

**EFEKTIVITAS WEBSITE SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI URBAN  
FARMING BAGI PENGGUNA INTERNET  
(STUDI KASUS PADA [www.pertanian-urban.web.id](http://www.pertanian-urban.web.id))**

**Mohammad Sasikirono, Endang Siti Rahayu, Bekti Wahyu Utami**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret  
Jalan Ir Sutami No 36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp./fax (0271) 637457  
Email: [punyasasi@gmail.com](mailto:punyasasi@gmail.com) Telp: 089649253521

**Abstract:** *Urban farming* is a narrow-land agricultural solution. The fact *urban farming* has not known by the society. This study aims to analyze the characteristics and relationships of *website* visitor, the dimensions of *website* quality, with the effectiveness of *urban farming* *websites* as a medium for transmission information. The basic method of research is descriptive method. Analysis of the data used is the width of the interval, rank spearman and t test. The results of the study show that the dimensions of *website* quality have a good category. The results of the Spearman rank analysis, for the *website* characteristics variable, age, education level, occupation and income level have a significant relationship with online participation variables. The correlation relationship between age and online participation is two-way and the correlation between education, job and income levels has a one-way relationship with online participation. The results of rank spearman analysis for dimensions of *website* quality with effectiveness variables have a significant relationship for several dependent variables. Effectiveness of the *website* as a medium for transmission information can be improved by improving aspects in the dimensions of the quality of the *website*.

**Keywords:** Characteristic *Website* Visitor, Dimension of Quality, Effectivity, Rank Spearman, t-test

**Abstrak:** *Urban farming* merupakan solusi pertanian dilahan sempit. Kenyataannya *urban farming* belum banyak diketahui masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik dan hubungan pengakses *website*, dimensi-dimensi kualitas *website*, dengan efektivitas *website* *urban farming* sebagai media penyebaran informasi. Metode dasar penelitian adalah metode deskriptif. Analisis data yang digunakan adalah lebar interval, rank spearman dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi-dimensi kualitas *website* memiliki kategori yang baik. Hasil analisis rank spearman, untuk variabel karakteristik pengakses *website* yaitu usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan tingkat penghasilan mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel partisipasi online. Hubungan korelasi antara usia dengan partisipasi online berbubungan dua arah dan hubungan korelasi antara tingkat pendidikan, pekerjaan dan tingkat penghasilan memiliki hubungan satu arah dengan partisipasi online. Hasil analisis rank spearman untuk variabel dimensi-dimensi kualitas *website* dengan variabel efektivitas mempunyai hubungan yang signifikan untuk beberapa variabel dependen. Efektiviatas *website* sebagai media penyebaran informasi dapat ditingkatkan dengan memperbaiki aspek-aspek yang terdapat pada dimensi-dimensi kualitas *website*.

**Kata Kunci:** Karakteristik Pengakses, Dimensi Kualitas, Efektifitas, Rank Spearman, Uji t

## PENDAHULUAN

*Urban farming* adalah konsep memindahkan pertanian konvensional ke pertanian perkotaan, yang berbeda ada pada pelaku dan media tanamnya. Pertanian konvensional lebih berorientasi pada hasil produksi, sedangkan *urban farming* dilakukan oleh masyarakat perkotaan. *Urban farming* sendiri masih jarang dilakukan masyarakat di perkotaan. Penyebabnya karena kurangnya pengetahuan masyarakat umum tentang cara bercocok tanam di lahan sempit. Masyarakat kota cenderung memiliki gaya hidup konsumtif sehingga lebih memilih mencukupi kebutuhan seperti sayuran dengan membeli ke pedagang daripada menanam sendiri. *Urban farming* bisa menjadi solusi untuk bercocok tanam dikondisi lahan terbatas. Contoh *urban farming* diantaranya vertikultur, bertanam buah dan sayur di pot, tabulampot, *vertical garden* dan sebagainya.

*Urban farming* belum banyak diketahui oleh masyarakat umum dikarenakan berbagai hal. Salah satunya karena minat masyarakat umum untuk mencari tahu informasi pertanian yang masih rendah. Kondisi ini dapat dilihat berdasarkan *Google adwords*. *Google adwords* merupakan mesin penghitung topik-topik apa saja yang sering dicari didalam layanan google. Jika dilihat dalam *google adwords* hasil pencarian pengguna internet di Indonesia yang memakai mesin pencarian google untuk pencarian kata "situs pertanian" setiap bulannya berkisar 10-100 pengunjung.

*Website* sebagai media komunikasi dan pemasaran terbukti efektif pada kampoeng wisata bisnis di Tegalwaru, Bogor. Hal ini disebabkan oleh *website* cenderung masih interaktif dan konsep *website* bersifat minimalis sehingga waktu akses lebih cepat (Aufa, 2014). Jika *website* bisa terbukti efektif

sebagai media penyebaran informasi untuk tema pariwisata, apakah untuk *website* bertema *urban farming* bisa efektif sebagai media penyebaran informasi, hal ini yang akan diteliti pada penelitian ini.

Komunikasi untuk dapat dikatakan efektif jika dapat menimbulkan dampak yaitu: (1) kognitif, yakni meningkatnya pengetahuan komunikan; (2) Afektif, yaitu perubahan pandangan komunikan, karena hatinya tergerak akibat komunikasi; dan (3) Konatif yaitu perubahan perilaku atau tindakan yang terjadi pada komunikan (Effendy 2004). Efek pada kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar dan tambahan pengetahuan. Pada afektif meliputi efek berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap, sedangkan efek pada konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu.

Webqual merupakan sebuah penelitian dengan menyebar kuisisioner secara online kepada pengunjung *website* untuk mengetahui persepsi dan kualitas *website*. Kuisisioner pada penelitian ini bersifat kualitatif yang kemudian disesuaikan menjadi kuantitatif dengan memberikan skor pada tiap pertanyaan. Webqual memungkinkan untuk membandingkan 2 *website* dengan tema yang sama atau dengan domain yang sama. Penelitian menggunakan metode webqual bisa diterapkan untuk *website* jual-beli online, *website* universitas hingga *website* berbasis smartphone (Barnes, et al. 2001).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik pengakses *website*, dimensi-dimensi kualitas *website*, dan efektivitas *website urban farming* sebagai media penyebaran informasi dan menganalisis hubungan karakteristik pengakses *website*, dimensi-dimensi kualitas *website* dengan efektivitas *website urban farming* sebagai media penyebaran informasi.

## METODE PENELITIAN

Metode dasar penelitian menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode yang mendeskripsikan fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang tengah diteliti, termasuk hubungan proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena, serta menentukan frekuensi distribusi suatu fenomena (Silaen, 2013). Fenomena yang diteliti pada penelitian ini terdiri dari Karakteristik pengguna *website* yang terdiri dari Usia (X1), Jenis kelamin (X2), Tingkat pendidikan (X3), Pekerjaan (X4), Tingkat penghasilan (X5) dan Frekuensi mengakses (X6). Dimensi-dimensi kualitas *website* yang terdiri dari: Kegunaan (X7), Kualitas informasi (X8), dan Kualitas interaksi (X9). Variabel Karakteristik pengguna dan Dimensi-dimensi kualitas *website* kemudian dikorelasikan dengan variabel efektivitas *website* yang terdiri dari: Efek kognitif (Y1), Efek afektif (Y2), dan Efek konatif (Y3). Metode analisis data menggunakan rumus lebar interval, rank spearman dan t-test

Korelasi Rank Spearman merupakan indeks atau bilangan yang digunakan untuk mengukur hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel independen (variabel X) dengan variabel dependen (variabel Y).

Rumus Korelasi Rank Spearman:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n^3 - n}$$

Huruf (d) diatas berarti selisih ranking x dan ranking y, huruf (n) berartibanyaknya sampel. Penelitian ilmu sosial sering jumlah sampel lebih dari 30. Pada penelitian ini menggunakan nilai  $\alpha$  sama dengan 0,05, maka pengujian signifikansi dialihkan dengan menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut: (Silaen, 2013).

Rumus uji t:

$$t_h = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}}$$

Simbol ( $r_s$ )berartiRank spearman, huruf (n) berarti banyaknya sampel. Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak hal ini berarti  $H_a$  diterima. Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Penentuan hipotesis yang mencakup  $H_0$  dan  $H_a$  sebagai berikut:  $H_0$  adalah tidak ada hubungan antara variabel X dan variabel Y,  $H_a$  adalah Terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y.

Sampel yang diambil sebanyak 40 responden. Hal ini didasarkan atas perhitungan atau syarat pengujian yang lazim digunakan dalam statistik.

## HASIL DAN PEMBAHSAN

### Profil Website

*Website pertanian-urban.web.id* sebagai *website* bertema pertanian memiliki tujuan utama yaitu untuk menyebarkan pengetahuan tentang *urban farming* dan mengenalkan *urban farming* di Indonesia, di mana masyarakat perkotaan sebagai subyek dari *urban farming*. *Website pertanian-urban.web.id* aktif sejak 31 Januari 2018, berawal dari blog yang membahas seputar *urban farming* di Indonesia.

### Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Tabel 1. Hasil uji validitas instrumen penelitian

No	Variabel	Keterangan
1	Kegunaan ( <i>Usability</i> )	Valid
2	Kualitas Informasi ( <i>Information quality</i> )	Valid
3	Kualitas Interaksi ( <i>Interaction Quality</i> )	Valid
4	Efek Kognitif	Valid
5	Efek Afektif	Valid
6	Efek Konatif	Valid

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Nilai koefisien pearson pada kuisisioner penelitian ini memiliki nilai

lebih tinggi dari  $r_{Tabel}$ , artinya semua pertanyaan dikuisisioner valid.

Tabel 2. Hasil uji reabilitas instrumen penelitian

No	Variabel	Keterangan
1	Kegunaan ( <i>Usability</i> )	Reliabel
2	Kualitas Informasi ( <i>Information quality</i> )	Reliabel
3	Kualitas Interaksi ( <i>Interaction Quality</i> )	Reliabel
4	Efek Kognitif	Reliabel
5	Efek Afektif	Reliabel
6	Efek Konatif	Reliabel

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Tabel 3. Karakteristik usia pengakses *website pertanian-urban.web.id*

Kategori	Jumlah (orang)	%
Muda (kurang dari 25 tahun)	19	47,5
Dewasa (antara 25-37 tahun)	18	45
Tua (lebih dari 37 tahun)	3	7,5

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil pengujian dengan teknik tersebut, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai alpha lebih besar dari 0,6 yang artinya bahwa pertanyaan di dalam kuesioner dapat dikatakan reliabel.

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 19 orang (47,5%) responden berada pada kategori muda atau berada dalam kisaran usia kurang dari 25 tahun dan tergolong pada kategori digital natives yaitu orang-orang yang mahir menggunakan sosial media dan PC/Smartphone (APJII 2015).

Tabel 4. Karakteristik jenis kelamin pengakses *website pertanian-urban.web.id*

Kategori	Jumlah (orang)	%
Laki-laki	27	67,5
Perempuan	13	32,5

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Jenis kelamin yang sering ikut dalam partisipasi dibidang pertanian seperti kebun bibit adalah laki-laki, hal ini dapat dilihat dalam penelitian (Ditha *et al*2012), hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh jenis kelamin responden

terhadap partisipasi dibidang pertanian seperti kebun bibit.Partisipasi laki-laki dan perempuan dalam bidang pertanian adalah berbeda.

Tabel 5. Karakteristik tingkat pendidikan pengakses *website pertanian-urban.web.id*

Kategori	Jumlah (orang)	%
SMP	0	0
SMA	20	50
Akademi/Sarjana	20	50

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengakses *website pertanian-urban.web.id* memiliki pendidikan terakhir di tingkat akademi/sarjana yaitu sebanyak 20 orang (50%), tingkat pendidikan yang tinggi ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat *e-Literacy* yang cukup sehingga tidak gagap teknologi dan dapat mengakses *website pertanian-urban.web.id* dengan baik.

Tabel 6. Karakteristik pekerjaan pengakses *website pertanian-urban.web.id*

Kategori	Jumlah (orang)	%
Tidak Bekerja/pelajar	19	47,5
Buruh	0	0
Petani	0	0
Pedagang	1	2,5
Pegawai Negeri/Swasta	20	50

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Lingkup pekerjaan tersebut menggambarkan adanya motivasi seperti hobi atau kegemaran dibidang pertanian sehingga mengakses *website pertanian-urban.web.id* untuk mencari informasi urban farming dan perkembangannya di Indonesia.Terdapat penelitian yang melihat jenis pekerjaan mempengaruhi tingkat partisipasi dalam pembangunan (Anwar, 2010).Untuk jenis pekerjaan pegawai negeri/swasta memiliki skor yang lebih tinggi karena kepemilikan alat untuk mengakses *website* seperti *smartphone* dan *PC* lebih banyak daripada jenis-jenis pekerjaan lainnya.

Tabel 7. Karakteristik tingkat penghasilan pengakses *website pertanian-urban.web.id*

Kategori	Jumlah (orang)	%
Dibawah UMR	19	47,5
Diatas UMR	21	52,5

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Kemudahan untuk mengakses internet sangat didukung oleh kondisi ekonomi yang baik, karena diperlukan alat elektronik yang mampu mengakses internet, serta jaringan internet itu sendiri. Menurut penelitian (Fitri 2017), adanya pengaruh tingkat sosial ekonomi seseorang dalam melakukan kegiatan dimasyarakat.

Tabel 8. Kriteria pengukuran dan Interval pada variabel kegunaan

Kriteria Pengukuran	Interval	Jumlah	%
Sangat Tidak Baik	8 – 13	0	0
Tidak Baik	14 – 19	3	7,5
Baik	20 – 25	34	85
Sangat Baik	26 - 32	3	7,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis Data Primer. 2018

Tabel 8 menunjukkan bahwa 85% responden setuju bahwa aspek kegunaan pada variabel dimensi-dimensi kualitas website memiliki kualitas yang baik. Hal ini dikarenakan website dibuat menggunakan tema yang responsif (jika dimuat memiliki waktu yang sedikit), *website* yang memiliki waktu memuat yang cepat/sedikit sangat baik dikarenakan di Indonesia sendiri kecepatan internet belum merata, sehingga untuk daerah yang belum terjamah sinyal 4G masih bisa mengakses *website* dengan cepat.

Tabel 9. Kriteria pengukuran dan Interval pada kualitas informasi

Kriteria Pengukuran	Interval	Jumlah	%
Sangat Tidak Baik	7 – 12,25	0	0
Tidak Baik	12,25 - 17,50	3	7,5
Baik	17,50 - 22,75	34	85
Sangat Baik	22,75 - 28	3	7,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis Data Primer. 2018

Tabel 9 menunjukkan bahwa 85% responden setuju bahwa kualitas informasi memiliki nilai baik. Kualitas informasi merupakan salah satu indikator sebuah *website* dikategorikan sebagai *website* yang baik yaitu memiliki konten terbaru (*up to date*), mempunyai informasi tentang hal-hal baru (Yuhefizar *et al*, 2009).

Tabel 10. Kriteria pengukuran dan Interval pada kualitas interaksi

Kriteria Pengukur	Interval	Jumlah	%
Sangat Tidak Baik	7 – 12,25	0	0
Tidak Baik	12,25 – 17,50	0	0
Baik	17,50 – 22,75	37	92,5
Sangat Baik	22,75 – 28	3	7,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis Data Primer. 2018

Tabel 10 menunjukkan bahwa sebesar 92,5% responden setuju bahwa kualitas interaksi untuk *website pertanian-urban.web.id* memiliki kualitas interaksi yang bagus. Kualitas interaksi menunjukkan hubungan dari antar pengakses melalui kolom komentar. Kolom komentar dalam *website pertanian-urban.web.id* menggunakan *weidget disquss*. *Disquss* merupakan sebuah layanan berbentuk kolom komentar yang dapat dipasangkan di *website*.

Tabel 11. Kriteria pengukuran dan Interval pada Efek Kognitif

Kriteria Pengukuran	Interval	Jumlah	%
Sangat Tidak Efektif	4 – 6	0	0
Tidak Efektif	7 – 9	0	0
Efektif	10 – 12	35	87,5
Sangat Efektif	13 – 16	5	12,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis Data Primer. 2018

Tabel 11 menjelaskan bahwa efek kognitif sebagai salah satu variabel dari efektivitas sebanyak 87,5% setuju efek kognitif pada *website pertanian-urban.web.id* memberikan pemahaman, kemudahan dalam proses belajar, memberikan keterbukaan kognitif dan

keterbukaan. Efek kognitif dalam penelitian ini berkaitan dengan pemahaman, proses belajar, keterampilan kognitif, dan keterbukaan. Efek kognitif memberikan pengetahuan atau pola pikir yang baru bagi pengakses.

Tabel 12. Kriteria pengukuran dan Interval pada Efek Afektif

Kriteria Pengukuran	Interval	Jumlah	%
Sangat Tidak Efektif	3 – 5,25	0	0
Tidak Efektif	5,26 – 7,5	5	12,5
Efektif	7,51 – 9,75	29	72,5
Sangat Efektif	9,76 – 12	6	15
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis Data Primer. 2018

Tabel 12 menunjukkan bahwa 12,5% responden berpendapat bahwa *website pertanian-urban.web.id* tidak efektif untuk meningkatkan efek afektif. Sebanyak 72,5% responden berpendapat bahwa *website pertanian-urban.web.id* efektif dalam meningkatkan efek afektif untuk ikut berempati terhadap *urban farming*. Sebanyak 15% responden berpendapat bahwa *website pertanian-urban.web.id* sangat efektif dalam meningkatkan efek afektif pengakses *website*. Efek afektif, yaitu berkaitan dengan pandangan dan perasaan pengakses *website*. Efek afektif memberikan rasa empati untuk ikut menerapkan *urban farming*

Tabel 13. Kriteria pengukuran dan Interval pada Efek konatif

Kriteria Pengukuran	Interval	Jumlah	%
Sangat Tidak Efektif	2 – 3,5	0	0
Tidak Efektif	3,6 – 5	11	27,5
Efektif	5,1 – 6,5	26	65
Sangat Efektif	6,6 – 8	3	7,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis Data Primer. 2018

Tabel 13 menunjukkan 27,5% responden berpendapat bahwa *website pertanian-urban.web.id* tidak efektif untuk meningkatkan efek konatif. Sebanyak 65%

responden setuju bahwa *website* efektif untuk meningkatkan efek konatif pengakses *website*. Sebesar 7,5% responden berpendapat bahwa *website pertanian-urban.web.id* sangat efektif untuk meningkatkan efek konatif pengakses *website*.

### Hubungan Karakteristik Pengakses Website dengan Efektivitas Website

Proses komunikasi mempunyai efek tertentu. Secara umum terdapat tiga efek dari proses komunikasi massa, yaitu: (a) efek kognitif, pesan komunikasi massa mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, pandangan dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya; (b) efek afektif, dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari khalayak. Orang dapat menjadi lebih marah dan berkurang rasa tidak senangnya terhadap suatu akibat membaca surat kabar baik secara online ataupun cetak, mendengarkan radio, atau menonton suatu tayangan entah itu dari televisi atau internet; (c) efek konatif; akibat pesan komunikasi massa ,mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. (Liliweri, 2001).Efektivitas komunikasi dapat dikatakan efektif jika dapat menimbulkan dampak kognitif, dampak afektif, dampak konatif (Effendy 2004).

Tabel 14 Nilai korelasi Rank Spearman hubungan karakteristik pengakses website dengan efektivitas website

No	Karakteristik Pengakses Website	Efektivitas (Y)																	
		Efek Kognitif (Y1)						Efek Afektif (Y2)						Efek Konatif (Y3)					
		Pemahaman (Y1,1)		Proses Belajar (Y1,2)		Keterampilan Kognitif (Y1,3)		Keterbukaan (Y1,4)		Kepuasan (Y2,1)		Rasa suka (Y2,2)		Empati (Y2,3)		Partisipasi Fisik (Y3,1)		Partisipasi Online (Y3,2)	
		r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)
1	Usia (X1)	-0,235	0,145	-0,221	0,172	-0,297	0,63	-0,023	0,887	-0,23	0,154	-0,018	0,913	-0,110	0,500	-0,147	0,364	-0,509*	0,001*
2	Jenis Kelamin (X2)	-0,066	0,687	-0,097	0,552	-0,138	0,396	0,273	0,088	0,276	0,085	-0,043	0,792	0,080	0,622	-0,023	0,888	-0,024	0,884
3	Tingkat Pendidikan (X3)	-0,275	0,086	-0,265	0,098	-0,258	0,108	-0,052	0,748	-0,183	0,259	-0,003	0,985	0,000	1,000	-0,194	0,231	-0,456*	0,003*
4	Pekerjaan (X4)	-0,276	0,084	-0,265	0,098	-0,262	0,103	-0,048	0,787	-0,228	0,157	-0,006	0,970	-0,043	0,794	-0,191	0,238	-0,504*	0,001*
5	Tingkat Penghasilan (X5)	-0,271	0,091	-0,259	0,107	-0,259	0,107	-0,043	0,794	-0,269	0,093	-0,009	0,954	-0,086	0,597	-0,183	0,258	-0,542*	0,000*
6	Frekuensi Mengakses Website (X6)	No Statistics are computed because Frekuensi is a constant																	

Tabel 15. Nilai korelasi Rank Spearman hubungan karakteristik pengakses website dengan efektivitas website

No	Karakteristik Pengakses Website	Efektivitas (Y)																	
		Efek Kognitif (Y1)						Efek Afektif (Y2)						Efek Konatif (Y3)					
		Pemahaman (Y1,1)		Proses Belajar (Y1,2)		Keterampilan Kognitif (Y1,3)		Keterbukaan (Y1,4)		Kepuasan (Y2,1)		Rasa suka (Y2,2)		Empati (Y2,3)		Partisipasi Fisik (Y3,1)		Partisipasi Online (Y3,2)	
		r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>
1	Usia (X1)	0,235	1,49037	0,221	1,39687	0,297	1,91735	0,230	1,27799	0,23	1,45687	0,018	0,11098	0,110	0,68223	0,147	0,91612	0,509*	3,64522*
2	Jenis Kelamin (X2)	-0,066	-0,40774	-0,097	-0,60078	-0,138	-0,85891	0,273	1,74934	0,276	1,77013	-0,043	-0,26532	0,080	0,49474	-0,023	-0,14182	-0,024	-0,14799
3	Tingkat Pendidikan (X3)	-0,275	-1,76320	-0,265	-1,69414	-0,258	-1,64615	-0,052	-0,32098	-0,183	-1,14747	-0,003	-0,01849	0,000	0,00000	-0,194	-1,21906	-	-
4	Pekerjaan (X4)	-0,276	-1,77013	-0,265	-1,69414	-0,262	-1,67354	-0,048	-0,29623	-0,228	-1,44351	-0,006	-0,03699	-0,043	-0,26532	-0,191	-1,19949	0,504*	3,59714*
5	Tingkat Penghasilan (X5)	-0,271	-1,73550	-0,259	-1,65299	-0,259	-1,65299	-0,043	-0,26532	-0,269	-1,72169	-0,009	-0,05548	-0,086	-0,53211	-0,183	-1,14747	0,542*	3,97572*
6	Frekuensi Mengakses Website (X6)	No Statistics are computed because Frekuensi is a constant																	

Pengujian hipotesis menggunakan nilai  $t_{hitung}$ , jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{Tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak hal ini berarti  $H_a$  diterima. Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{Tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Taraf signifikansi menggunakan 5% sehingga nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Nilai df diperoleh dari jumlah responden dikurangi 2, sehingga 40 dikurangi 2 sama dengan 38. Nilai  $t_{Tabel}$  diketahui dari nilai  $\alpha$  dan nilai df, nilai  $\alpha$  menunjukkan kolom pada  $t_{Tabel}$ , sedangkan nilai df menunjukkan baris, sehingga nilai  $t_{Tabel}$  kurang lebih 2,02439.

Dari Tabel 14 terlihat pada variabel Usia (X1), tingkat pendidikan (X3), pekerjaan (X4) dan penghasilan (X5) dengan partisipasi online nilai  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{Tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan antara usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan terhadap partisipasi *urban farming* secara online. Untuk variabel lainnya nilai  $t_{hitung}$  kurang dari 2,02439, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara karakteristik pengakses *website* dengan efektivitas *website*.

Dari Tabel 14 terlihat pada variabel Usia (X1), tingkat pendidikan (X3), pekerjaan (X4) dan penghasilan (X5) dengan partisipasi online nilai  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{Tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan antara usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan terhadap partisipasi *urban farming* secara online. Untuk variabel lainnya nilai  $t_{hitung}$  kurang dari 2,02439, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara karakteristik pengakses *website* dengan efektivitas *website*.

Pada variabel usia terhadap partisipasi online memiliki nilai  $r_s$  sebesar 0,509. Hal ini berarti semakin tinggi kategori usia seseorang maka akan terjadi peningkatan partisipasi secara online. Makin muda umur atau usia seseorang, mempunyai semangat untuk mencari tahu apa yang belum mereka ketahui. Sehingga mereka berusaha untuk lebih cepat

melakukan adopsi inovasi walaupun sebenarnya mereka belum berpengalaman soal adopsi inovasi tersebut (Soekartawi, 2005). Kondisi ini tidak terdapat pada penelitian ini, jika dilihat hubungan antara usia dengan efek kognitif, tidak ada satu variabel yang signifikan, sehingga perlu untuk memperbaiki kualitas pesan agar pengakses memiliki perubahan pada efek kognitif.

Pada variabel pendidikan terhadap variabel partisipasi online memiliki nilai  $r_s$  sebesar - 0,456. Hal ini berarti hubungan antara pendidikan dengan partisipasi secara online adalah semakin tinggi pendidikan seseorang maka tingkat partisipasi secara online akan menurun. Mereka yang berpendidikan tinggi reaktif lebih cepat dalam melaksanakan adopsi inovasi. Begitu pula sebaliknya mereka yang berpendidikan rendah, mereka agak sulit untuk melaksanakan adopsi inovasi dengan cepat (Soekartawi, 2005).

Pada variabel pekerjaan terhadap partisipasi online memiliki nilai  $r_s$  sebesar - 0,504, hal ini berarti hubungan antara pekerjaan dengan partisipasi secara online adalah semakin tinggi kategori pekerjaan maka akan terjadi penurunan partisipasi secara online. Pada variabel pendapatan terhadap partisipasi online memiliki nilai  $r_s$  sebesar - 0,542. Hal ini berarti hubungan antara variabel pendapatan dengan partisipasi secara online adalah jika kategori upah seseorang berada di atas UMR maka akan terjadi penurunan pada partisipasi secara online. Pendapatan yang tinggi seringkali ada hubungannya dengan tingkat penerapan inovasi pertanian. Kemauan untuk melakukan percobaan atau perubahan dalam penerapan inovasi pertanian yang cepat sesuai dengan kondisi masing-masing. Maka umumnya hal ini yang menyebabkan pendapatan yang lebih tinggi lebih mudah dalam melakukan berbagai inovasi (Soekartawi, 2005). Namun kondisi seperti penerapan (efek kognitif) tidak terbukti pada penelitian ini.

Tabel 16 Nilai korelasi *Rank Spearman* hubungan dimensi-dimensi karakteristik *website* dengan efektivitas *website*

No	Dimensi - dimensi Kualitas Website	Efektivitas (Y)																	
		Efek Kognitif (Y1)						Efek Afektif (Y2)					Efek Konatif (Y3)						
		Pemahaman (Y1,1)		Proses Belajar (Y1,2)		Keterampilan Kognitif (Y1,3)		Keterbukaan (Y1,4)		Kepuasan (Y2,1)		Rasa suka (Y2,2)		Empati (Y2,3)		Partisipasi Fisik (Y3,1)		Partisipasi Online (Y3,2)	
		r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)	r <sub>s</sub>	Sig. (2tailed)
1	Kegunaan (X7)	0,252	0,117	0,183	0,260	0,334*	0,035*	0,261	0,103	0,148	0,361	0,578*	0,000*	0,466*	0,002*	0,414*	0,008*	0,356*	0,024*
2	Kualitas Informasi (X8)	0,469*	0,002*	0,474*	0,002*	0,238	0,138	0,452*	0,003*	0,424*	0,006*	0,516*	0,001*	0,507*	0,001*	0,437	0,005*	0,240	0,136
3	Kualitas Interaksi (X9)	0,396*	0,011*	0,242	0,133	0,367*	0,020*	0,469*	0,002*	0,662*	0,000*	0,658*	0,000*	0,638*	0,000*	0,543*	0,000*	0,595*	0,000*

Tabel 17. Nilai korelasi *Rank Spearman* hubungan dimensi-dimensi kualitas *website* dengan efektivitas *website*

No	Dimensi - dimensi kualitas Website	Efektivitas (Y)																	
		Efek Kognitif (Y1)						Efek Afektif (Y2)						Efek Konatif (Y3)					
		Pemahaman (Y1,1)		Proses Belajar (Y1,2)		Keterampilan Kognitif (Y1,3)		Keterbukaan (Y1,4)		Kepuasan (Y2,1)		Rasa suka (Y2,2)		Empati (Y2,3)		Partisipasi Fisik (Y3,1)		Partisipasi Online (Y3,2)	
		r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>	r <sub>s</sub>	t <sub>hitung</sub>
1	Kegunaan (X7)	0,252	1,60524	0,183	1,14747	0,334*	2,18436*	0,261	1,66668	0,148	0,92249	0,578*	4,36626*	0,466*	3,24668*	0,414*	2,80362*	0,356*	2,34838*
2	Kualitas Informasi (X8)	0,469*	3,27346*	0,474*	3,31840*	0,238	1,51054	0,452*	3,12361*	0,424*	2,88597*	0,516*	3,71338*	0,507*	3,62593*	0,437*	2,99496*	0,240	1,52400
3	Kualitas Interaksi (X9)	0,396*	2,65843*	0,242	1,53749	0,367*	2,43205*	0,469*	3,27346*	0,662*	5,44472*	0,658*	5,38657*	0,638*	5,10742*	0,543*	3,98612*	0,595*	4,56353*

Pengujian hipotesis menggunakan nilai  $t_{hitung}$ , jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{Tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak hal ini berarti  $H_a$  diterima. Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{Tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Taraf signifikansi menggunakan 5% sehingga nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Nilai df diperoleh dari jumlah responden dikurangi 2, sehingga 40 dikurangi 2 menjadi 38. Nilai  $t_{Tabel}$  diketahui dari nilai  $\alpha$  dan nilai df, nilai  $\alpha$  menunjukkan kolom pada  $t_{Tabel}$ , sedangkan nilai df menunjukkan baris, sehingga nilai  $t_{Tabel}$  kurang lebih 2,02439.

Nilai korelasi rank spearman variabel kegunaan terhadap keterampilan kognitif sebesar 0,334, hal ini berarti terdapat hubungan yang lemah. Nilai korelasi rank spearman variabel kegunaan terhadap variabel rasa suka sebesar 0,578, hal ini berarti terdapat hubungan yang cukup. Nilai korelasi rank spearman variabel kegunaan terhadap variabel empati sebesar 0,466, yang artinya variabel kegunaan mempunyai hubungan cukup terhadap variabel empati. Nilai korelasi rank spearman variabel kegunaan terhadap variabel partisipasi fisik sebesar 0,414, hal ini berarti terdapat hubungan yang cukup. Nilai korelasi rank spearman variabel kegunaan terhadap variabel partisipasi online sebesar 0,356, hal ini berarti variabel kegunaan mempunyai hubungan yang lemah terhadap partisipasi online. Semua korelasi mempunyai kategori plus, hal ini berarti terdapat hubungan dua arah antara variabel usia dengan variabel-variabel efektivitas, hubungan dua arah yang dimaksud adalah semakin tinggi aspek kegunaan pada website maka akan terjadi peningkatan pada rasa suka, empati, partisipasi fisik dan partisipasi online.

Variabel kegunaan memiliki indikator seperti kemudahan dalam mengoperasikan *website*, tampilan yang atraktif dll yang mempunyai kaitannya dengan media dalam penyuluhan. Media yang baik mampu menarik perhatian atau memusatkan perhatian sehingga konsentrasi sasaran terhadap materi tidak

berubah dan menimbulkan kesan mendalam, artinya apa yang disampaikan tidak mudah untuk dilupakan. Sistem yang padu dan mudah dimengerti akan menghemat waktu dalam mengakses dan mencari materi yang cukup banyak (Setiana, 2005).

Nilai korelasi rank spearman variabel kualitas informasi terhadap variabel pemahaman mempunyai nilai 0,469 yang artinya punya hubungan yang cukup. Nilai korelasi rank spearman variabel kualitas informasi terhadap variabel proses belajar sebesar 0,474 yang berarti punya hubungan yang cukup. Nilai korelasi rank spearman variabel kualitas informasi terhadap variabel efek afektif yang terdiri dari kepuasan, rasa suka dan empati memiliki nilai antara 0,4 sampai 0,6 yang berarti punya hubungan yang cukup. Nilai korelasi rank spearman variabel kualitas informasi terhadap variabel partisipasi fisik sebesar 0,437 yang berarti punya hubungan yang cukup. Variabel kualitas interaksi memiliki kategori plus pada uji rank spearman, hal ini berarti semakin tinggi variabel kualitas informasi website maka akan terjadi peningkatan pada variabel pemahaman, proses belajar, keterbukaan, kepuasan, rasa suka, empati, partisipasi fisik.

Hubungan sumber-sumber informasi dengan tingkat difusi inovasi adalah hubungan positif. Suatu korelasi positif yang tinggi adalah bukti bahwa penggunaan berbagai sumber informasi seperti penyuluh, penelitian dari perguruan tinggi, maka mempengaruhi tingkat difusi inovasi pertanian. Cepat atau lambat difusi inovasi pertanian tergantung pada jenis inovasi itu sendiri. Makin kompleks inovasi tersebut, makin lambat diadopsi. (Soekartawi, 2005)

Nilai korelasi rank spearman variabel kualitas interaksi terhadap variabel pemahaman dan keterampilan kognitif sebesar 0,396 dan 0,367 yang artinya punya hubungan yang lemah. Nilai korelasi rank spearman variabel kualitas interaksi terhadap variabel keterbukaan

sebesar 0,469 yang berarti punya hubungan cukup. Nilai korelasi rank spearman variabel kualitas interaksi terhadap variabel efek afektif yang terdiri dari variabel kepuasan, rasa suka dan empati memiliki nilai di rentang 0,6 sampai 0,8, hal ini berarti punya hubungan yang erat. Nilai korelasi rank spearman variabel kualitas interaksi terhadap variabel efek afektif yang terdiri dari partisipasi fisik dan online memiliki nilai 0,543 dan 0,595 yang berarti punya hubungan yang cukup. Variabel kualitas interaksi memiliki tanda plus pada uji rank spearman, hal ini berarti semakin tinggi kualitas interaksi website maka akan terjadi peningkatan pada variabel pemahaman, keterampilan kognitif, keterbukaan, kepuasan, empati, partisipasi fisik dan online akan semakin meningkat.

## SIMPULAN

Tingkat efektivitas *website* sebagai media penyebaran informasi *urban farming* sebagai berikut: Untuk variabel kegunaan sebagai media penyebaran informasi memiliki nilai baik. Sebanyak 85% responden berpendapat bahwa aspek kegunaan memiliki kualitas yang baik. Untuk variabel kualitas informasi sebagai media penyebaran informasi adalah baik. Sebanyak 85% responden berpendapat bahwa kualitas informasi *website pertanian-urban.web.id* memiliki kualitas informasi yang baik. Untuk variabel kualitas interaksi sebagai media penyebaran informasi adalah baik. Sebanyak 92,5% responden berpendapat bahwa kualitas interaksi pada *website pertanian-urban.web.id* memiliki kualitas interaksi yang baik. Untuk variabel efek kognitif sebagai salah satu indikator efektivitas termasuk efektif. Sebesar 87,5% responden beranggapan bahwa *website pertanian-urban.web.id* memberikan dampak efektif untuk meningkatkan efek kognitif pengakses. Untuk variabel efek afektif sebagai salah satu indikator efektivitas

termasuk efektif. 72,5% responden berpendapat bahwa *website pertanian-urban.web.id* memberikan dampak efektif bagi pengakses pada rasa suka, empati dan kepuasan. Untuk variabel efek konatif sebagai salah satu indikator efektivitas termasuk efektif. Sebanyak 65% responden berpendapat bahwa *website pertanian-urban.web.id* memiliki dampak efektif untuk ikut dalam partisipasi *urban farming* secara fisik dan *online*.

Pada penelitian ini dibebepa variabel terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik pengakses *website*, dimensi-dimensi kualitas *website* dengan efektivitas *websiteurban farming* sebagai media penyebaran informasi. Untuk variabel usia (X1) semakin tinggi kategori usia maka semakin tinggi tingkat secara partisipasi online. Untuk variabel jenis kelamin (X2) tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan semua variabel efektivitas. Untuk variabel pendidikan (X3) semakin tinggi kategori pendidikan seseorang maka tingkat partisipasi secara online akan menurun. Untuk variabel pekerjaan (X4) semakin tinggi kategori pekerjaan seseorang maka tingkat partisipasi secara online akan menurun. Untuk variabel tingkat penghasilan (X5) semakin tinggi kategori UMR seseorang maka semakin rendah tingkat partisipasi secara online. Semakin tinggi nilai variabel kegunaan maka variabel rasa suka, empati, partisipasi fisik dan partisipasi online akan semakin meningkat. Semakin tinggi variabel kualitas informasi maka akan terjadi peningkatan pada variabel pemahaman, proses belajar, keterbukaan, kepuasan, rasa suka, empati, partisipasi fisik. Semakin tinggi variabel kualitas interaksi maka variabel pemahaman, keterampilan kognitif, keterbukaan, kepuasan, empati, partisipasi fisik dan online akan semakin meningkat.

Saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian adalah: Memperbaiki format situs dan bug agar *website* lebih ringan waktu pemuatan dan

cepat. Hal ini merupakan prioritas yang penting karena tidak meratanya speed internet di Indonesia. Konten *website* diperbaiki untuk kedepannya sehingga pengakses *website* betah untuk mengakses

*website*. Idealnya suatu *website* harus memiliki konter populer dan jumlah informasi yang disediakan banyak sehingga pengakses *website* lebih betah untuk berselancar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Khoiril. 2010. Hubungan Antara Tingkat Pendidikan dan Jenis Pekerjaan dengan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan di Desa Jetis Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. <http://eprints.uns.ac.id/2568/1/134560808201009001.pdf> Diakses pada 15 Februari 2018
- APJII. 2015. *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Jakarta. Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia
- Aufa, Jazaul. 2014. Efektivitas Website Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Kampoeng Wisata Bisnis Tegalwaru, Ciampea, Bogor, Jawa Barat. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/68876> Diakses pada 21 Januari 2018
- Barnes, et al. 2001. Evaluating Wap News Sites: The Webqual/M Approach. [www.webqual.co.uk](http://www.webqual.co.uk) Diakses pada 16 Oktober 2016
- Ditha Tri et al. 2012. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat pada Kebun Bibit Rakyat. <http://ppjp.unlam.ac.id/journal/index.php/es/article/download/2071/1816> Diakses pada 15 Februari 2018
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Fitri, Meti. 2017. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Masyarakat Kota Terhadap Tingkat Partisipasi Gotong Royong. Universitas Lampung. <http://digilib.unila.ac.id/27082> Diakses pada 15 Februari 2018
- Google Adwords. 2018. Pencarian Kata Situs Pertanian Dan Situs Berita. [www.google.co.id/AdWords](http://www.google.co.id/AdWords) Diakses pada 21 Januari 2018
- Liliweri, Alo. 2001. *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung; PT. Citra Aditya Bakti
- Setiana, Lucie. 2005. *Teknik Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat*. Bogor; Ghalia Indonesia
- Silaen, Sofar. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta. In media
- Soekartawi. 2005. *Prinsip Dasar Komunikasi Pertanian*. Jakarta. Penerbit Universitas Indonesia
- Yehefizar et al. 2009. *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla*. Jakarta. Gramedia