



Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Generasi Muda dalam Bidang Peternakan Lokal di Kabupaten Kediri

Melati Ariana^{1*}, Reza Ainur Rohman², Muhammad Syahrul Nizam³, Ardina Tanjungsari⁴

¹⁻⁴Program Studi Peternakan, Fakultas Ilmu Kesehatan dan Sains, Universitas Nusantara PGRI Kediri

***e-mail: melatiariana2@gmail.com**

Diterima:
05 July 2026

Dipresentasikan:
30 July 2026

Terbit:
5 Oktober 2026

ABSTRAK

Rendahnya minat generasi muda terhadap sektor peternakan lokal merupakan ancaman bagi regenerasi peternak dan ketahanan pangan nasional. Media sosial sebagai teknologi yang dekat dengan generasi muda berpotensi menjadi sarana untuk meningkatkan minat kewirausahaan di sektor peternakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat kewirausahaan generasi muda di sektor peternakan lokal di Kabupaten Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan instrumen kuesioner skala Likert 1–5 yang terdiri dari 15 pernyataan, disebar kepada 34 responden muda di Kabupaten Kediri yang dipilih secara purposive sampling. Instrumen telah diuji dan dinyatakan valid serta reliabel (Alpha Cronbach 0,942). Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata total skor responden sebesar 54,88 dari skor maksimal 75, yang berada pada kategori setuju terhadap peran media sosial dalam menumbuhkan minat kewirausahaan di bidang peternakan. Mayoritas responden menyatakan setuju bahwa media sosial memudahkan akses informasi, mendukung promosi, dan membentuk persepsi positif terhadap usaha peternakan sebagai peluang kewirausahaan. Temuan ini mengindikasikan adanya kecenderungan pengaruh positif penggunaan media sosial terhadap minat kewirausahaan kaum muda di sektor peternakan lokal Kabupaten Kediri, meskipun kesimpulan ini bersifat deskriptif dan perlu dikonfirmasi lebih lanjut melalui analisis inferensial (misalnya uji regresi atau korelasi) pada penelitian selanjutnya.

Kata kunci: Kabupaten Kediri, Kaum muda, Media sosial, Minat kewirausahaan, Peternakan lokal

PENDAHULUAN

Sektor peternakan lokal memainkan peran penting dalam mendukung ketahanan pangan, menyediakan protein hewani, dan meningkatkan perekonomian masyarakat pedesaan. Namun, keberlanjutan sektor peternakan saat ini menghadapi tantangan serius berupa rendahnya minat kaum muda terhadap peternakan. (Oktafiani et al., 2021) menyatakan bahwa sulitnya regenerasi pada kelompok generasi muda merupakan masalah nyata yang mengancam keberlangsungan sektor pertanian dan peternakan. Jika situasi ini berlanjut, regenerasi peternak akan

terhambat dan dapat berdampak pada produktivitas dan perkembangan peternakan lokal di masa depan.

Rendahnya minat kaum muda terhadap peternakan dapat disebabkan oleh berbagai faktor. (Lokon & Indrawati, 2025) menjelaskan bahwa minat kaum muda terhadap peternakan masih relatif rendah. Studi tersebut menunjukkan bahwa hanya 29,4% responden yang menyatakan minat, sementara mayoritas tidak tertarik karena mereka menganggap peternakan melelahkan, kurang bergengsi, membutuhkan modal besar, dan cenderung membutuhkan waktu lebih lama untuk mencapai keuntungan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi negatif merupakan hambatan utama bagi kaum muda untuk memilih peternakan sebagai peluang kewirausahaan.

Selain persepsi negatif, faktor ekonomi dan lingkungan keluarga juga memengaruhi minat kaum muda terhadap peternakan. (Anhar et al., 2025) menyatakan bahwa regenerasi peternak sangat penting untuk mendukung peternakan berkelanjutan. Studi ini menemukan bahwa preferensi, faktor keturunan, dan faktor ekonomi keluarga secara signifikan mempengaruhi minat Generasi Z terhadap peternakan, dengan pengaruh sebesar 54,9% secara simultan.

Di era modern saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang baru untuk meningkatkan minat generasi muda terhadap sektor peternakan. Media sosial telah menjadi platform digital yang sangat melekat dalam kehidupan kaum muda. Media sosial digunakan tidak hanya untuk hiburan tetapi juga sebagai sumber informasi, sarana komunikasi, dan media promosi. (Kadarisman, 2019) menjelaskan bahwa media sosial dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan menyediakan komunikasi dua arah, sehingga memudahkan pengguna untuk menerima dan berbagi informasi. (Hasyim et al., 2025) menambahkan bahwa media sosial telah bertransformasi menjadi alat strategis dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan kreativitas bisnis generasi muda di tengah dinamika era digital. (Indoworo, 2016) juga membuktikan bahwa peluang media sosial dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan sangat terbuka, mengingat tingginya intensitas penggunaan media sosial sehari-hari serta banyaknya informasi kewirausahaan yang dapat diperoleh dari konten yang tersebar di berbagai platform digital. Hal ini menjadikan media sosial sebagai platform potensial untuk membangun persepsi positif terhadap sektor peternakan.

Kabupaten Kediri, sebagai daerah dengan potensi peternakan lokal, perlu mendorong keterlibatan generasi muda dalam peternakan. Pemanfaatan media sosial dapat menjadi strategi penting untuk mendukung regenerasi peternak, meningkatkan minat kewirausahaan di kalangan kaum muda, dan mengembangkan sektor peternakan lokal secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana media sosial berperan dalam meningkatkan minat generasi muda terhadap usaha peternakan di Kabupaten Kediri.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk mengukur pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat kewirausahaan kaum muda di sektor peternakan lokal. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kediri pada tahun 2025/2026. Populasi penelitian adalah kaum muda (berusia 17–30 tahun) yang

berdomisili di Kabupaten Kediri, seperti Kecamatan Ngancar, Wates, Plosoklaten, Papar, Ngadiluwih, Semen, Mojoroto, Pare, Pagu. dengan sampel sebanyak 34 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling.

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5 (1=Sangat Tidak Setuju hingga 5=Sangat Setuju) yang terdiri dari 15 pernyataan terkait variabel penggunaan media sosial dan minat kewirausahaan di sektor peternakan lokal. Data dikumpulkan melalui distribusi kuesioner secara langsung dan daring kepada responden.

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS melalui beberapa tahapan: (1) Pengujian validitas menggunakan Korelasi Pearson untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mengukur konstruk yang dimaksud, dengan validitas dianggap jika nilai r yang dihitung lebih besar dari nilai r tabel (0,339 untuk $n=34$, $\alpha=5\%$); (2) Uji reliabilitas menggunakan metode Alpha Cronbach, dengan kriteria reliabel jika nilai $\alpha \geq 0,60$; dan (3) Statistik Deskriptif untuk menggambarkan distribusi jawaban responden terhadap setiap butir pernyataan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian (n=34)

Item	r-hitung (Korelasi Item-Total)	r-tabel ($\alpha=5\%$, $n=34$)	Keterangan
p1	0,496	0,339	Valid
p2	0,886	0,339	Valid
p3	0,799	0,339	Valid
p4	0,719	0,339	Valid
p5	0,859	0,339	Valid
p6	0,743	0,339	Valid
p7	0,905	0,339	Valid
p8	0,764	0,339	Valid
p9	0,725	0,339	Valid
p10	0,756	0,339	Valid
p11	0,698	0,339	Valid
p12	0,583	0,339	Valid
p13	0,728	0,339	Valid
p14	0,706	0,339	Valid
p15	0,786	0,339	Valid

Berdasarkan Tabel 1, seluruh 15 item pernyataan dinyatakan valid karena nilai r -hitung (korelasi Pearson item terhadap skor total) lebih besar dari r -tabel (0,339). Nilai r -hitung tertinggi terdapat pada item p7 ($r=0,905$), yang berkaitan dengan persepsi generasi muda terhadap peluang usaha peternakan melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat validitas dan layak digunakan untuk pengambilan data.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi instrumen penelitian. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
0,942	15	Sangat Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Alpha Cronbach sebesar 0,942. Nilai ini jauh melebihi batas reliabilitas minimum yang dibutuhkan ($\alpha \geq 0,60$), sehingga mengkategorikan instrumen tersebut sebagai sangat reliabel. Ini berarti kuesioner tersebut secara konsisten mengukur variabel penggunaan media sosial dan minat kewirausahaan di kalangan anak muda di sektor peternakan lokal. Tabel 3. Menyajikan rincian nilai Corrected Item-Total Correlation dan Cronbach's Alpha If Item Deleted untuk setiap butir pernyataan.

Tabel 3. Item-Total Statistics

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
p1	51,21	97,805	0,415	0,946
p2	51,21	88,956	0,860	0,934
p3	51,44	91,102	0,757	0,937
p4	51,59	93,462	0,667	0,939
p5	51,15	91,160	0,831	0,935
p6	50,94	93,633	0,697	0,938
p7	50,97	89,181	0,885	0,933
p8	51,21	93,320	0,722	0,937
p9	51,50	95,288	0,682	0,938
p10	51,21	93,926	0,714	0,938
p11	51,41	96,613	0,655	0,939
p12	51,32	98,104	0,527	0,942
p13	51,06	95,996	0,689	0,938
p14	50,88	95,622	0,661	0,939
p15	51,26	94,746	0,752	0,937

3. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik tanggapan responden terhadap setiap butir pernyataan. Hasil lengkap disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Setiap Item Pernyataan

Item	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
p1	34	2	5	3,68	1,036
p2	34	1	5	3,68	1,065
p3	34	1	5	3,44	1,050
p4	34	1	5	3,29	1,001
p5	34	2	5	3,74	0,963
p6	34	2	5	3,94	0,952
p7	34	1	5	3,91	1,026
p8	34	2	5	3,68	0,945
p9	34	2	5	3,38	0,853
p10	34	2	5	3,68	0,912
p11	34	2	5	3,47	0,788

p12	34	2	5	3,56	0,824
p13	34	2	5	3,82	0,797
p14	34	2	5	4,00	0,853
p15	34	2	5	3,62	0,817
Total	34	32	73	54,88	10,362

Berdasarkan Tabel 4, skor rata-rata untuk setiap item berkisar antara 3,29 hingga 4,00, menunjukkan bahwa responden cenderung menjawab "Setuju" (skor 4) hingga "Netral" (skor 3) terhadap pernyataan dalam kuesioner. Item p14 memiliki skor rata-rata tertinggi (4,00), menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa media sosial memfasilitasi akses informasi terkait peluang bisnis peternakan. Sebaliknya, item p4 memiliki skor rata-rata terendah (3,29), menunjukkan skeptisisme responden tentang kemudahan memperoleh modal bisnis peternakan melalui media sosial.

Skor total rata-rata untuk responden adalah 54,88 dari skor maksimum 75 (15 item $\times$ 5). Jika dikonversi ke persentase, hasilnya adalah 73,2%, yang dianggap tinggi. Ini berarti secara keseluruhan, kaum muda di Kabupaten Kediri memiliki persepsi positif bahwa penggunaan media sosial memengaruhi minat mereka dalam kewirausahaan di sektor peternakan lokal.

4. PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan valid dan reliabel untuk mengukur pengaruh media sosial terhadap minat kewirausahaan kaum muda di sektor peternakan lokal. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Kadarisman, 2019), yang menyatakan bahwa media sosial dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan menumbuhkan pola pikir positif terhadap sektor bisnis. Hasil serupa dikonfirmasi oleh (Rahayu & Hastuti, 2023), yang menemukan bahwa penggunaan media sosial secara signifikan memengaruhi minat kewirausahaan siswa, dan (Widarko & Subroto, 2025), yang menunjukkan bahwa media sosial secara efektif meningkatkan minat kewirausahaan siswa SMA melalui strategi promosi digital dan pembuatan konten kreatif.

Skor rata-rata yang relatif tinggi untuk item yang berkaitan dengan informasi tentang peluang bisnis dan inspirasi dari konten peternakan di media sosial menunjukkan bahwa generasi muda semakin terbuka terhadap sektor peternakan ketika disajikan melalui platform digital. Temuan ini mendukung gagasan bahwa digitalisasi informasi peternakan, termasuk kisah sukses dari petani muda, video tentang manajemen peternakan modern, dan promosi produk peternakan lokal, dapat mengubah citra peternakan, menjadikannya lebih menarik bagi Generasi Z. (Cahayani et al., 2022) memperkuat hal ini dengan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang dikombinasikan dengan pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Sejalan dengan itu, (Faizah et al., 2025) menemukan bahwa media sosial bersama motivasi berwirausaha, kepribadian,



dan lingkungan keluarga secara bersama-sama berkontribusi positif terhadap minat berwirausaha, sehingga konten peternakan yang menarik di media sosial berpotensi mendorong minat generasi muda secara lebih optimal.

Skor rendah pada item p4 (rata-rata = 3,29), yang berkaitan dengan kemudahan memperoleh modal usaha melalui media sosial, menunjukkan bahwa pembiayaan tetap menjadi hambatan utama bagi generasi muda. Hal ini konsisten dengan temuan (Lokon & Indrawati, 2025) bahwa modal merupakan hambatan utama bagi minat dalam kewirausahaan peternakan. Oleh karena itu, strategi untuk memanfaatkan media sosial perlu disertai dengan program dukungan modal yang dapat diakses oleh generasi muda.

Nilai Alpha Cronbach yang sangat tinggi (0,942) menegaskan konsistensi dan kohesi dari konstruksi pengukuran yang dikembangkan. Ini menunjukkan bahwa 15 item pernyataan secara kolektif membentuk instrumen yang andal untuk mengukur pengaruh media sosial terhadap minat dalam kewirausahaan peternakan. Temuan ini diperkuat oleh (Andika et al., 2023) yang membuktikan bahwa penggunaan media sosial bersamaan dengan efikasi diri dan motivasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kewirausahaan generasi Z, dan (Miswati & Nurdina, 2023) yang menekankan bahwa media sosial memiliki dampak nyata dalam meningkatkan kesadaran kewirausahaan di kalangan generasi Z sehingga instrumen serupa layak digunakan dalam penelitian lebih lanjut di bidang yang sama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat kewirausahaan generasi muda di sektor peternakan lokal di Kabupaten Kediri. Seluruh instrumen penelitian yang terdiri dari lima belas item pernyataan dinyatakan valid dengan nilai korelasi item-total yang memenuhi kriteria, dan reliabel dengan nilai Alpha Cronbach yang sangat tinggi. Rata-rata skor total responden berada pada kategori tinggi, yang mencerminkan sikap positif generasi muda terhadap peran media sosial dalam membangun minat kewirausahaan di sektor peternakan. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk memperluas jumlah sampel dan menganalisis faktor mediasi lain yang juga mempengaruhi minat kewirausahaan generasi muda di sektor peternakan lokal.

DAFTAR RUJUKAN

- Andika, S. T., Maduwinarti, A., & Nasution, U. C. M. (2023). *PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KLINIK KECANTIKAN BENING ' S CLINIC SURABAYA*.
- Anhar, cindy nabila noer, Kusmayadi, T., & Rohayati, T. (2025). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI Z DALAM BUDIDAYA DOMBA GARUT*. 8(2), 295–308.



- Cahayani, ni luh putu, Westra, I. ketut, Ariyanti, N. made, Netriani, ni komang, & Sau, teldi sumarno boling. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Mahadewa Indonesia*. 14(1).
- Faizah, N., Suharto, A., & Wibowo, Y. G. (2025). *Pengaruh Motivasi Berwirausaha , Penggunaan Media Sosial , Kepribadian , dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember*. 3, 1–15.
- Hasyim, Sitanggung, cindy b, Pinem, dheanandha, & Anggriani, E. (2025). *Transformasi Peran Media Sosial Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan dan*. 2(2), 645–652.
- Indoworo, H. E. (2016). *Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media*. 45–55.
- Kadarisman, A. (2019). *Peran Generasi Muda dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Peran Generasi Muda dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Mempromosikan Geopark Ciletuh*. 11(2).
- Lokon, P., & Indrawati, E. (2025). *Minat generasi muda terhadap usaha peternakan di desa cibalong, kecamatan cijeruk, kabupaten bogor*. 2(2), 420–428.
- Miswati, F., & Nurdina, M. N. P. (2023). *DAMPAK MEDIA SOSIAL PADA PENINGKATAN KESADARAN KEWIRAUSAHAAN DI KALANGAN GENERASI Z KECAMATAN BATU AJI*. 3(2), 46–53.
- Oktafiani, I., Sitohang, M. Y., & Saleh, R. (2021). *Sulitnya Regenerasi Petani pada Kelompok Generasi Muda*. 10, 1–17.
- Rahayu, fadila rizki, & Hastuti, maria agatha sri widyanti. (2023). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI TULUNGAGUNG TAHUN AKADEMIK 2022/2023*. 2, 2036–2052.
- Widarko, richo fernanda putra, & Subroto, waspodo tjipto. (2025). *Pengaruh Media Sosial terhadap Peningkatan Minat Kewirausahaan Siswa SMA*. 17(3), 1837–1848.