraut, dan A. Kittur. 2014. Reviewing versus doing: Learning and performance in crowd assessment. *Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW*, 1445–1455. <https://doi.org/10.1145/2531602.2531718>.