

## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *TIKTOK* SEBAGAI SARANA EDUKASI PERTANIAN

### *The Utilization of TikTok Social Media as a Platform for Agricultural Education*

Komang Tri Asta Pradnya Sulaksana<sup>1\*</sup>, dan Gede Mekse Korri Arisena<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana, Jl. P.B. Sudirman Denpasar, Bali, 80232

<sup>2</sup>Pusat Unggulan IPTEK Perguruan Tinggi (PUI-PT) Kedaulatan Pangan Universitas Udayana, Jl. P.B. Sudirman Denpasar, Bali, 80232

---

#### ABSTRAK

*TikTok* adalah *platform* audio visual berformat video pendek interaktif dengan 1,04 miliar pengguna aktif. Selain sebagai hiburan, *platform* ini juga dimanfaatkan sebagai sarana edukasi yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan pengguna. Namun, konten pertanian masih kurang diminati dibandingkan kategori konten populer lainnya. Mengingat pentingnya pertanian bagi ketahanan pangan, optimalisasi *TikTok* sebagai media edukasi diperlukan. Sehingga tujuan penyusunan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan *TikTok* sebagai sarana edukasi pertanian dalam bentuk konten yang efektif. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*library research*) dengan tiga tahapan utama yaitu merencanakan telaah pustaka, melakukan tinjauan pustaka, dan melaporkan tinjauan pustaka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *TikTok* yang merupakan *platform* media sosial buatan *ByteDance*, tidak hanya digunakan untuk hiburan tetapi juga sebagai sarana edukasi. Dalam edukasi informal, *TikTok* menghadirkan berbagai model pembelajaran yang memengaruhi aktivitas belajar, terutama bagi pengguna yang sudah familiar dengan *platform* ini. *TikTok* berperan dalam meningkatkan wawasan dan keterampilan petani melalui konten edukatif seperti tutorial, inovasi, dan promosi. Selain menjadi sumber informasi pertanian, *TikTok* juga dapat menarik minat generasi muda ke sektor ini dengan konten yang menarik dan inspiratif. Untuk meningkatkan efektivitas edukasi pertanian, penting memperhatikan beberapa hal, seperti durasi *shot*, tempo narasi, serta kombinasi visual dan gaya bahasa yang mendukung daya ingat dan pemahaman audiens.

**Kata kunci:** Edukasi, Media Sosial, Pertanian, *TikTok*

#### ABSTRACT

*TikTok* is an interactive short video audiovisual platform with 1.04 billion active users. Besides serving as entertainment, this platform is also utilized as an effective educational tool to enhance users' knowledge. However, agricultural content is less popular compared to other trending content categories. Given the importance of agriculture for food security, optimizing *TikTok* as an educational medium is essential. Therefore, this study aims to examine the utilization of *TikTok* as an agricultural education platform and identify the most effective content formats for agricultural education. This research employs the library research method, consisting of three main stages: planning the literature review, conducting the review, and reporting the findings. The study results indicate that *TikTok*, a social media platform developed by *ByteDance*, is not only used for entertainment but also for education. In informal education, *TikTok* offers various learning models that influence learning activities, especially for users familiar with the platform. *TikTok* helps improve farmers' knowledge and skills through educational content such as tutorials, innovations, and promotions. Beyond being a source of agricultural information, *TikTok* can also attract

*younger generations to the sector through engaging and inspiring content. To enhance the effectiveness of agricultural education, it is crucial to consider shot duration, narrative tempo, and the combination of visuals and language style that support audience retention and comprehension.*

**Keywords: Agriculture, Education, Social Media, TikTok**

@ 2025 Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Pembangunan Pertanian Gowa  
Halaman Jurnal : <https://ejournal.polbangtan-gowa.ac.id/index.php/J-Agr-Sosekpenyuluhan/article/view/439>  
Received : 9 Maret 2025  
Accepted : 27 Juni 2025  
Published Online : 30 Juni 2025  
\* Email Korespondensi: [triastasulaksana037@gmail.com](mailto:triastasulaksana037@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Aplikasi *TikTok* merupakan suatu media berbentuk audio visual yang mampu menyebarluaskan berbagai macam keunikan serta kreativitas para penggunanya (Prakoso, 2020). Aplikasi ini didirikan oleh Zhang Yiming yang merupakan seorang lulusan *software engineer* dari Universitas Nankai, Tiongkok. Pada Maret 2012, Zhang Yiming mendirikan sebuah perusahaan teknologi yang bernama *ByteDance*. Awalnya perusahaan ini meluncurkan *Toutiao*, salah satu aplikasi berita yang terbesar di China. Namun dengan perkembangan tren yang mengarah ke aplikasi media sosial yang lebih interaktif, maka pada September 2016 Yiming meluncurkan aplikasi *TikTok* yang merupakan jawaban dari kebutuhan para pengguna dalam industri konten terutama teks dan gambar yang saat itu sudah mulai berkembang menjadi video (Hayati, 2021). Dengan inovasi yang mampu menjawab kebutuhan pengguna tersebut, membuat perkembangan pengguna *TikTok* di seluruh dunia meningkat dengan pesat.

*TikTok* bukan sekadar *platform* media sosial biasa. Dengan 1,04 miliar pengguna aktif bulanan, *platform* ini telah menjadi raksasa yang mendominasi sebagai salah satu jaringan dengan pertumbuhan tercepat sepanjang sejarah (Backlinko, 2025). Pesatnya peningkatan pengguna *TikTok* dikarenakan *platform* ini mampu memberikan kesan yang unik dan menarik bagi para penggunanya dalam pembuatan konten berupa video pendek yang bagus dan mampu menarik perhatian *viewers*-nya apabila dibandingkan dengan rivalnya, seperti *Youtube* dan *Instagram*. Rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna untuk mengonsumsi konten *TikTok* lebih dari 1,5 jam per harinya (GilPress, 2023). Keberhasilan *TikTok* dalam menarik pengguna, tidak lepas dari beragam bentuk konten yang tersedia di *platform* ini.

Bentuk – bentuk konten yang terdapat dalam *TikTok* antara lain seperti konten bisnis, *personal branding*, hiburan, dan informasi. Bentuk konten tersebut tentunya akan disesuaikan lagi berdasarkan dengan tujuan, kemampuan, serta hobi dari konten kreator bersangkutan. Dalam pembuatan konten, *TikTok* menyediakan fitur – fitur yang dapat memberikan kesan unik tersendiri, seperti musik, filter, stiker, *reaction*, dan *voice effect*. Selain itu, terdapat juga fitur *TikTok Shop* dan *live streaming* bagi konten kreator yang lebih *advance* serta ingin memperoleh uang melalui *TikTok* (Nurhidayah, 2022). Keberagaman konten dan fitur interaktif *TikTok* mendukung kreativitas kreator serta mempercepat penyebaran informasi, menjadikannya *platform* yang efektif dan efisien.

Saat ini *TikTok* dianggap sebagai *platform* dengan dampak penyebaran informasi tercepat dan terluas di Indonesia (Suwarta *et al.*, 2022). Penggunaan *TikTok* yang tepat guna dan sasaran, didukung dengan berbagai fiturnya mampu mempercepat penyebaran informasi dengan biaya yang lebih murah dibandingkan media konvensional. Begitu besarnya pengguna *TikTok* yang sekaligus sebagai media sosial dengan *engagement rate* tertinggi, membuat *TikTok* menjadi *platform* yang paling efektif dan efisien dalam penyebaran informasi. Sehingga dampak yang ditimbulkan berupa percepatan penyebaran informasi dengan cakupan yang begitu luas sangat besar. Ditambah lagi saat ini terdapat fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* atau sederhananya “takut ketinggalan zaman”, membuat *TikTok* menjadi acuan sejauh mana

tren atau isu telah berkembang. *TikTok* efektif dalam menyebarkan informasi dan pengetahuan melalui konten video singkat, terutama tutorial, yang meningkatkan pemahaman dan kreativitas pemirsa.

Pada era serba digital saat ini, begitu banyak pengetahuan dapat dengan mudah diperoleh di internet, salah satunya *TikTok* (Mahardhika *et al.*, 2021). Selain sebagai hiburan, nyatanya sangat banyak konten *TikTok* yang bermanfaat dalam memberikan pengetahuan. Dengan konsep konten *TikTok* berupa video singkat, konten pengetahuan yang sering digunakan yaitu konten dalam bentuk tutorial – tutorial. Mengingat terbatasnya durasi pada konten *TikTok*, tak jarang banyak konten yang sampai dibuat per bagian – bagiannya (*part*) tersendiri. Meskipun *TikTok* menyediakan banyak konten edukatif dalam bentuk video singkat seperti tutorial, topik pertanian masih belum termasuk dalam kategori konten yang paling diminati oleh pengguna.

Topik pertanian saat ini belum masuk dalam kategori konten *TikTok* terfavorit yang ditonton pengguna *TikTok*. Lima kategori konten terfavorit dipegang oleh rekomendasi wisata, produk kecantikan, resep masak, tempat makan/minum, dan tren *fashion* (Databoks, 2023). Padahal konten – konten pertanian, khususnya berperan penting dalam menstimulus masyarakat untuk terwujudnya ketahanan pangan rumah tangga (Churiyah *et al.*, 2022). Mengingat begitu pentingnya topik pertanian terhadap masyarakat, maka penggunaan *TikTok* sebagai media penyebar informasi merupakan pilihan yang tepat karena *TikTok* telah memberikan pengaruh yang cukup besar dalam dunia perkontenan di Indonesia.

Kehadiran *TikTok* memunculkan suatu fenomena baru dalam kebiasaan masyarakat Indonesia. Sejak masuknya *TikTok*, ekosistem dunia perkontenan, khususnya konten video mengalami perubahan. Masyarakat internet saat ini memiliki karakteristik yang mudah bosan. Sehingga, konten dengan durasi pendek dianggap jauh lebih bervariasi dan adaptif (Yusuf, 2023). Bahkan, durasi konten video yang efektif menarik perhatian audiens yaitu konten video dengan durasi pendek (15-30 detik). Setelahnya secara berturut-turut disusul oleh konten video dengan durasi sedang (30-60 detik) dan durasi panjang (> 60 detik) (Populix.co, 2023). Sedangkan untuk video penjelasan singkat yang bersifat mendidik idealnya memiliki durasi 60-90 detik (Sahni, 2023). Tentu hal ini menjadikan suatu tantangan tersendiri bagi para konten kreator pertanian untuk membuat suatu konten video yang mampu meningkatkan pengetahuannya namun hanya dengan durasi yang singkat. Maka berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, disusunlah penelitian ini yang dimaksudkan untuk mengetahui pemanfaatan *TikTok* sebagai sarana edukasi pertanian dalam bentuk konten yang efektif.

## MATERI DAN METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka (*library research*). Menurut Sari dan Asmendri (2020), penelitian kepustakaan merupakan kegiatan riset yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi dan data melalui berbagai sumber yang tersedia di perpustakaan, seperti buku referensi, hasil penelitian terdahulu yang relevan, artikel, catatan, serta berbagai jurnal yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang dikaji. Menurut Sari *et al.* (2023), kajian pustaka merupakan proses mendalami, menelaah, dan mengidentifikasi berbagai pengetahuan yang terdapat dalam literatur, seperti sumber bacaan, buku referensi, atau hasil penelitian lain yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Adapun terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui peneliti dalam pelaksanaan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

### Merencanakan Telaah Pustaka

Langkah awal dalam penelitian ini adalah melakukan perencanaan telaah pustaka yang diawali dengan menentukan topik penelitian yang relevan. Pemilihan topik ini dapat dilakukan dengan menelusuri berbagai jurnal akademik, berdiskusi dengan peneliti atau akademisi, serta mempersempit fokus pada satu permasalahan tertentu yang ingin dikaji lebih dalam. Dalam konteks penelitian ini, topik yang dipilih

berkaitan dengan bagaimana pemanfaatan *TikTok* sebagai sarana edukasi pertanian dalam bentuk konten yang efektif.

### Melakukan Tinjauan Pustaka

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan dan menelaah berbagai sumber literatur yang relevan, seperti jurnal, buku, dan penelitian sebelumnya yang membahas penyampaian informasi melalui media audiovisual. Hasil tinjauan pustaka disusun dalam tabel yang berisi sumber-sumber pustaka yang relevan dalam menjawab tujuan penelitian.

### Melaporkan Tinjauan Pustaka

Penyusunan atau pelaporan tinjauan pustaka merupakan tahap akhir dalam proses pembuatan tinjauan pustaka, yang dilakukan dengan mengembangkan hasil analisis dan evaluasi terhadap berbagai sumber literatur. Dalam penulisannya, dapat disusun terlebih dahulu kerangka yang terperinci, seperti mengidentifikasi tema atau pola yang muncul, kemudian mengorganisasikannya ke dalam bagian utama (*headings*) dan subbagian (*subheadings*) yang tersusun secara logis (Mahanum, 2021). Pelaporan tinjauan pustaka ini merupakan langkah final dalam proses penyusunan penelitian ini, yang melibatkan pengolahan informasi-informasi yang diperoleh dari berbagai literatur. Sebelum menulis, penting untuk membuat kerangka yang jelas dengan mengidentifikasi tema atau pola yang ditemukan, lalu menyusunnya secara sistematis dan terstruktur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelusuran serta penelaahan terhadap berbagai literatur serta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan terhadap penelitian ini, maka disusunlah Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Telaah dan Tinjauan Pustaka

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Arsyad (2015)	Pengaruh Durasi <i>Shot</i> dan Tempo Narasi terhadap Kemampuan Mengingat Pesan Video Jambu Kristal	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa durasi <i>shot</i> berpengaruh signifikan terhadap kemampuan mengingat pesan, sedangkan tempo narasi belum terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan mengingat pesan. Kombinasi yang paling efektif dalam meningkatkan daya ingat adalah penggunaan durasi <i>shot</i> yang cepat dengan tempo narasi yang lambat.
2	Sasmita (2015)	Pengaruh Bentuk Visualisasi dan Format Narasi Video terhadap Peningkatan Pengetahuan tentang Pengolahan <i>Yogurt</i> Rumahan	Penelitian ini menunjukkan bahwa semua perlakuan video yang diberikan mampu meningkatkan pengetahuan responden tentang pengolahan <i>yogurt</i> rumahan. Perbedaan antara visualisasi dalam bentuk video dan foto tidak signifikan dalam memengaruhi peningkatan pengetahuan, tetapi keduanya sama-sama efektif. Demikian pula, format narasi formal dan personal tidak menunjukkan perbedaan yang berarti dalam meningkatkan pemahaman responden. Narasi suara lebih berperan sebagai pendukung visual agar pesan lebih efektif tersampaikan. Interaksi antara bentuk visual dan format narasi tidak secara langsung memengaruhi peningkatan pengetahuan, tetapi keduanya saling melengkapi dalam menyampaikan informasi, sehingga semua kombinasi perlakuan memiliki efektivitas yang sama dalam

			meningkatkan pemahaman responden tentang pengolahan <i>yogurt</i> .
3	Nirwana <i>et al.</i> (2016)	Pengaruh Penyajian Visual dan Gaya Bahasa pada Video tentang Pariwisata di Kabupaten Garut terhadap Peningkatan Pengetahuan	Hasil dari penelitian ini yaitu penyajian visual dan gaya bahasa melalui video berpengaruh dalam meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang pariwisata di Garut. Seluruh kombinasi penyajian visual dan gaya bahasa memiliki pengaruh, sementara karakteristik individu tidak berkorelasi dengan peningkatan pengetahuan.
4	Dharmawan <i>et al.</i> (2021)	Pengaruh Bentuk Visual dan Durasi Video <i>Youtube</i> Kawasan Rumah Pangan Lestari Terhadap Pengetahuan Petani	Hasil dari penelitian ini menunjukkan semua kombinasi bentuk visual dan durasi video <i>Youtube</i> Kawasan Rumah Pangan Lestari berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan responden. Peningkatan pengetahuan paling tinggi diperoleh dari video bentuk visual realistis dengan durasi panjang (lebih dari tiga menit), diikuti oleh video bentuk visual realistis dengan durasi pendek (kurang dari atau sama dengan tiga menit), selanjutnya video animasi infografis dengan durasi panjang (lebih dari tiga menit), dan yang terakhir adalah video animasi infografis dengan durasi pendek (kurang dari atau sama dengan tiga menit).
5	Firamadhina dan Krisnani (2024)	Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial <i>TikTok</i> : <i>TikTok</i> Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>TikTok</i> dapat digunakan sebagai bentuk pendidikan informal dan aktivisme digital. Namun penelitian ini menyebutkan bahwa masih perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk aplikasi pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi dan aktivisme.
6	Pozzo <i>et al.</i> (2024)	<i>The Impact Of TikTok as an Educational Tool on Students' Performance: A Multi-Group Comparison of International Business Performance: A Multi-Group Comparison of International Business Classes in Peru and Colombia</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>TikTok</i> secara signifikan memengaruhi kinerja siswa dalam kelompok dengan pengalaman dan familiaritas tinggi dengan <i>platform</i> tersebut. Namun, pengalaman rendah menyebabkan persepsi negatif dan hasil yang tidak signifikan pada kinerja siswa.
7	Gailhard <i>et al.</i> (2025)	<i>The Online Portrayal of Urban Farmers: Professionals' Perspectives on Their Influence on Constructing Farming-Career Paths</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>urban farmers</i> digambarkan dengan berbagai tema di media sosial, seperti usaha kecil, beragam, berpegang pada nilai moral, inovatif, dan populer. Gambaran ini berpengaruh pada minat seseorang untuk berkarir di bidang pertanian. Eksposur tentang profesi petani dan mencoba pengalaman lewat media sosial bisa mendorong seseorang untuk memilih karir di bidang ini, baik secara sadar maupun tidak. Selain itu, <i>urban farmers</i> yang dianggap punya nilai moral tinggi bisa menjadi motivasi bagi orang lain, baik melalui inspirasi dari hubungan sosial <i>online</i> maupun dorongan pribadi untuk mandiri. Secara keseluruhan, cara <i>urban farmers</i>

			ditampilkan di media sosial dapat membentuk pandangan orang tentang karier di bidang pertanian dan sektor berkelanjutan lainnya.
8	Walukow <i>et al.</i> (2024)	Pengaruh Media Audio Visual Terhadap Pengetahuan Dan Keterampilan Petani Di Desa Tincep Kecamatan Sonder Kabupaten Minahasa	Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media audio visual berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan petani. Petani memanfaatkan media audio visual untuk memperoleh informasi pertanian melalui berbagai aplikasi seperti <i>Youtube</i> , <i>Facebook</i> , <i>Google</i> , <i>TikTok</i> , dan <i>Instagram</i> . Konten yang digunakan mencakup materi edukasi, tutorial, serta promosi.

### Pemanfaatan *TikTok* Sebagai Sarana Edukasi Pertanian



Gambar 1. Logo *TikTok*  
Sumber: PNGIMG.com

*TikTok* adalah *platform* media sosial yang dirilis pada 2016 oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, *ByteDance*. *Platform* ini memberikan ruang bagi pengguna untuk berekspresi secara kreatif dan menemukan konten sesuai minat mereka. Selain untuk hiburan, *TikTok* juga digunakan sebagai alat edukasi, pemasaran, dan advokasi, dengan konten yang bervariasi (Tanvaltin dan Yuliana, 2024). *TikTok* dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi informal dan *platform* untuk aktivisme digital. Dalam konteks edukasi informal, ditemukan berbagai model pembelajaran dan kebijakan yang dapat memengaruhi aktivitas pembelajaran (Firamadhina dan Krisnani, 2024). *TikTok* berpengaruh signifikan pada kinerja siswa yang sudah familiar dengan *platform* ini. Tapi, bagi yang kurang berpengalaman, pengaruhnya justru negatif atau tidak signifikan (Pozzo *et al.*, 2024). *TikTok* adalah *platform* media sosial yang tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi. Dalam edukasi informal, *platform* ini menghadirkan berbagai model pembelajaran yang dapat memengaruhi aktivitas belajar. Pengaruh *TikTok* terhadap pengetahuan audiensnya juga bergantung pada tingkat familiaritas mereka, di mana audiens yang terbiasa dengan *platform* ini mendapat manfaat berupa peningkatan pengetahuan melalui konten edukasi yang ditonton.

Media audio visual berperan dalam meningkatkan wawasan dan keterampilan petani. Petani mengakses informasi pertanian melalui *platform* seperti *Youtube*, *Facebook*, *Google*, *TikTok*, dan *Instagram*. Konten yang disajikan meliputi edukasi, tutorial, dan promosi (Walukow *et al.*, 2024). Media sosial dapat memengaruhi minat dan persepsi terhadap profesi pertanian melalui tayangan *urban farmers* yang menarik. Melalui konten edukatif seperti tutorial dan inovasi, media sosial memberikan eksposur luas dan mendorong generasi muda untuk mempertimbangkan pertanian sebagai karir berkelanjutan (Gailhard *et al.*, 2025). *TikTok* berperan dalam meningkatkan wawasan dan keterampilan petani melalui konten audio visual seperti tutorial, inovasi, dan promosi. *TikTok* tidak hanya menjadi sumber informasi pertanian, tetapi juga memengaruhi minat generasi muda terhadap sektor ini dengan menampilkan konten-konten yang menarik. Selain itu, eksposur yang luas dan penyampaian yang kreatif di *TikTok* dapat mendorong pertanian sebagai pilihan karir berkelanjutan, menjadikannya alat edukasi yang efektif dalam memperkenalkan dan mengembangkan dunia pertanian.

Pemanfaatan media sosial *TikTok* sebagai sarana edukasi pertanian berperan penting dalam meningkatkan wawasan dan keterampilan petani melalui konten audio visual seperti tutorial, inovasi, dan promosi. Selain sebagai sumber informasi, *TikTok* juga memengaruhi minat generasi muda terhadap sektor

pertanian dengan menampilkan tayangan yang menarik dan inspiratif. Dalam konteks edukasi informal, *TikTok* menyediakan berbagai model pembelajaran yang dapat memengaruhi aktivitas belajar, terutama bagi pengguna yang sudah familiar dengan *platform* ini. Dengan eksposur yang luas dan penyampaian yang kreatif, *TikTok* dapat menjadi alat edukasi yang efektif dalam memperkenalkan dan mengembangkan pertanian sebagai karier berkelanjutan.

### **Bentuk Konten Yang Efektif Sebagai Sarana Edukasi Pertanian**

Konten *TikTok* bersifat personal dan disesuaikan dengan minat pengguna. Dengan format video pendek, *TikTok* memungkinkan konten viral tanpa perlu koneksi antar pengguna. Algoritmanya menyesuaikan rekomendasi berdasarkan interaksi, informasi video, dan pengaturan perangkat. Motivasi pengguna meliputi mencari dan berbagi informasi, hiburan, ekspresi diri, interaksi sosial, serta mengikuti tren viral (Yuliasuti, 2024). Konten *TikTok* yang personal dan berbasis minat menjadikannya efektif untuk edukasi pertanian. Format video pendek memudahkan akses dan penyebaran informasi, sementara algoritma *TikTok* meningkatkan keterlibatan pengguna. Dengan motivasi seperti pencarian informasi, ekspresi diri, dan tren, konten pertanian dapat dikemas menarik melalui tutorial, inovasi, dan kisah sukses petani, sehingga lebih efektif dalam meningkatkan wawasan dan minat terhadap sektor ini.

Agar konten edukasi pertanian di *TikTok* semakin efektif, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor seperti durasi *shot*, tempo narasi, serta kombinasi visual dan gaya bahasa yang dapat mempengaruhi daya ingat dan pemahaman audiens. Menurut Arsyad (2015), durasi *shot* berpengaruh signifikan terhadap daya ingat, sementara tempo narasi tidak. Kombinasi paling efektif adalah durasi *shot* cepat dengan tempo narasi lambat. Menurut Sasmita (2015), bentuk visual dan format narasi sama-sama efektif dalam meningkatkan pengetahuan. Narasi suara mendukung visual untuk memperjelas pesan, dan meskipun interaksi keduanya tidak berpengaruh langsung, kombinasi tersebut tetap efektif dalam meningkatkan pengetahuan. Menurut Nirwana *et al.* (2016), penyajian visual dan gaya bahasa dalam video edukasi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pengetahuan. Seluruh kombinasi penyajian visual dan gaya bahasa tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam peningkatan pengetahuan. Menurut Dharmawan *et al.* (2021), efektivitas tertinggi dalam meningkatkan pengetahuan terlihat pada video realistik berdurasi panjang, diikuti video realistik berdurasi pendek, animasi infografis berdurasi panjang, dan animasi infografis berdurasi pendek.

Konten *TikTok* yang personal dan berbasis minat menjadikannya sarana yang efektif untuk edukasi pertanian, terutama melalui format video pendek yang mudah diakses dan berpotensi viral. Untuk meningkatkan efektivitasnya, perlu memperhatikan faktor seperti durasi *shot*, tempo narasi, serta kombinasi visual dan gaya bahasa yang dapat memengaruhi daya ingat dan pemahaman audiens. Bentuk konten *TikTok* yang efektif sebagai sarana edukasi pertanian adalah konten yang menarik, informatif, dan mudah dipahami. Video harus memiliki durasi yang sesuai agar tidak terlalu panjang, tetapi tetap menyampaikan informasi dengan jelas. Penggunaan visual yang menarik, teks pendukung, serta gaya bahasa yang komunikatif dan interaktif dapat meningkatkan pemahaman audiens. Selain itu, penyajian dalam bentuk tutorial, demonstrasi, atau kisah sukses petani akan lebih mudah diterima dan diingat oleh pengguna. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, konten edukasi pertanian di *TikTok* dapat dikemas secara optimal untuk menarik minat dan meningkatkan pemahaman audiens terhadap topik pertanian.

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

*TikTok* berperan sebagai sarana edukasi pertanian dengan menyajikan konten audio visual seperti tutorial, inovasi, dan promosi. *Platform* ini tidak hanya meningkatkan wawasan petani, tetapi juga menarik minat generasi muda terhadap sektor pertanian. Dengan eksposur luas dan penyampaian kreatif, *TikTok* efektif dalam memperkenalkan serta mendorong pertanian sebagai karier berkelanjutan. Konten *TikTok* yang efektif sebagai sarana edukasi pertanian harus menarik, informatif, dan mudah dipahami. Video sebaiknya berdurasi singkat namun tetap jelas, didukung visual menarik, teks pendukung, serta gaya bahasa komunikatif. Format seperti tutorial, demonstrasi, dan kisah sukses petani lebih mudah diterima dan diingat oleh audiens.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, A. A. 2015. Pengaruh Durasi Shot dan Tempo Narasi terhadap Kemampuan Mengingat Pesan Video Jambu Kristal. Institut Pertanian Bogor. Tesis.
- Backlinko. 2025. *TikTok Statistics You Need to Know*. URL: <https://backlinko.com/TikTok-users>. Diakses: 13 Februari 2025.
- Churiyah, M., Dharma, B. A., & Sholikhan. 2022. Optimalisasi Pemberdayaan Kelompok *Urban Farming* Untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Pasca Pandemi *Covid 19*. *Prima: Portal Riset dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*. 2(1), 79–89.
- Databoks. 2023. 10 Kategori Video yang Paling Dicari Pengguna *TikTok* Indonesia, Ada Favoritmu? Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/05/10-kategori-video-yang-paling-dicari-pengguna-TikTok-indonesia-ada-favoritmu>. Diakses: 2 Februari 2025.
- Dharmawan, H., Saleh, A., & Seminar, K. B. 2021. Pengaruh Bentuk Visual dan Durasi Video *Youtube* Kawasan Rumah Pangan Lestari terhadap Pengetahuan Petani. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 24(1), 37–46.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. 2024. Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial *TikTok*: *TikTok* Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Social Work Journal*, 10(2), 199–208.
- Gailhard, I. U., Chaskin, R. J., & Brennan, M. A. 2025. The Online Portrayal of Urban Farmers: Professionals' Perspectives on Their Influence on Constructing Farming-Career Paths. *Journal of Rural Studies*, 115, 1–11.
- GilPress. 2023. *TikTok Statistics For 2024: Users, Demographics, Trends*. <https://whatsthebigdata.com/TikTok-statistics/>. Diakses: 25 Januari 2025.
- Hayati, D. R. 2021. Pemanfaatan Media *TikTok* Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis. Skripsi. [http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/11907%0Ahttp://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/1/Skripsi\\_Dinda\\_Rizky\\_Hayati\\_1717102009.pdf](http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/11907%0Ahttp://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/1/Skripsi_Dinda_Rizky_Hayati_1717102009.pdf)
- Mahanum. 2021. Tinjauan Kepustakaan. *Alacrity : Journal of Education*, 1(2), 1–12.
- Mahardhika, S. V., Ma'una, I. I., Islamiyah, Z., & Nurjannah, I. 2021. Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Di Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi *TikTok*. *Sosearch : Social Science Educational Research*, 2(1), 40–53.
- Nirwana, T. P., Saleh, A., & Matindas, K. 2016. Pengaruh Penyajian Visual Dan Gaya Bahasa Pada Video Tentang Pariwisata Di Kabupaten Garut Terhadap Peningkatan Pengetahuan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 14(2), 153–165.
- Nurhidayah, W. 2022. Tinjauan Maqasid Shari'ah Terhadap Fitur Live Streaming Aplikasi *TikTok*. [www.aging-us.com](http://www.aging-us.com). Diakses: 17 Februari 2025.
- Populix.co. 2023. Hasil survei terbaru Populix membuktikan kalau Gen Z sukanya nonton video-video singkat dengan durasi 15-30 detik. Populix.Co. [https://www.instagram.com/p/CtyhdQ0SmaS/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CtyhdQ0SmaS/?utm_source=ig_web_copy_link). Diakses: 2 Februari 2025.
- Pozzo, D. N., Biegelmeier, U. H., Gomez Pedroza, F. J., Grados, E. A., Barrera, M. B., Craco, T., & Fidelis, A. C. F. 2024. The impact of *TikTok* as an educational tool on students' performance: A multi-group comparison of international business classes in Peru and Colombia. *Procedia Computer Science*, 238, 989–994.
- Prakoso, A. D. 2020. Penggunaan Aplikasi *TikTok* Dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam Di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame. Skripsi. Universitas Islam Negeri.

- Sahni, H. 2023. Durasi Video Ideal untuk Setiap *Platform*: Sebuah Panduan Singkat. Piktochart. <https://piktochart.com/id/blog/durasi-video-ideal/#types>. Diakses: 25 Februari 2025.
- Sari, A., Dahlan, Tuhumury, R. A. N., Prayitno, Y., Siegers, W. H., Supiyanto, & Werdhani, A. S. 2023. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Angkasa Pelangi.
- Sari, M., & Asmendri. 2020. Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA. *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA*. 6(1), 41–53.
- Sasmita, H. O. 2015. Pengaruh Bentuk Visualisasi dan Format Narasi Video terhadap Peningkatan Pengetahuan tentang Pengolahan Yogurt Rumahan. Tesis. Institut Pertanian Bogor.
- Suwarda, N., Handayani, P., Irfansyah, M. N., Taniatara, M. B., Putri, E. R., & Sari, J. K. 2022. Pengembangan Bumdes Melalui “Digital Marketing Resto Seba ” Untuk Mewujudkan Desa Sapta Pesona. *Procedia of Sciences and Humanities*, 1210–1217.
- Tanvaltin, V., & Yuliana, N. 2024. Preferensi Pengguna Media Sosial *TikTok* dalam Menonton Konten *TikTok* Abe. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 8–17.
- Walukow, M. D., Pangemanan, P. A., & Tangkere, E. G. 2024. Pengaruh Media Audio Visual Terhadap Pengetahuan Dan Keterampilan Petani Di Desa Tincep Kecamatan Sonder Kabupaten Minahasa. *Agrisosioekonomi Unsrat*, 20(2), 757–766.
- Yuliasuti, M. 2024. Ketika *TikTok* ‘Mengkhianati’ Kepercayaan Gen Z: Studi Uses & Gratification Penggunaan *TikTok* di Surabaya. 14(1), 82–94.
- Yusuf, R. R. 2023. Mengapa Konten Berdurasi Pendek Jauh Lebih Diminati Dibandingkan Konten Berdurasi Panjang? Froyonion.Com. <https://www.froyonion.com/news/esensi/mengapa-konten-berdurasi-pendek-jauh-lebih-diminati-dibandingkan-konten-berdurasi-panjang>. Diakses: 5 Februari 2025.