

**STRATEGI *SELF-PRESENTATION* PETANI MILENIAL
DIKONSTRUKSI DALAM MEDIA SOSIAL**

(Studi Fenomenologi Pada Pelaku Regenerasi Petani Jawa Barat)

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



Oleh:

Nadya Zalfa Salsabila

NIM 2006032

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

BANDUNG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

ii

LEMBAR PENGESAHAN

Nadya Zalfa Salsabila

**STRATEGI *SELF-PRESENTATION* PETANI MILENIAL
DIKONSTRUKSI DALAM MEDIA SOSIAL**

(Studi Fenomenologi Pada Pelaku Regenerasi Petani Jawa Barat)

Skripsi ini disetujui dan diabsahkan oleh:

Pembimbing I,



Vidi Sukmayadi, S.S., M.Si., Ph.D.

NIP. 19821022 201404 1 001

Pembimbing II,



Alwan Husni Ramdani, S.Ikom., M.I.Kom.

NIP. 92020041 994031 2101

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Ilmu komunikasi,
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia**



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.

NIP. 198507172014041001

**STRATEGI *SELF-PRESENTATION* PETANI MILENIAL
DIKONSTRUKSI DALAM MEDIA SOSIAL
(Studi Fenomenologi Pada Pelaku Regenerasi Petani Jawa Barat)**

Oleh
Nadya Zalfa Salsabila

Skripsi diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© **Nadya Zalfa Salsabila 2024**
Universitas Pendidikan Indonesia
November 2024

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh digandakan seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi atau dengan cara lainnya tanpa izin dari peneliti.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: “**Strategi *Self-Presentation* Petani Milenial Dikonstruksi Dalam Media Sosial (Studi Fenomenologi Pada Pelaku Regenerasi Petani Jawa Barat)**” dan seluruh isinya adalah karya saya sendiri. Saya tidak menjiplak atau mengutip dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku dalam komunitas ilmiah. Berdasarkan pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi jika di kemudian hari terjadi pelanggaran etika ilmiah atau jika ada klaim pihak ketiga atas keaslian karya saya.

Bandung, 18 November 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Nadya Zalfa Salsabila

NIM. 2006032

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Strategi *Self-Presentation* Petani Milenial Dikonstruksi Dalam Media Sosial (Studi Fenomenologi Pada Pelaku Regenerasi Petani Jawa Barat)." Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pendidikan Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti berusaha untuk memberikan kontribusi yang berarti terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang *personal branding*. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi *self-presentation* petani milenial dikonstruksi dalam media sosial, serta diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi pembaca dan praktisi di lapangan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi siapa saja yang membacanya.

Bandung, 18 November 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Nadya Zalfa Salsabila

NIM. 2006032

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini. Tanpa bantuan mereka, peneliti tidak akan mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

1. Allah SWT yang telah tak berhenti memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menuntaskan skripsi ini.
2. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta jajarannya.
3. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengatahuan Sosial beserta seluruh jajarannya.
4. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Vidi Sukmayadi, S.S., M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia meluangkan waktu untuk memberi ilmu dan membimbing peneliti dengan penuh kesabaran, serta memberikan saran konstruktif bagi peneliti.
6. Alwan Husni Ramdani, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan, dukungan, dan saran yang berarti selama proses penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan wawasan pengetahuan dan pengalaman yang berguna untuk masa depan peneliti.
8. Teruntuk diri sendiri. Terima kasih sudah bertahan, bangkit, dan berjuang selama masa perkuliahan hingga masa penyusunan skripsimu. Perjalananmu yang sebenarnya baru saja dimulai.
9. Teruntuk Papa dan Mama. Terima kasih atas cinta, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti selama saya menempuh pendidikan ini.
10. Teruntuk Lala. Terima kasih sudah hadir dan semoga kita selalu bisa saling menginspirasi satu sama lain serta mencapai impian kita bersama di masa depan.
11. Teruntuk Azka dan Mute yang telah mewarnai dan kebersamai

proses pendewasaanku. Tanpa adanya kalian, masa perkuliahan tidaklah indah.

12. Teruntuk Bubub Kru TV (Azka, Atid, Ai, Dedes, Karin, Miu, Mute, Rindu, Siska, Tedi, dan Unie). Siapa sangka berawal dari kelompok penyiaran berisikan mayoritas *strong woman* ini terus belajar bersama hingga akhir. Terima kasih telah saling menguatkan.
13. Teman-teman satu bimbingan Pak Vidi yang tidak hentinya saling memberikan dukungan, terutama Sarah selaku Ibu Dosenku dan rekan awal perkuliahanku yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi peneliti.
14. Seluruh informan dan Pakar yang telah meluangkan waktu dan energinya untuk berpartisipasi dalam proses diskusi dalam penyusunan skripsi peneliti.
15. Seluruh teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2020, betapa hebatnya kalian telah berhasil melalui dunia perkuliahan.
16. Seluruh pihak yang turut membantu peneliti dalam proses menyusun skripsi yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Bandung, 18 November 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Nadya Zalfa Salsabila

NIM. 2006032

**STRATEGI *SELF-PRESENTATION* PETANI MILENIAL
DIKONSTRUKSI DALAM MEDIA SOSIAL
(Studi Fenomenologi Pada Pelaku Regenerasi Petani Jawa Barat)**

Oleh, Nadya Zalfa Salsabila – NIM 2006032

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi perihal isu kebaruan mengenai kondisi krisis berkelanjutannya akan profesi petani yang disebabkan oleh minimnya keikutsertaan generasi muda. Tidak berjalannya regenerasi sumber daya manusia pertanian dengan baik dikarenakan menurunnya minat generasi muda untuk bekerja di sektor pertanian. Ternyata salah satu faktor menurunnya peminatan generasi muda ini dikarenakan adanya stigma buruk akan profesi petani dalam pandangan generasi muda. Dengan adanya stigma buruk profesi petani tersebut, sangat penting bagi Ilmu Komunikasi untuk hadir dalam fenomena tersebut guna menguraikan permasalahan yang ada, yaitu melalui bidang *personal branding* dengan praktik *self-presentation*. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi *self-presentation* para petani milenial dikonstruksi dalam media sosial serta menjelaskan pemaknaan akan identitas petani bagi petani milenial. Untuk menunjang penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data lapangan dikumpulkan dengan melakukan wawancara semi terstruktur dan studi dokumentasi terhadap delapan petani milenial pelaku program Regenerasi Petani sebagai informan kunci. Dalam mengolah data penelitian ini, peneliti menerapkan teknik analisis data berdasarkan empat langkah yang diuraikan oleh Moustakas (1994). Hasil penelitian mengungkapkan adanya tiga pemaknaan akan identitas petani bagi petani milenial dan strategi *self-presentation* petani milenial yang dikonstruksi dalam media sosial telah melibatkan implementasi serta evaluasi dan pengembangan dari praktik *self-presentation* petani milenial dalam mencapai keberhasilan motif diri mereka sebagai fondasi awal praktik *self-presentation* petani milenial.

Kata Kunci: *Strategi Self-Presentation*, Petani Milenial, Media Sosial.

***SELF-PRESENTATION STRATEGIES OF MILLENNIAL FARMERS
CONSTRUCTED IN SOCIAL MEDIA***

***(A Phenomenological Study on Participants of the Regeneration Program for
Farmers in West Jawa)***

By, Nadya Zalfa Salsabila – NIM 2006032

Communication Studies Program

Faculty of Education of Social Sciences, Indonesia University of Education

ABSTRACT

This research is motivated by the issue of the ongoing crisis regarding the farming profession, which is exacerbated by the lack of participation from the younger generation. The ineffective regeneration of human resources in agriculture is due to a declining interest among young people in working in the agricultural sector. One contributing factor to this decline is the negative stigma associated with the farming profession in the eyes of the younger generation. Given this negative perception, it is crucial for Communication Studies to engage with this phenomenon to address existing problems, particularly through the lens of personal branding and self-presentation practices. This study aims to explore the self-presentation strategies of millennial farmers as constructed in social media and to explain the meaning of identity for these millennial farmers. To support this research, a qualitative approach using phenomenological methods was employed. Field data were collected through semi-structured interviews and documentation studies involving eight millennial farmers participating in the Farmer Regeneration Program as key informants. In processing the data, the researcher applied a four-step data analysis technique as outlined by Moustakas (1994). The findings reveal three meanings of identity for millennial farmers and demonstrate that their self-presentation strategies on social media involve implementation, evaluation, and development of self-presentation practices aimed at achieving their self-motives as an initial foundation for millennial farmers' self-presentation practices.

Keywords: *Self-Presentation Strategies, Millennial Farmers, Social Media.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Petani Sebagai Profesi	7
2.2 Karakteristik Petani Milenial Program Regenerasi Petani	10
2.3 Konsep Media Sosial dengan <i>Self-Presentation</i>	13
2.4 Analisis <i>Self-presentation</i> Dalam Model Dramaturgi Goffman (1956).....	15
2.5 Strategi <i>Self-Presentation</i> Jones & Pittman (1982).....	17
2.6 Penelitian Terdahulu.....	19
2.6 Konsep Penelitian Fenomenologi Dalam Pembentukan Identitas Diri di Media Sosial	25
2.7 Kerangka Berpikir	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain penelitian	28
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian	30
3.2.1 Partisipan Penelitian	30
3. 2. 2 Tempat Penelitian	33
3.3 Pengumpulan Data	34
3.3.1 Wawancara.....	34
3.3.2 Studi Dokumen	36
3.4 Analisis Data	37

3.5 Keabsahan Data	41
3.5.1 <i>Memberchecking</i>	41
3.5.2 <i>Inter-Coder Reability</i>	42
3.5.3 Triangulasi Sumber Data	43
3.6 Isu Etik Penelitian	44
3.7 Lini Masa Penelitian.....	45
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Pemaknaan akan Identitas Petani bagi Petani Milenial	48
4.1.1 Kebanggaan Sebagai Pahlawan Pangan di Tengah Ancaman Regenerasi Petani	49
4.1.2 Profesi Mulia Lantaran Keprihatinan Terhadap Kenyataan Pahit Petani	51
4.1.3 Petani Sebagai Kelanjutan Tradisi Profesi Keluarga.....	54
4.2 Strategi <i>Self-Presentation</i> Petani Milenial Dikontruksi dalam Media Sosial	57
4.2.1 Motif Diri Sebagai Fondasi Awal Praktik <i>Self-Presentation</i>	58
4.2.2 Implementasi <i>Self-Presentation</i> dalam Media Sosial	62
4.2.3 Evaluasi dan Pengembangan <i>Self-Presentation</i> dalam Media Sosial...	73
4.3 Pembahasan	84
4.3.1 Pemaknaan akan Identitas Petani Bagi Petani Milenial.....	85
4.3.1 Strategi <i>Self-Presentation</i> Petani Milenial Dikonstruksi dalam Media Sosial.....	88
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	96
5.1 Simpulan.....	96
5.1.1 Pemaknaan akan Identitas Petani bagi Petani Milenial	96
5.1.2 Strategi <i>Self-Presentation</i> Petani Milenial Dikonstruksi dalam Media Sosial.....	96
5.2 Implikasi.....	97
5.2.1 Implikasi Akademis	97
5.2.2 Implikasi Praktis	98
5.3 Rekomendasi	98
5.3.1 Rekomendasi Akademis	98
5.3.2 Rekomendasi Praktis.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 3.1 Tahapan Analisis Data Moustakas (1994)	38
Gambar 4.1 Tema-Tema Utama Untuk Pertanyaan Penelitian 1	49
Gambar 4.2 Tema-Tema Utama Untuk Pertanyaan Penelitian 2	58
Gambar 4.3 Beragam Format dalam Menciptakan Konten Edukatif.....	65
Gambar 4.4 Berbagi Pencapaian dalam Dunia Pertanian	66
Gambar 4.5 Berbagi Momen Keseharian di Lahan Melalui Konten yang Otentik dan <i>Relatable</i>	67
Gambar 4.6 Berbagi Konten Kegiatan Pengalaman di Luar Lahan.....	68
Gambar 4.7 Menggunakan Teknik <i>Storytelling</i> dalam Melakukan Praktik <i>Self-Presentation</i> di Media Sosial	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Partisipan Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Pengkodean <i>Bracketing</i>	38
Tabel 3.3 Tabel Realibilitas <i>Inter-Coder</i>	43
Tabel 3.4 Lini Masa Penyusunan & Sidang Proposal Skripsi	45
Tabel 3.5 Lini Masa Penyusunan Pendahuluan, Kajian Pustakan, dan Metodologi	45
Tabel 3.6 Lini Lini Masa Pengumpulan Data Penelitian	46
Tabel 3.7 Lini Masa Analisis Data Penelitian.....	46
Tabel 3.8 Lini Masa Penyusunan Temuan & Pembahasan Penelitian serta Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi Penelitian	47
Tabel 4.1 Pemaknaan akan Identitas Petani bagi Petani Milenial	55
Tabel 4.2 Strategi <i>Self-Presentation</i> Petani Milenial Dikontruksi dalam Media Sosial	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keputusan Dosen Pembimbing Skripsi.....	111
Lampiran 2: Surat Izin Penelitian	112
Lampiran 3: Lembar Persetujuan Informan	113
Lampiran 4: Pedoman Wawancara	116
Lampiran 5: Transkripsi Data Wawancara Penelitian	118
Lampiran 6: Hasil Analisis Data Wawancara dan Intercoding	156
Lampiran 7: Lampiran Hasil Memberchecking	191
Lampiran 8: Surat Keterangan Intercoder.....	194
Lampiran 9: Surat Keterangan Informan Ahli	195
Lampiran 10: Executive Summary untuk Informan Ahli	196
Lampiran 11: Transkripsi Data Wawancara Triangulasi Ahli	197
Lampiran 12: Dokumentasi Wawancara.....	200
Lampiran 13: Surat Keterangan Hasil Pemeriksaan Plagiarisme	201

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.; Cetakan I). Syakir Media Press.
- Agriculture 4.0: The Future of Farming Technology, 1 (2018).
<https://www.marshmcclennan.com/content/dam/mmc-web/insights/publications/2018/november/agriculture-4-0/Oliver-Wyman-Agriculture-4.0.pdf>
- Agumagu, A. C., Ifeanyi-obi, C. C., & Agu, C. (2018). Perception of Agriculture Students Towards Farming as a Means of Sustainable Livelihood in Rivers State, Nigeria. *Journal of Agricultural Extension*, 22(1), 108–116. <https://doi.org/10.4314/JAE.V22I1.12S>
- Aldyan, R., Mustofa, B., & Sani, M. (2024). Efektivitas Promosi Kesehatan Melalui Media Sosial dalam Mendorong Perilaku Hidup Sehat Pada Remaja. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 1(3). <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i3.484>
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). *SENI MENGELOLA DATA: PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK, SUMBER DAN WAKTU PADA PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL*. 5(2), 146–150. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.3432>
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). ANALISIS SELF-PRESENTING DALAM TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN PADA TAMPILAN INSTAGRAM MAHASISWA. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/dsjpips>
- Anshori, I. (2018). Melacak State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial. *Halaqa: Islamic Education Journal*, 2(2), 165–181. <https://doi.org/10.21070/halaqa.v2i2.1814>
- Anwarudin, O., Sumardjo, Satria, A., & Fachiya, A. (2020). Peranan Penyuluh Pertanian Dalam Mendukung Keberlanjutan Agribisnis Petani Muda Di Kabupaten Majalengka. *Jurnal Agribisnsi Terpadu*, 13(1), 17–36. <https://doi.org/Doi: 10.33512/jat.v13i1.7984>.
- Arvianti, E. Y., Anggrasari, H., & Masyhuri, M. (2022). Pemanfaatan Teknologi Komunikasi melalui Digital Marketing pada Petani Milenial di Kota Batu, Jawa Timur. *AGRIEKONOMIKA*, 11(1), 11–18. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v11i1.10403>
- Augina, A., Program, M., Ilmu, S., Masyarakat, K., Kedokteran, F., Kesehatan, I., Jambi, U., Letjend, J., No, S., 33, T., & Pura, J. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di

- Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151.
- Badan PPSDMP. (2021). *LAPORAN TAHUNAN Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian Tahun 2020*.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *BERITA RESMI STATISTIK Hasil Sensus Penduduk 2020*.
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Balqis Rarasati, D., Prasetyaningrum, S., Psikologi, F., & Muhammadiyah Malang, U. (2019). STRATEGI PRESENTASI DIRI PENGGUNA INSTAGRAM DITINJAU DARI TIPE KEPRIIBADIAN. Dalam *Agustus* (Vol. 07, Nomor 02).
- Berger, P. L., & Thomas, L. (1990). *Tafsir Sosial atas Kenyataan*. LP3ES.
- Budiastuti, D. & B. A. (2018). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Predana Media Group.
- Burgess, R. G. (1982). *Field Research: a Sourcebook and Field Manual*. Unwin Hyman.
- Capriotti, P., Carretón-Ballester, C., & Losada-Díaz, J. C. (2024). Analysing the influence of Universities' content strategy on the level of engagement on social media. *Communication and Society*, 37(1), 41–60.
<https://doi.org/10.15581/003.37.1.41-60>
- Carr CT, & Hayes RA. (2015). Social media: defining, developing, and divining. *Atl. J. Commun*, 23(1), 46–65.
- Chaney, N. A. (2019). *Millennials and The Future of Entrepreneurship*. Kent State University Honors College.
- Chen, C. P. (2013). Exploring Personal Branding on YouTube. *Journal of Internet Commerce*, 12(4), 332–347.
<https://doi.org/10.1080/15332861.2013.859041>
- Chen, S., van Tilburg, W. A. P., & Leman, P. J. (2023). Women's Self-Objectification and Strategic Self-Presentation on Social Media. *Psychology of Women Quarterly*, 47(2), 266–282.
<https://doi.org/10.1177/03616843221143751>
- Cilesiz, S. (2011). A phenomenological approach to experiences with technology: Current state, promise, and future directions for research. *Educational Technology Research and Development*, 59(4), 487–510.
<https://doi.org/10.1007/s11423-010-9173-2>

- Correa, T., Hinsley, W. A., & Gil de Zúñiga, H. (2009). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26, 247–253.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed methods Approaches* (4th Edition). SAGE Publications, Inc.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fifth Edition). SAGE Publications, Inc.
https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/510378/mod_resource/content/1/creswell.pdf
- Creswell, J. W., & Creswell, J. David. (2017). RESEARCH DESIGN: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Dalam 1 (Fifth Edition). SAGE Publications, Inc.
- Cridland, E. K., Jones, S. C., Caputi, P., & Magee, C. A. (2015). Qualitative research with families living with autism spectrum disorder: Recommendations for conducting semistructured interviews. *Journal of Intellectual and Developmental Disability*, 40(1), 78–91.
<https://ro.uow.edu.au/sspapers>
- DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). The Qualitative Research Interview. *Medical Education*, 40(4), 314–321.
<https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x>
- Effendy, L., Widyaastuti, N., & Lastri, H. (2022). The Millennial Farmers' Interest in Succeeding the Family Agriculture for Hydroponic Application in Garut District, West Java Indonesia. *Universal Journal of Agricultural Research*, 10(3), 266–274.
<https://doi.org/10.13189/ujar.2022.100308>
- Engholm, I., & Hansen, E. (2014). The fashion blog as genre-between user-driven bricolage design and the reproduction of established fashion system. *Digital Creativity*, 25(2), 140–154.
- Faisal, H. N. (2021). PENGARUH LATAR BELAKANG PETANI BERALIH PROFESI MATA PENCAHARIAN MENJADI BURUH MIGRAN (TKI/TKW). *Jurnal Universitas Tulungagung BONOROWO*, 1(2).
- Fausi, A. F., & Sholichah, N. (2024). Peran Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani melalui Program Bantuan Peningkatan Produksi dan Produktivitas di Kabupaten Sampang. *Soetomo Administrasi Publik (SAP)*, 2(1), 261–269.

- Fimalasari, R., Putra, R., & Jiwanda, J. (2021). PENGARUH CITRA DIRI DAN HARGA DIRI TERHADAP PENERIMAAN SOSIAL DI STABN DI SRIWIJAYA. *Jurnal Pelita Dharma*, 8(1).
- Firdaus, I. (2022). *PERAN PEMERINTAH DAERAH DALAM MENGELOLA KRISIS PANDEMI COVID-19 PADA KAWASAN WISATA DI KABUPATEN BOGOR (Analisis Konten Pada Media Massa Nasional)* [Thesis (S1)]. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi Public Relations di Era Digital. *Jurnal Ultimacomm*, 12(2), 206–225.
- Goffman, E. (1956). *THE PRESENTATION OF SELF EVERYDAY LIFE* (Monograph No. 2). Anchor.
- Greening, N. (2019). Phenomenological Research Methodology. *Scientific Research Journal*, VII(V).
<https://doi.org/10.31364/scirj/v7.i5.2019.p0519656>
- H. K. Azzaakiyyah. (2023). Impact of Social Media Use on Social Interaction in Contemporary Society. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 1–9.
- Haerul, & Yusrina. (2021). Kreativitas Konten Edukasi Bahasa dan Sastra Indonesia di Media Sosial. *RIKSA BAHASA XV*, 15.
<http://proceedings.upi.edu/index.php/riksabahasa>
- Hamdani, C. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Berusaha Tani Petani Milenial Alumni Pelatihan Kewirausahaan Bagi Petani Muda Di Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal AgriWidya*, 1(3), 61–73.
<https://repository.pertanian.go.id/server/api/core/bitstreams/0a3ca6fe-1d1d-438f-a5ef-a5a382bccd03/content>
- Harisudin, M., Kusnandar, Riptanti, E. W., Setyowati, N., & Khomah, I. (2023). Determinants of the Internet of Things adoption by millennial farmers. *AIMS Agriculture and Food*, 8(2), 329–342.
<https://doi.org/10.3934/agrfood.2023018>
- Haryanto, Y., Effendy, L., & Tri Yunandar, D. (2022). Karakteristik Petani Milenial pada Kawasan Sentra Padi di Jawa Barat. *Jurnal Penyuluhan*, 18(01), 25–35. <https://doi.org/10.25015/18202236982>
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *MediaTor*, 9(1), 163–180.
- Helaluddin, H. W. (2019). *Analisis Data Kualitatif*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

- Hidayatullah, R. S., Rozaki, Z., Wulandari, R., & Azzahra, I. (2023). Nurturing the Hope of Indonesian Agriculture: Young Generation's Contribution to Technology Improvement for Sustainable Indonesian Agriculture. *Proceedings The 4th UMYGrace 2023 "Crafting Innovation for Global Benefit,"* 3(2), 269–274.
- Humbertus, P., Jayanti, L., Cuo, F., & Laumanto, F. (2022). Kecenderungan Pembentukan Inauthentic Self- Presentation Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(5).
- Indardi, & Ramadiani, D. (2021). Motivation of Farmers toward Tobacco Farming in Sleman District, Sleman Regency. *E3S Web of Conferences*, 316. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131602025>
- Inegbedion, H., Inegbedion, E., Asaley, A., Obadiaru, E., & Asamu, F. (2021). Use of social media in the marketing of agricultural products and farmers' turnover in South-South Nigeria [version 2; peer review: 2 approved, 1 approved with reservations]. *F1000Research*, 9, 1–19. <https://doi.org/10.12688/F1000RESEARCH.26353.1>
- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2).
- Isyanto, P., Sapitri, R. G., & Sinaga, O. (2020). Micro influencers marketing and brand image to purchase intention of cosmetic products focallure. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1), 601–605. <https://doi.org/10.5530/srp.2020.1.75>
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation. *Psychological Perspectives on the Self*, 1, 231–262.
- Juditha, C. (2014). SELF PRESENTATION IN SOCIAL MEDIA PATH. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, 15(1), 17–32.
- Julia, A., Heryanto, M. A., Utami, H. N., & Rachmawati, E. (2024). Interest of the Young Generation of Farming Families in the Agricultural Sector in Karangligar Village, Telukjambe Barat District, Karawang Regency. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 1757–1765.
- Kallio, H., Pietilä, A. M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. Dalam *Journal of Advanced Nursing* (Vol. 72, Nomor 12, hlm. 2954–2965). Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1111/jan.13031>

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kementerian Pertanian. (2019). *Peraturan Menteri Pertanian tentang Pedoman Gerakan Pembangunan Sumber Daya Manusia Pertanian Menuju Lumbung Pangan Dunia 2045*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/161057/permentan-no-04-tahun-2019>
- Khoiriyah. (2017). PANDANGAN SOSIAL EKONOMI DAN KEAGAMAAN MASYARAKAT PETANI DI JAWA. *Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman*, 6(2), 233–247. <http://journal.ipmafa.ac.id/index.php/islamicreview>
- Kramer, N. C., & Winter, S. (2008). Impression Management 2.0: The Relationship of Self-Esteem, Extraversion, Self-Efficacy, and Self-Presentation Within Social Networking Sites. *Journal of Media Psychology*, 20(3), 106–116. , 20(3), 106–116.
- Kusluvan, S., & Kusluvan, Z. (2018). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21(3), 251–269.
- Lamia, G. P., Tangkudung, J., & Lotulung, L. J. H. (2021). Konstruksi Makna Petani Bagi Generasi Z di Kecamatan Sonder. *ACTA Diurna Komunikasi*, 4.
- Littlejohn, S., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE Publications, Inc.
- Lowe-Calverley, E., & Grieve, R. (2021). Do the metrics matter? An experimental investigation of Instagram influencer effects on mood and body dissatisfaction. *Body Image*, 36, 1–4. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.003>
- Mahdi, M. I. (2022, April 3). *Krisis Petani Muda di Negara Agraris*. DataIndonesia.id.
- Manen, M. Van. (2017). But Is It Phenomenology? *Qualitative Health Research*, 27(6), 775–779. <https://doi.org/10.1177/1049732317699570>
- Masyhur, F. (2016). The ICT Literacy Development Model for Farmers and Fishermen Community (Model Pengembangan Literasi TIK Masyarakat Tani dan Nelayan). *Journal Pekommas*, 1(1).
- Maulana, A., & Hafiz, M. (2024). Peran Konten Interaktif Dalam Membangun Keterlibatan Dengan Pengguna Di Instagram: Tinjauan Adidas Indonesia. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan*

- Humaniora*, 3(1), 175–189.
<https://doi.org/10.56910/jispendiora.v3i1.1326>
- Merriam, S. B. (1998). *Qualitative Research and Case Study Applications in Education* (2nd ed). Jossey-Bass Publishers.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis* (Second Edition). SAGE Publications, Inc.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (Cetakan ke-36). PT. Remaja Rosdakarya Offset .
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja, Rosdakarya.
- Nargotra, M., & Khurjekar, M. J. (2020). Green house based on IoT and AI for societal benefit. *International Conference on Emerging Smart Computing and Informatics (ESCI)*, 109–112. <https://doi.org/doi:10.1109/ESCI48226.2020.9167637>
- Nawawi, F. A., Zela, ;, Alfira², N., Anti, ;, & Anneja, S. (2022). Faktor Penyebab Ketidaktertarikan Generasi Muda Pada Sektor Pertanian Serta Penanganannya. Dalam *Universitas Negeri Surabaya 2022* / (Vol. 585). www.bps.go.id
- Ningrum, A. P., & Rajiyem. (2023). Konsep Diri Petani Milenial. *Kaganga Komunika Journal of Communication Science*, 5(2), 169–178. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA>
- Novisma, A., & Iskandar, E. (2023). The study of millennial farmers behavior in agricultural production. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1183(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1183/1/012112>
- Nugroho, A. D., Waluyati, L. R., & Jamhari, J. (2018). Efforts of engage youth generation to working on agricultural sector in Yogyakarta Province. *JPPUMA Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA June*, 6(1), 76–95. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v6i1.1252>
- Nurlaela, S., Bihrajihant Raya, A., & Hariadi, S. S. (2022). Information Technology Utilization Of Young Educated Farmers In Agricultural Entrepreneurship. *Agro Ekonomi*, 33(1), 11. <https://doi.org/10.22146/ae.64524>
- Nuryana, A., Pawito, & Utari, P. (2019). PENGANTAR METODE PENELITIAN KEPADA SUATU PENGERTIAN YANG MENDALAM MENGENAI KONSEP FENOMENOLOGI. *ENSAINS*, 2(1), 19–24. <http://jurnal.universitaskebangsaan.ac.id/index.php/ensains>

- Ohara, M. R., Suparwata, D. O., & Rijal, S. (2024). Revolutionary Marketing Strategy: Optimising Social Media Utilisation as an Effective Tool for MSMEs in the Digital Age. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 2(1), 313–318. <https://doi.org/10.61100/adman.v2i1.125>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed). Sage Publications.
- Peraturan Presiden (PERPRES) tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024, Pub. L. No. 18, Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia (2020). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/131386/perpres-no-18-tahun-2020>
- Petani Milenial. (t.t.). *Petani Milenial Juara*. <https://petanimilenial.jabarprov.go.id/>.
- Prasetya, A. D., Utama, A. H., & Mastur. (2024). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Penyajian Konten Pembelajaran Digital: Study Literature Review. *JRIP: Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran*, 4(2), 1004–1017.
- Prastiwi, C. R., Rozaki, Z., Wulandari, R., & Azzahra, I. (2023). The Role of Interpersonal Communication in Shaping Young Generations' Perceptions of the Future of Indonesian Agriculture. *"Crafting Innovation for Global Benefit,"* 242–248. https://ceritawarga.com/read/2022/11/08/6086/Wujud_Pe
- Pusdiktan. (2017). *Rencana Strategis Pusat Pendidikan Pertanian Tahun 2015-2019 (Revisi)*. Pusat Pendidikan Pertanian, Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian, Kementerian Pertanian.
- Ramsey, L. R., & Horan, A. L. (2018). Picture this: Women's selfsexualization in photos on social media. *Personality and Individual Differences*, 133, 85–90.
- RENCANA STRATEGIS KEMENTERIAN PERTANIAN TAHUN 2020-2024, Pub. L. No. 259/Kpts/RC.020/M/05/2020, KEPUTUSAN MENTERI PERTANIAN REPUBLIK INDONESIA 1 (2020).
- Reswari, R. A., Rizieq, R., Suryani, R., & Ekawati. (2023). Rebranding Produk Pupuk Organik Kelompok Tani Usaha Bersama Melalui Kemasan dan Pemasaran Digital. *Ash-Shahabah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2).
- Riley, M., & Robertson, B. (2022). The virtual good farmer: Farmers' use of social media and the (re)presentation of "good farming." *Sociologia Ruralis*, 62(3), 437–458. <https://doi.org/10.1111/soru.12390>

- Rochaeni, S. (2023). Is It Possible to Apply Gig Economy for Farmer in Indonesia? *JOURNAL OF ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT STUDIES*, 06(01). <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i1-31>
- Rohmatika, L., . H., & Saniatuzzulfa, R. (2023). Hubungan Antara Need To Belong Dengan Presentasi Diri Online Pada Remaja Pengguna Instagram di SMP Al Azhar Syifa Budi Solo. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candrajawa*, 8(2), 76. <https://doi.org/10.20961/jip.v8i2.64002>
- Rorong, M. J. (2018). The Presentation Of Self in Everyday Life: Studi Pustaka Dalam Memahami Realitas Dalam Perspektif ERVING GOFFMAN. *JURNAL ORATIO DIRECTA*, 1(2), 119–132.
- Salmons, J. (2015). *Qualitative Online Interviews (Kedua)*. SAGE Publications Ltd.
- Sanders, P. (1982). Phenomenology: A New Way of Viewing Organizational Research. *The Academy of Management Review*, 7(3), 353–360.
- Septeri, D. I. (2023). Lahirnya Petani Milenial dan Peranannya dalam Pengembangan Agrowisata di Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(1), 29–39. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i1.50608>
- Silaban, S. I., Dida, S., Perbawasari, S., Raya, J., Sumedang, B., 21, K. M., & Jatinangor, K. (2019). PERSONAL BRANDING YULIA BALTSCHUN SEBAGAI DIET INFLUENCER MELALUI YOUTUBE. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut (Hasil Pemikiran dan Penelitian)*, 5(2), 357–371. www.journal.uniga.ac.id
- Siroj, N. T., Fitriyana, G., Rabadi, S. R., & Ardia, V. (2023). Re-branding UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Produksi Pertanian Pada Kelompok Wanita Tani Pamulang Barat. *Prosiding Seminar Nasional LPPM UMJ*, 1–6.
- Siswoyo, Effendy, L., & Hartono, R. (2020). Rural Youth Capacity Building Model of the Chili Farming Community in Garut Regency West Java, Indonesia. *Journal of The Social Sciences*, 48(4), 1709–1728. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i2.2424>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (13th ed). Alfabeta CV.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploitatif, Enterpretif Dan Konstruktif*. ALFABETA.
- Sukmayadi, V., Darmawangsa, D., Ayub, S. H., & Fadhila, S. A. (2024). Constructing Fame: A Phenomenological Study of Online Impression Management among Indonesian TikTok Celebrities. *The Qualitative*

Report, 29(6), 1727–1741. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2024.5992>

- Susanti, & Harto, B. (2024). Pengaruh Autentisitas Storytelling Influencer Instagram Terhadap Brand Awareness Roti Lokal Bandung. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 3600–3616.
- Susilowati, S. H. (2016). Farmers Aging Phenomenon and Reduction in Young Labor: Its Implication for Agricultural Development. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 34(1), 35–54.
- Tim SUTAS2018. (2018). *HASIL SURVEI PERTANIAN ANTAR SENSUS (SUTAS) 2018* (Tim SUTAS2018, Ed.; SERI-A1). Badan Pusat Statistik.
- Turner, D. P. (2020). Sampling Methods in Research Design. Dalam *Headache: The Journal of Head and Face Pain* (Vol. 60, Nomor 1, hlm. 8–12). Blackwell Publishing Inc. <https://doi.org/10.1111/head.13707>
- Tutiasri, R. P., Kusumajanti, Rahmawati, D. H., Setiawan, J. D., & Tayono, P. (2023). Marketing Communication Strategy for Millennial Farmers of Yogyakarta Special Region through Social Media. *7st International Seminar of Research Month 2022*, 512–518. <https://doi.org/10.11594/nstp.2023.3383>
- Umunnakwe, V. C., Pyasi, V. K., & Pande, A. K. (2014). Factors influencing involvement in agricultural livelihood activities among rural youth in Jabalpur district of Madhya Pradesh, India. *International Journal of Agricultural Policy and Research*, 2(8), 288–295. <http://www.journalissues.org/IJAPR/>
- Utami, D. P. (2020). Pengenalan Digital Marketing dalam Pemasaran Produk Pertanian Untuk Petani Milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PERTANIAN*, 25–32.
- Ward, J. (2016). Swiping, matching, chatting: Self-presentation and self-disclosure on mobile dating apps. *Human IT*, 13(2), 81–95.
- Widiyanti, E., Karsidi, R., Wijaya, M., & Utari, P. (2023). How intergenerational farmers negotiate their identity in the era of Agriculture 4.0: A multiple-case study in Indonesia. *Open Agriculture*, 8(1). <https://doi.org/10.1515/opag-2022-0219>
- Wijaya, G. M., & Erdiansyah, R. (2023). Tipe Konten dan Korelasinya Pada Engagement Instagram. *Prologia*, 7(2), 312–321.
- Y. Purnama, & A. Asdlori. (2023). The Role of Social Media in Students' Social Perception and Interaction: Implications for Learning and Education. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(2).

- Yuliana, G. D., Ahsan, T. F., & Fitriandini, V. F. (2023). Saung Eling Kampung Lembur Sawah: Bercerita Lewat Wisata Pertanian dan Budaya. *Jurnal Publish*, 144(2), 124–259.
- Yunandar, D. T., Hariadi, S. S., & Raya, A. B. (2019). Students' Attitude Towards Agricultural Entrepreneurship in Selected Vocational Colleges in Indonesia. *Journal of Agricultural Extension*, 23(2), 147–153. <https://doi.org/10.11226/v23i2>
- Yunandar, D. T., Hariadi, S. S., & Raya, A. B. (2020a). Attitudes and Experiences of Millennial Farmers in Using Social Media to Support the Success of Agricultural Entrepreneurship. *Prosiding Seminar Polbangtan Yogyakarta-Magelang*, Art. ISBN : 978-623-95866-0-3. <https://jurnal.polbangtanyoma.ac.id/index.php/pros2020yoma/article/download/459/470>
- Yunandar, D. T., Hariadi, S. S., & Raya, A. B. (2020b). Sikap dan Pengalaman Petani Milenial dalam Memanfaatkan Media Sosial untuk Mendukung Keberhasilan Berwirausaha Pertanian. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL*, 195–202.
- Zulpardiasyah, Z., & Eko, B. (2022). Empowerment of Millennial Farmers in Increasing Farmers Welfare in the Industrial 4.0 Era and Towards the Society 5.0 Era. *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*, 1(10). <https://doi.org/10.36418/jrssem.v1i10.168>