

# PENGGUNAAN YOUTUBE DALAM KALANGAN PETANI DI PERLIS

*(The Use of Youtube Among Farmers in Perlis)*

Amirul Akmal  
\*Ahmad Fahmi Mahamood  
Tengku Kastria Tengku Yaakob  
Zuraidi Mokhdzar  
Erpi Ali

\*fahmi@unimap.edu.my

Fakulti Sains Gunaan dan Kemanusiaan (FSGM)  
Universiti Malaysia Perlis

**Abstrak:** *Kajian ini adalah dalam bidang pengembangan pertanian. Tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk mengenal pasti penggunaan YouTube dalam meningkatkan produktiviti petani di negeri Perlis. Kajian ini menggunakan borang soal selidik yang telah dirangka dan diedarkan kepada para petani di sekitar Negeri Perlis. Seramai 100 orang petani telah dipilih secara rawak untuk menjadi responden bagi kajian ini. Tumpuan utama kajian ini adalah untuk mengenalpasti penggunaan YouTube dalam kalangan petani, faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani dan mengetahui kesannya terhadap produktiviti. Data-data yang diperolehi dianalisis secara deskriptif dan inferensi dengan menggunakan SPSS Version 23. Hasil kajian menunjukkan terdapat hubungan signifikan antara tujuan penggunaan YouTube dalam kalangan petani dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam mereka. Selain itu terdapat juga hubungan signifikan di antara faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani dan tahap produktiviti petani tersebut. Kajian ini boleh dirumuskan bahawa tujuan penggunaan YouTube dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani mampu meningkatkan tahap produktiviti petani.*

**Kata kunci:** *Youtube, Pengembangan Pertanian*

**Abstract:** *This is a study in agricultural extension. The purpose of this study was to identify the use of YouTube in improving farmer productivity in Perlis state. This study uses a questionnaire formulated and distributed to farmers in Perlis. A total of 100 farmers were randomly selected to be respondents for this research. The focus of this study was to identify the use of YouTube among farmers, factors affecting the use of YouTube among farmers and the level of farmers' productivity through the use of YouTube. The data was analysed through descriptive and inferential by using SPSS Version 23. The findings show that there was a significant relationship between the purpose of using YouTube among farmers and factors affecting the use of YouTube. In addition, there was a significant relationship between the factors affecting the use of YouTube among farmers and the level of productivity. The study has finally shown that the purpose of using YouTube and the factors affecting the use of YouTube among peasants is to increase the level of farmer productivity.*

**Keywords:** Youtube, Agricultural Extension

2021 JGBSE

*Article Received 24 February 2021, Revised: 08 March 2021, Accepted 08 April 2021*

## PENGENALAN

### 1.0 LATAR BELAKANG KAJIAN

Perkembangan teknologi komunikasi pada era ini membawa banyak perubahan dalam aktiviti harian manusia dan telah meningkatkan mutu kualiti hidup mereka. Teknologi komunikasi turut memainkan peranan yang amat penting dalam bidang pengembangan pertanian. Dalam kalangan petani, teknologi komunikasi amat Para petani boleh menggunakan teknologi komunikasi ini untuk memperoleh maklumat serta informasi terbaharu dalam kegiatan pertanian untuk diterapkan dalam aktiviti pertanian mereka. Menurut Yusup Hashim (1994), teknologi bermaksud proses dan produk yang digunakan untuk membangunkan negara atau memperbaiki sesuatu sistem. Tambahnya lagi, proses mencakupi pengetahuan saintifik dan kaedah atau teknik untuk menyelesaikan masalah manakala produk adalah ciptaan daripada proses (teknik) teknologi itu sendiri. Jelasnya lagi, menurut Saettler (1990), teknologi bukan hanya dengan menggunakan mesin sahaja, tetapi ia juga meliputi teknik penggunaan pengetahuan saintifik.

Istilah teknologi ini telah diberikan pelbagai jenis istilah daripada literatur terdahulu (Sazali, Raduan dan Suzana, 2012). Menurut Kumar et. Al (1999), teknologi terdiri daripada dua komponen utama: 1) komponen fizikal yang terdiri daripada barangan seperti produk, peralatan, perkakas, teknik, proses dan "blueprint"; dan 2) komponen maklumat yang terdiri daripada pengetahuan dalam pengurusan, pemasaran, pengeluaran, kawalan mutu, kebolehpercayaan, buruh mahir dan kawasan berfungsi iaitu satu pasukan pekerja yang mempunyai kemahiran dan kepakaran yang sama.

Arus perkembangan maklumat pada hari ini menjadikan teknologi komunikasi satu alat utama dalam menyimpan dan menyebarkan maklumat (Lechner & Boli 2009). Melalui impak yang diperolehi, ia dapat membantu para petani mengetahui dan membina pengetahuan baharu

dalam bidang pertanian mereka. Teknologi komunikasi pada hari ini telah dianggap sebagai suatu elemen yang memainkan peranannya bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan sosial dalam sesebuah negara. Jika dilihat dalam konteks masyarakat sekeliling, hampir setiap saat mereka menggunakan teknologi ini.

Dengan impak kemajuan teknologi ini jugalah menyebabkan komuniti dapat menguasai dan mengawal hampir setiap perkara dan informasi di hujung jari sahaja. Menyedari hal ini, banyak negara telah meneliti akan peluang yang besar dalam melaksanakan inisiatif yang berteraskan Teknologi komunikasi untuk pembangunan masyarakat di negara masing-masing (Edgar, 2009). Menurut A.Razak Ahmad (2011), kemajuan Teknologi komunikasi telah menyumbang dalam meningkatkan pengurusan dan pentadbiran negara ke arah lebih sistematik dan teratur. Ianya adalah selaras dengan perkembangan Teknologi komunikasi yang telah menjurus kepada suatu zaman baharu yang dikenali sebagai “Arena Ledakan Maklumat” yang dipengaruhi oleh alatan elektronik umumnya dalam segala bidang (Vespanathan, 2015).

Internet merupakan salah satu daripada komponen atau jenis dalam Teknologi komunikasi. Kewujudan internet pada hari ini sebagai media baharu, ia menjadi satu komponen utama dalam kehidupan seharian manusia dan akan menjadi lebih penting dan utama lagi pada masa akan datang. Dengan adanya teknologi tanpa sempadan ini, segala maklumat yang penting dan diperlukan hanya berada di hujung jari. Teknologi komunikasi ini tidak terhad kepada internet sahaja tetapi ia melibatkan televisyen, telefon, telefon mudah alih, fax, telegram dan sistem satelit dalam menyampaikan maklumat kepada penerima. Terdapat tiga asas utama dalam penggunaan teknologi ini. Pertama, teknologi ini adalah untuk mengumpul data dan maklumat. Ia digunakan untuk suntingan dengan menggunakan teknologi. Contohnya, dengan menggunakan komputer, ia boleh merekod bunyi, imej dan sebagai pengesan gerakan. Keduanya, ia adalah untuk memanipulasikan maklumat dan proses semula imej dan ketiganya ialah ia digunakan dengan tujuan untuk berkomunikasi iaitu menjelaskan fungsi teknologi maklumat ini digunakan untuk berkomunikasi bagi memperoleh maklumat daripada sumber kepada penerima (Haliza, Nenly & Aidah, 2012).

Sejak beberapa tahun kebelakangan ini, laman sosial yang merupakan salah satu daripada platform media menjadi sangat popular (Ezaleila, 2016). Dengan adanya rangkaian media sosial ini, ia telah mengubah cara masyarakat sekeliling berkomunikasi dan memudahkan mereka untuk berhubung dan berkomunikasi dengan orang yang tinggal jauh dari kampung halaman. Media sosial mempunyai sifat yang lebih interaktif apabila dibandingkan dengan bentuk media tradisional seperti radio dan televisyen. Melalui media sosial, masyarakat sekeliling secara langsung dapat berinteraksi dengan orang lain (Leonard, 2016). Sebagai contohnya anak yang melanjutkan pelajaran jauh daripada ibu bapa mereka. Dengan adanya platform media sosial ini, anak atau ibu bapa boleh berhubung antara satu sama lain. Media sosial merupakan saluran komunikasi digital yang membolehkan para pengguna berkongsi maklumat, berinteraksi dengan segera, berkomunikasi dengan dua hala dan penghantaran mesej yang pantas ke beberapa orang dalam masa yang sama, media sosial juga menjadi platform masa kini yang disenangi oleh semua penggunanya (Hudson et al., 2014). Antara jenis rangkaian media sosial yang popular dan sangat tinggi penggunaannya ialah Facebook, Twitters, Youtube, Instagram, Blogspot serta media sosial yang dahulunya pernah terkenal yang diguna ramai pengguna seperti Friendster, MySpace dan juga Tagged.

YouTube merupakan salah satu rangkaian media sosial yang tidak jemu diakses oleh pengguna di seluruh dunia. YouTube adalah salah satu layanan video di internet yang paling popular saat ini (Snelson, 2011). YouTube ditubuhkan pada bulan Februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan *PayPal*, iaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di

YouTube adalah video klip filem, televisyen, serta video buatan para penggunanya sendiri (Tjanatjantia.Widika, 2013). Dengan adanya YouTube ini, pelbagai informasi atau maklumat yang terkini mahupun yang telah lama sedia ada dapat diperolehi oleh para pengguna. Untuk informasi terhadap para petani, mereka boleh mengadaptasikan atau menambah cara-cara penanaman yang terkini dalam kegiatan pertanian mereka bagi membuahkan hasil yang produktiviti terhadap tanaman mereka. YouTube merupakan platform utama untuk membolehkan penyebaran sosial di media. Lebih daripada 48 jam kandungan video dimuat naik setiap minit dan tiga bilion tontonan dijana setiap hari (Wattenhofer & Zhu, 2012).

Justeru, kajian cuba mengupas sama ada terdapat inisiatif dalam kalangan petani menerapkan teknologi komunikasi seperti rangkaian media sosial iaitu Youtube dan hubungan di antara penggunaan dengan faktor-faktor penggunaan YouTube dalam menghasilkan keberkesanan dan meningkatkan produktiviti para petani dalam kegiatan pertanian mereka.

## **1.1 PERNYATAAN MASALAH**

Walaupun teknologi komunikasi pada hari ini semakin berkembang pesat, didapati para petani masih kurang menggunakan Youtube dalam bidang pengembangan pertanian (Fahmi, Rosli & Khairie, 2018). Teknologi komunikasi seperti aplikasi YouTube amatlah berguna untuk para petani mendapatkan maklumat berkaitan pertanian mereka. Petani memerlukan pengetahuan dan maklumat mengenai berbagai topik seperti pengelolaan usaha tani dan teknologi pertanian, pengalaman petani lain, perkembangan pasaran dan input produksi serta polisi kerajaan (Mulyandari & Ananto, 2005). Maklumat berkaitan dengan pertanian di media sosial seperti YouTube terlalu banyak yang boleh digunakan oleh para petani untuk menghasilkan tanaman mereka dengan lebih baik dan bermutu tinggi. Maklumat tentang teknologi pertanian memainkan peranan penting dalam proses pembangunan pertanian. Tersedianya pelbagai maklumat berkaitan teknologi di dalam bidang pertanian akan mempercepatkan lagi kemajuan usaha pertanian (Suryantini, 2004). Maklumat hasil-hasil penelitian dan inovasi teknologi dalam bidang pertanian membantu dalam meningkatkan produktiviti pertanian sehingga tercapai kemajuan dalam pembangunan pertanian yang diharapkan.

Golongan petani masih banyak yang menggunakan kaedah penanaman tradisional dalam kegiatan pertanian mereka. Mereka masih tidak mengutilitaskan teknologi komunikasi atau media baharu seperti YouTube untuk memperoleh kepelbagaian maklumat tentang kaedah baharu atau kaedah moden dalam pertanian. Penggunaan teknologi komunikasi moden yang meluas perlu dipromosikan untuk komunikasi di antara penyelidik, pekerja lanjutan dan petani untuk memindahkan atau menerapkan teknologi dan maklumat untuk mencapai satu keberkesanan. Teknologi komunikasi mempunyai banyak aplikasi-aplikasi yang berpotensi dalam bidang pertanian (Zijp, 1994).

Jika dilihat dari luar skop penggunaan YouTube ini selain daripada informasi atau maklumat berkaitan pertanian, kandungan-kandungan di dalam YouTube ini lebih kepada skop hiburan. Seperti yang dinyatakan oleh David, Meity & Edmon, kebanyakan masyarakat masih lebih cenderung mendapatkan atau menggunakan aplikasi YouTube lebih kepada pemenuhan informan hiburan seperti filem, lagu, bahkan tayangan yang cenderung pornografi yang sering kali ditemukan pada aplikasi YouTube tersebut.

Selain itu juga, YouTube dapat menggantikan agen pengembangan yang tidak selalu dapat berjumpa dengan para petani di lapangan. Justeru kajian penyelidikan ini dijalankan dan memfokuskan kepada penggunaan teknologi komunikasi iaitu YouTube dalam meningkatkan

produktiviti petani. Diharapkan kajian ini dapat menyumbang kemajuan kepada para petani dan dapat menghasilkan tanaman mereka dengan lebih produktiviti dan bermutu tinggi serta dapat menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara dengan lebih baik dari semasa ke semasa.

## **1.2 PERSOALAN KAJIAN**

1. Bagaimanakah tahap penggunaan aplikasi YouTube dalam kalangan petani?
2. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi para petani dalam menggunakan aplikasi YouTube?
3. Apakah hubungan di antara penggunaan aplikasi YouTube dan faktor-faktor penggunaan YouTube
4. Bagaimanakah hubungan penggunaan aplikasi Youtube dengan produktiviti para petani?

## **1.3 OBJEKTIF KAJIAN**

1. Mengenal pasti tahap penggunaan aplikasi YouTube dalam kalangan petani.
2. Mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi para petani dalam penggunaan aplikasi Youtube.
3. Mengenal pasti hubungan di antara penggunaan aplikasi YouTube dan faktor-faktor penggunaan YouTube dalam kalangan petani
4. Mengenalpasti hubungan penggunaan aplikasi Youtube dengan produktiviti para petani?

## **1.4 HIPOTESIS KAJIAN**

- H1 : Terdapat hubungan di antara tahap penggunaan YouTube dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani.
- H2 : Terdapat hubungan di antara faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dengan tahap produktiviti petani.

## **1.5 LIMITASI KAJIAN**

Kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengkaji tahap penggunaan teknologi komunikasi iaitu YouTube dalam kalangan petani terhadap produktiviti para petani di Negeri Perlis. Kajian ini memberi lebih fokus dan tumpuan kepada produktiviti petani dari segi penggunaan YouTube

dalam kegiatan pertanian mereka. Selain itu, kajian ini dapat menarik minat masyarakat terutamanya golongan petani supaya lebih kerap mengutilitaskan aplikasi YouTube ini untuk menerima dan mencari maklumat serta informasi yang terbaru berkaitan aktiviti pertanian yang boleh diterapkan dan ditambah dalam kegiatan pertanian mereka. Selain itu, para petani juga boleh meningkatkan produktiviti mereka dengan cara mengaplikasikan penggunaan YouTube ini dalam hal-hal berkaitan kegiatan pertanian ini. Justeru kajian ini hanya mengulas dapatan fenomena kajian kelompok petani di Negeri Perlis sahaja. Dapatan kajian yang berbeza berkemungkinan besar diperolehi di kawasan yang lain.

## 1.6 KEPENTINGAN KAJIAN

Kecanggihan teknologi komunikasi pada masa kini telah memberi pelbagai kemudahan kepada masyarakat terutamanya bagi tujuan pencarian maklumat. Hal ini menjurus kepada penciptaan pelbagai peralatan teknologi komunikasi, sebagai contohnya seperti komputer riba, peranti telefon pintar, televisyen dan lain- lain. Dengan adanya peranti media baharu, wujudnya pula rangkaian media sosial seperti Facebook, Instagram dan YouTube. Hasil daripada perkembangan ini, maklumat disampaikan dalam pelbagai saluran dengan lebih pantas. Perkembangan dalam penggunaan teknologi komunikasi ini dapat menyalurkan lebih banyak lagi maklumat dan informasi berkaitan peggembangan pertanian dengan menggunakan kaedah moden. Kajian ini dapat meningkatkan mutu dan juga kualiti penanaman petani dengan mengutilitaskan penggunaan media baharu seperti YouTube. Penggunaan YouTube dengan lebih kerap membolehkan mereka menerima ilmu yang baharu tentang pertanian dan hasil daripada itu, produktiviti petani akan dapat ditingkatkan dan terus maju. Menurut Afiqah (2018), dalam majalah *minda niaga*, teknologi komunikasi memainkan peranan yang penting dalam mewujudkan dan menyampaikan maklumat yang relevan dan tepat mengenai pertanian. Tambahnya lagi, hasil maklumat daripada penelitian dan inovasi dalam bidang pertanian boleh membantu meningkatkan produktiviti dalam bidang pertanian yang mampu membawa nama negara ke peringkat global. Kaedah moden dalam kegiatan pertanian boleh ditambah dengan kaedah tradisional oleh para petani dalam aktiviti pertanian mereka, pemindahan teknologi juga boleh dilakukan untuk memberi kesan dan impak yang besar kepada ekonomi negara dalam bidang pertanian.

## 2.0 TEKNOLOGI KOMUNIKASI DALAM PERTANIAN

Teknologi berkembang secara lambat pada awalnya. Namun seiring dengan kemajuan kebudayaan dan peradaban manusia, perkembangan teknologi berkembang dengan cepat (Adib, 2011). Menurut Martono (2012), teknologi dapat pula dimaknai sebagai “pengetahuan mengenai bagaimana membuat sesuatu” (*know-how of making things*) atau “bagaimana melakukan sesuatu” (*know-how of doing things*), bermaksud kemampuan untuk mengerjakan sesuatu dengan nilai yang tinggi, baik nilai manfaat mahupun nilai jualnya. Pengkaji lain juga mendefinisikan teknologi ini dalam maksud yang lain. Teknologi adalah alat bantu manusia untuk mencapai tujuan. Teknologi diciptakan bagi tujuan mempermudah suatu pekerjaan (Helmy, 2009).

Menurut Joseph & Rozali (2013), Teknologi Komunikasi merupakan suatu sistem komunikasi dan perolehan data dan maklumat melalui peralatan teknologi secara interaktif daripada skala yang sekecil-kecilnya kepada skala yang sebesar-besarnya di peringkat global. Teknologi

Komunikasi juga dirujuk sebagai kepelbagaian koleksi peralatan teknologi dan sumber yang digunakan untuk berkomunikasi. Teknologi Komunikasi juga digunakan untuk menjana, mengedar, mengumpul dan mengawal maklumat (Sarkar, 2012).

Media merupakan alat yang secara fizik digunakan untuk menyampaikan isi maklumat, antara lain buku, kaset, *tape-recorder*, video kamera, video rekorder, filem, foto, gambar, grafik, televisyen dan komputer (Gagne & Briggs, 2002). Media baru (*new media*) adalah sebuah terminologi untuk menjelaskan hubungan antara teknologi komunikasi digital serta terhubung ke dalam jaringan. Media baru adalah sesuatu yang dapat menyalurkan informasi (perantara) dari sumber informasi kepada penerima informasi (Efendi, Indri & Nuryani, 2017). Menurut McQuail's (2006), media baru memiliki dua unsur utama iaitu digitalisasi dan konvergensi. Internet merupakan bukti konvergensi kerana ia menggabungkan beberapa fungsi media lain seperti audio, video dan teks.

Hudson et al. (2014), dalam kajiannya menyatakan media sosial merupakan saluran komunikasi digital yang mana para pengguna boleh berkongsi maklumat, berinteraksi dengan segera, berkomunikasi dengan dua hala dan penghantaran mesej yang pantas ke beberapa orang dalam masa yang sama dan dalam waktu yang singkat. Media sosial menjadi platform masa kini yang diberi kemudahan kepada semua penggunanya. Leonard (2016) menyatakan dalam kajiannya, melalui media sosial, kita dapat secara langsung berinteraksi dengan orang lain.

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah suatu teknologi yang menjadikan internet sebagai alat komunikasi mahupun sebagai media untuk mempromosi dalam bisnes. Antara jenis-jenis media sosial adalah sebagai berikut ; blog, *microblogging*, Facebook, Twitter, Instagram, LINE, BBM (*BlackBerry Messenger*) dan *video sharing*. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp dan Line merupakan media sosial yang popular digunakan untuk membentuk gerakan sosial (Hanafi & Helmi, 2017).

*Microblogging* adalah satu bentuk komunikasi yang baharu di mana pengguna boleh menceritakan status semasa mereka atau status mereka yang terkini dalam "*short posts*" yang diedarkan atau dimuat naik melalui telefon bimbit, e-mel, "*instant messages*" atau "*Web*" (Akshay et al., 2007). Kajian ini juga dinyatakan oleh Kurnia (2014) iaitu Twitter merupakan bahagian dari *microblogging* yang dapat membantu penggunanya untuk mempublikasikan mengenai pernyataan dalam 140 karakter kepada pengikut (*followers*) mereka. Menurut Changhyun et al. (2010), Twitter adalah sebuah perkhidmatan *microblogging* telah muncul sebagai medium baru dalam perhatian menerusi kejadian-kejadian yang terbaru. Kajian ini turut disokong oleh Firda (2014) , yang menyatakan bahawa Twitter ini merupakan sebuah jejaring sosial blogmikro (*microblogging*).

*Video Sharing* atau perkongsian video ditakrifkan sebagai suatu tempat pengguna dapat menonton dan memuat naik video secara percuma. Kandungan yang terdapat di dalam laman web *video sharing* ini diklasifikasikan kepada dua kategori iaitu : (1) video yang dibuat oleh pengguna internet secara individu dan (2) video yang dihasilkan oleh firma media tetapi dimuat naik oleh individu pengguna internet atau firma media seperti pengiklanan atau pemasaran media. Teknologi yang terlibat dengan tontonan adalah terhad kepada teknologi "streaming" (Jiyoung, 2014). Dua tahun kebelakangan ini telah menyaksikan bukti kemuncak rangkaian perkongsian video atau *video sharing* ini sebagai sebuah aplikasi "*new killer Internet*". Laman sesawang yang paling berjaya iaitu YouTube, kini mempunyai lebih daripada 40 juta video dan menerima 20 juta pelawat atau penonton setiap bulan (Cheng, Dale & Liu, 2007). Saluran maklumat-maklumat pertanian dapat dilaksanakan dengan lebih efisien dengan adanya kemunculan teknologi komunikasi yang baru. Maklumat-maklumat inovasi pertanian dapat

disalurkan dalam bentuk yang lebih interaktif, berciri konvergen, berangkaian digital dan bercapaian global (Fahmi, Rosli & Khairie, 2016).

Menurut Salleh et al. (2010), agensi pertanian berperanan sebagai sumber kebergantungan maklumat pertanian oleh petani dilihat boleh mengutilitasikan suatu potensi yang amat besar yang dimiliki oleh teknologi komunikasi dalam menyalurkan pelbagai jenis maklumat berkaitan pertanian yang amat berharga kepada petani. Pada hari ini, dalam industri pertanian, manfaat penggunaan Teknologi Komunikasi sangat dirasai, seperti penerapannya dalam *E-Agriculture*. *E-Agriculture* melibatkan konseptualisasi, pengembangan, evaluasi dan penerapan cara-cara inovatif untuk menggunakan Teknologi Komunikasi (TMK) kepada warga desa, khususnya pada pertanian (Fahri, 2012).

Menurut Obayelu (2016), mengemukakan bahawa teknologi dalam pertanian bertujuan untuk meningkatkan produktiviti pertanian dengan menggantikan kaedah pertanian lama dengan teknik budaya moden yang lebih efisien. Menurutnya lagi, adaptasi teknologi pertanian yang lebih moden merupakan alat yang diperlukan untuk memperbaiki pertanian yang berlanjutan, sebuah cara untuk meningkatkan lagi keperluan pengeluaran hasil tanaman yang berlanjutan dan menguntungkan, meningkatkan lagi produktiviti dan ketahanan tanaman.

Contoh penggunaan teknologi yang dikemukakan oleh Hapsaru (2018) adalah *rice transplanter* iaitu sebuah teknologi pembaharuan dalam bidang pertanian yang berfungsi untuk memudahkan proses penanaman padi. Teknologi ini juga disebut sebagai alat penanaman bibit moden. Utusan Online yang bertajuk “Transformasi industri getah” keluaran 22/04/2013 menyatakan, inovasi terbaharu iaitu untuk penorehan, *Automated Rubber Tapping System* (ARTS) yang dilancarkan dua tahun lepas bertujuan mengurangkan penggunaan tenaga buruh yang mana kerja-kerja manual telah digantikan dengan operasi secara automatic. Selain daripada teknologi ARTS, beberapa inovasi baru yang telah diumumkan sebelum ini, antaranya teknologi *Automatic Planting Machine for Rubber Seedling* atau Penanaman Mesin Automatik untuk Benih Getah. Dalam berita Bernama menerusi Astro Awani pada Januari 11, 2017, kenyataan yang dikeluarkan adalah daripada Datuk Seri Tajuddin Abdul Rahman, timbalan menteri Pertanian dan Industri Asas Tani berkata penggunaan dron dapat membantu para petani meningkatkan pengeluaran hasil padi di samping mengurangkan penggunaan kos, masa dan tenaga buruh. Katanya lagi, dron itu boleh digunakan untuk menabur benih, baja dan racun padi serta mendapatkan data mengenai tanah sawah sekiranya padi diserang penyakit bagi membolehkan tindakan awal diambil. Ketua Pengarah Jabatan Pertanian, Datuk Ahmad Zakaria Mohamad Sidek berkata, dua aplikasi yang dibangunkan adalah *AgriMaths* dan “100 Tip Tanaman” sebagai panduan dan rujukan ringkas serta mudah menjadi petani moden (Utusan Online, 2017). Maklumat-maklumat pertanian selalunya disalurkan kepada para petani dengan menggunakan media tradisional dalam bentuk ceramah, kursus, penerbitan bahan bercetak, penerbitan audio visual dan perjumpaan secara bersemuka dengan agen pengembangan sejak zaman kemerdekaan negara. Maklumat-maklumat berkaitan pertanian yang disalurkan melalui media tradisional lebih bersifat sehala, terhad kepada batasan waktu dan lokasi (Retno, 2011).

Menurut Meng et al. (2013), dengan adanya kemunculan teknologi komunikasi yang baharu membolehkan penyaluran maklumat-maklumat pertanian dapat dilakukan dengan lebih efisien. Segala maklumat tentang pertanian yang berkaitan dengan inovasi pertanian dapat disalurkan dalam bentuk yang lebih interaktif, berangkaian digital, bercirikan konvergen dan bercapaian global. Tambah beliau lagi, teknologi komunikasi ditakrifkan sebagai suatu alat yang mempercepatkan penyebaran atau penyampaian sesuatu maklumat.



### 3.0 REKA BENTUK KAJIAN

Secara umumnya kajian ini adalah kajian kuantitatif menggunakan borang soal selidik. Menurut Sabitha (2006), reka bentuk kajian ialah pelan tindakan yang memperlihatkan secara terperinci sesuatu kajian itu dijalankan. Kajian yang dilaksanakan ini merupakan kajian kuantitatif yang bermatlamat untuk meninjau dan meneroka sumber ralat dalam pengukuran. Tinjauan dengan menggunakan instrumen soal selidik dilaksanakan bagi memperoleh maklumat daripada responden. Menurut Bryman (2008), reka bentuk kajian adalah kerangka yang diguna oleh sesebuah kajian bagi mengumpul dan menganalisis data. Menurut Robson (2011) pula, reka bentuk kajian berfungsi untuk menukar persoalan kajian kepada projek yang melibatkan komponen tujuan, teori, persoalan kajian, metod dan strategi persampelan. Reka bentuk kuantitatif sesuai bagi kajian deskriptif manakala kajian yang bertujuan membuat penjelasan, reka bentuk eksperimen adalah sesuai digunakan (Robson, 2011). Bagi mencapai matlamat kajian, pendekatan kuantitatif seperti soal selidik digunakan. Borang soal selidik disediakan bertujuan untuk mengumpul data responden. Sehubungan dengan itu, pengkaji mengutip data untuk memperoleh maklumat yang boleh digunakan berkaitan dengan kajian berdasarkan soal selidik yang telah dibuat. SPSS versi 23 digunakan oleh pengkaji untuk menganalisis data. Ujian statistik secara deskriptif ini merupakan bentuk kekerapan (*frequency*), min (*mean*) dan juga peratusan. Selain itu, analisis inferensi turut dijalankan bagi menguji hipotesis kajian ini.

### 3.1 POPULASI DAN PERSAMPELAN

Populasi merujuk kepada sekumpulan individu, objek atau benda kejadian yang mempunyai ciri-ciri yang sama ingin dikaji. Menurut Rohana (2014), setiap individu atau objek dalam sesuatu populasi berkemungkinan berbeza-beza dalam banyak segi, namun ianya mestilah mempunyai tidak kurang daripada satu ciri yang sama. Oleh itu, pengkaji mengenal pasti terlebih dahulu populasi iaitu seramai 5000 orang petani skala kecil mengikut kawasan parlimen Kangar, Arau dan Padang Besar di Negeri Perlis.

Menurut Rohana (2004), persampelan merupakan pengambilan sebahagian pecahan daripada suatu populasi sebagai mewakili populasi tersebut. Sampel kajian boleh terdiri daripada sesuatu benda, institusi, tempat, manusia, fenomena dan sebagainya.

Dalam kajian ini, pengkaji menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden yang merupakan golongan petani di Negeri Perlis. Persampelan rawak berstrata (*stratified random sampling*) digunakan dalam kajian ini dan dipilih dalam kalangan petani di Negeri Perlis ini. Terdapat pelbagai faedah penggunaan sampel soal selidik ini, di antaranya ialah dapat menjimatkan masa, tenaga dan kos perbelanjaan bagi menjalankan kajian ini.

### 3.2 INSTRUMEN KAJIAN

Kajian ini dijalankan berdasarkan kaedah kuantitatif. Bagi mendapatkan maklumat yang diperlukan dalam penyelidikan atau kajian ini, penggunaan instrumen yang digunakan adalah

berbentuk borang soal selidik. Instrumen berbentuk soal selidik merupakan salah satu daripada kaedah yang berkesan dalam mendapatkan maklumat yang diinginkan daripada responden (Johnson, 2002). Soal selidik dalam kajian ini akan mengemukakan soalan-soalan kajian bagi mencapai objektif kajian yang telah ditetapkan.

### **3.3 PENGUMPULAN DATA**

Borang soal selidik diedarkan oleh pengkaji di lokasi yang telah dipilih melalui persampelan yang dilakukan. Sebelum melakukan pengedaran borang soal selidik, pengkaji terlebih dahulu menerangkan cara untuk menjawab soalan di dalam borang soal selidik itu bertujuan untuk memudahkan responden memahami apa yang akan dilakukan oleh mereka supaya tidak berlaku sebarang kesilapan. Borang soal selidik akan diedarkan kepada para petani iaitu seramai 100 orang petani berdasarkan kawasan yang ditetapkan iaitu parlimen Arau, Kangar dan Padang Besar. Sejurus borang soal selidik selesai dijawab oleh responden, pengkaji memungut semula borang soal selidik tersebut pada hari yang sama semasa pengedaran borang soal selidik dijalankan.

### **3.4 ANALISIS DATA**

Data yang dikutip melalui borang soal selidik ini dianalisis dengan menggunakan program '*Statistical Package for the Social Science*' atau SPSS versi ke 23. Analisis yang dijalankan dalam kajian ini ialah deskriptif dan inferensi Analisis deskriptif melibatkan min, peratusan dan sisihan piawai. Manakala analisis inferensi pula melibatkan ujian korelasi pearson.

### **4.0 ANALISIS LATAR BELAKANG RESPONDEN**

Jadual 4.1 membentangkan analisis latar belakang responden secara kekerapan dan peratusan berdasarkan jantina, umur, bangsa dan tahap pendidikan dalam borang soal selidik.

**Jadual 4.1 Latar Belakang Responden**

Latar belakang responden		Kekerapan	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	60	60.0
	Perempuan	40	40.0
Umur	21-30 tahun	37	37.0
	31-40 tahun	17	17.0
	41-50 tahun	24	24.0
	51 tahun ke atas	22	22.0
Bangsa	Melayu	94	94.0
	Cina	1	1.0
	India	4	4.0
	Lain-lain bangsa	1	1.0
Tahap Pendidikan	PMR	7	7.0
	SPM	37	37.0
	STPM	12	12.0
	Diploma	21	21.0
	Ijazah	23	23.0

#### **4.1 ANALISIS MENGENAL PASTI TUJUAN PENGGUNAAN APLIKASI YOUTUBE DALAM KALANGAN PETANI**

**Jadual 4.2 : Tujuan Penggunaan Aplikasi YouTube Dalam Kalangan Petani**

Tujuan penggunaan aplikasi YouTube	Kekerapan	Peratus (%)
Sumber pencarian maklumat	37	37.0
Hiburan	15	15.0
Mencari pengetahuan terkini berkaitan pertanian	12	12.0
Mendengar ceramah/forum	36	36.0

Jadual 4.2 menunjukkan hasil keputusan analisis tentang tujuan penggunaan aplikasi YouTube dalam kalangan petani. Sebanyak 4 item telah disenaraikan berkaitan tujuan atau sebab-sebab penggunaan aplikasi YouTube ini dalam kalangan petani. Berdasarkan data-data yang diperolehi daripada jadual 4.6 mendapati majoriti responden menggunakan aplikasi YouTube ini adalah sebagai sumber pencarian maklumat iaitu sebanyak 37.0% atau bersamaan dengan 37 orang. Manakala peratus kedua yang tertinggi ialah sebanyak 36.0% atau bersamaan 36 orang responden menggunakan aplikasi YouTube ini bertujuan untuk mendengar ceramah atau forum. Seterusnya, sebanyak 15.0% atau 15 orang responden menggunakan aplikasi YouTube ini adalah untuk hiburan. Untuk yang terakhir adalah sebanyak 12.0% atau bersamaan 12 orang responden menggunakan aplikasi YouTube ini dan yang paling sedikit menjadi pilihan responden iaitu mencari pengetahuan terkini berkaitan pertanian.

Secara keseluruhannya hasil daripada analisis tujuan penggunaan aplikasi YouTube dalam kalangan petani berdasarkan tindak balas responden terhadap item-item kajian didapati tujuan penggunaan aplikasi YouTube yang berada pada tahap yang sangat tinggi adalah sebanyak 37.0% responden atau bersamaan dengan 37 orang responden menandakan kenyataan ini iaitu sumber pencarian maklumat. Kenyataan yang berada pada tahap paling rendah ditanda oleh responden adalah sebanyak 12.0% responden atau bersamaan dengan 12 orang responden menanda kenyataan ini iaitu mencari pengetahuan terkini berkaitan pertanian. Rumusan yang dapat dibuat ialah kebanyakan responden petani menggunakan YouTube ini tujuannya adalah sebagai sumber pencarian maklumat iaitu secara umum yang tidak dispesifikasikan pencariannya.

#### 4.2 ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PARA PETANI MENGGUNAKAN APLIKASI YOUTUBE

**Jadual 4.2 : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Para Petani Menggunakan Aplikasi**

**YouTube**

Item	STS	TS	KS	S	SS	MIN	SP
Nasihat daripada Agen Pengembangan	2.0%	20.0%	57.0%	15.0%	6.0%	3.03	0.822
Harga telefon pintar yang mampu milik	0.0%	13.0%	43.0%	41.0%	3.0%	3.34	0.742
Sumber maklumat yang pelbagai	0.0%	0.0%	8.0%	49.0%	43.0%	4.35	0.626
Pengaruh daripada rakan sebaya/ rakan sekerja	0.0%	4.0%	56.0%	32.0%	8.0%	3.44	0.701
Dorongan dan galakkan daripada	1.0%	9.0%	18.0%	66.0%	6.0%	3.67	0.766

Keluarga							
Mengikuti arus perkembangan teknologi terkini	0.0%	1.0%	12.0%	67.0%	20.0%	4.06	0.600
Ingin meningkatkan tahap produktiviti yang tinggi dalam bidang pertanian	0.0%	1.0%	10.0%	62.0%	27.0%	4.15	0.626
Penyebaran maklumat berkaitan pertanian	0.0%	1.0%	9.0%	72.0%	18.0%	4.07	0.555
Maklumat tentang teknik pertanian	0.0%	4.0%	43.0%	39.0%	14.0%	3.63	0.774

Jadual 4.2 menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi para petani menggunakan aplikasi YouTube. 57% responden bersetuju bahawa nasihat daripada agen pembangunan merupakan factor yang mempengaruhi mereka menggunakan aplikasi YouTube. Hal ini demikian kerana agen pembangunan mempunyai kewibawaan dalam bidang ini justeru dipandang sebagai seseorang yang mempunyai nasihat yang sah. Selain itu, sebanyak 43% responden bersetuju bahawa harga telefon pintar yang mampu milik turut mempengaruhi penggunaan aplikasi YouTube. YouTube adalah satu aplikasi yang memerlukan telefon pintar untuk diakses, jadi harga telefon pintar yang mampu milik semestinya mempengaruhi penggunaan aplikasi tersebut. Seramai 56% responden bersetuju bahawa pengaruh daripada rakan sebaya/rakan sekerja sebagai faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube. Hal ini adalah kerana apabila memerhatikan rakan dalam bidang yang sama melaksanakan sesuatu perkara seperti menggunakan aplikasi YouTube, seseorang akan cenderung untuk melakukan hal yang sama tambahan lagi sekiranya dapat memerhatikan perbezaan antara menggunakan dan tidak menggunakan aplikasi tersebut terhadap aktiviti mereka.

#### 4.3 ANALISIS TAHAP PRODUKTIVITI PETANI MELALUI PENGGUNAAN YOUTUBE

**Jadual 4.3 : Tahap Produktiviti Petani Melalui Penggunaan Youtube**

Item	STS	TS	KS	S	SS	MIN	SP
Penggunaan YouTube dapat meningkatkan tahap produktiviti saya dalam bidang pertanian	0.0%	0.0%	13.0%	76.0%	11.0%	3.98	0.492
Maklumat berkaitan pertanian moden di dalam YouTube dapat diterapkan kepada saya							

untuk meningkatkan produktiviti tanaman pertanian	0.0%	0.0%	11.0%	71.0%	11.0%	4.07	0.537
Mutu sesuatu tanaman dinilai dari segi keproduktivitan saya dalam mengusahakannya	0.0%	0.0%	17.0%	33.0%	50.0%	4.33	0.753
Melalui penggunaan YouTube, produktiviti petani dapat ditingkatkan	0.0%	0.0%	17.0%	68.0%	15.0%	3.98	0.568
Penggunaan YouTube dapat memupuk sikap positif masyarakat terhadap aktiviti pertanian	0.0%	1.0%	10.0%	73.0%	16.0%	4.04	0.549
Penyebaran maklumat tentang penggunaan teknologi moden dalam pertanian boleh meningkatkan pengeluaran hasil pertanian	0.0%	0.0%	11.0%	74.0%	15.0%	4.04	0.511
Tanpa penggunaan YouTube, tahap produktiviti dalam pertanian menurun	4.0%	48.0%	36.0%	9.0%	3.0%	2.59	0.830

Jadual 4.3 menunjukkan hasil kajian berkenaan tahap produktiviti petani melalui penggunaan YouTube. Sebanyak 76% responden menyatakan bahawa penggunaan YouTube dapat meningkatkan tahap produktiviti saya dalam bidang pertanian. Hal ini demikian kerana kepelbagaian ilmu-ilmu pertanian yang dikongsikan menerusi YouTube memberikan peluang kepada para petani untuk berinovasi menggunakan ilmu pertanian yang dirasakan paling berkesan untuk aktiviti pertanian mereka. Hasil kajian turut mendapati bahawa 71% responden bersetuju dengan naklumat berkaitan pertanian moden di dalam YouTube dapat diterapkan kepada saya untuk meningkatkan produktiviti tanaman pertanian. Hal ini disebabkan oleh perkongsian YouTube dalam bentuk video yang ringkas memudahkan para petani untuk memahami ilmu pertanian yang kompleks. Bagi item penyebaran maklumat tentang penggunaan teknologi moden dalam pertanian boleh meningkatkan pengeluaran hasil pertanian, terdapat 74% responden yang menyatakan persetujuan. Hal ini demikian kerana penyebaran maklumat tentang penggunaan teknologi moden dalam pertanian akan membuatkan para petani memahami bahawa teknologi moden mempercepatkan dan memudahkan proses pertanian tersebut. Justeru, hal ini dapat meningkatkan pengeluaran hasil pertanian.

#### 4.4 HUBUNGAN ANTARA TUJUAN PENGGUNAAN YOUTUBE DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN YOUTUBE DALAM KALANGAN PETANI

Berdasarkan Jadual 4.4, hasil analisis mendapati bahawa kekuatan hubungan signifikan antara tujuan penggunaan YouTube dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani adalah bersamaan 0.667. Ini bermaksud ia menunjukkan hubungan yang baik. Memandangkan nilai  $P=0.00$  adalah lebih kecil daripada 0.05 maka hipotesis ini ditolak. Ini membuktikan terdapat hubungan signifikan antara tahap penggunaan YouTube dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani. Disebabkan hasil keputusan ujian kolerasi menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan, dengan ini dapat dirumuskan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara tujuan penggunaan YouTube dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani di Perlis.

**Jadual 4.4 Analisis kolerasi Pearson hubungan signifikan antara tujuan penggunaan YouTube dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani**

		Tujuan Penggunaan YouTube	Faktor
TujuanPenggunaan YouTube	Kolerasi Pearson	1	.667**
	Sig (2-tailed)		.000
	N	100	100
Faktor	Kolerasi Pearson	.667**	1
	Sig (2-tailed)	.000	

#### 4.5 HUBUNGAN ANTARA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN YOUTUBE DALAM KALANGAN PETANI DAN TAHAP PRODUKTIVITI PETANI

Berdasarkan jadual 4.10 mendapati bahawa kekuatan hubungan signifikan antara faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani dan tahap produktiviti petani adalah bersamaan 0.581. Ini bermaksud ia menunjukkan hubungan yang baik. Memandangkan nilai  $P=0.00$  adalah lebih kecil daripada 0.05 maka hipotesis ini ditolak. Ini membuktikan bahawa terdapat hubungan signifikan antara faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani dan tahap produktiviti

petani. Disebabkan hasil keputusan ujian kolerasi menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan maka dengan ini dapat disimpulkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani dan tahap produktiviti petani di Negeri Perlis.

**Jadual 4.6 : Analisis kolerasi Pearson hubungan signifikan antara faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani dan tahap produktiviti petani**

		Faktor	Tahap Produktiviti
Faktor Penggunaan	Kolerasi Pearson	1	.581**
Youtube	Sig (2-tailed)		.000
	N	100	100

\*\* . Kolerasi signifikan pada tahap 0.01Sig.(2-tailed)

## 5.0 PERBINCANGAN

### 5.1 Tujuan Penggunaan Aplikasi YouTube Dalam Kalangan Petani

Hasil daripada penelitian analisis menunjukkan bahawa tujuan yang paling utama responden menggunakan aplikasi YouTube dalam kalangan petani adalah sebagai sumber pencarian maklumat. Pencarian maklumat yang dimaksudkan di sini adalah umum dan tidak dispesifikasikan pencariannya. Mereka mungkin mencari maklumat berkaitan memasak, mencari maklumat berkaitan isu-isu semasa yang terkini, mencari maklumat berkaitan pembelajaran dan sebagainya. Hasil daripada analisis menunjukkan bahawa tujuan penggunaan YouTube sebagai sumber pencarian maklumat mencatatkan nilai peratus yang paling tinggi menjadi pilihan jawapan responden iaitu sebanyak 37.0%. Sebagaimana yang dikatakan oleh Najihah (2008), setiap orang mempunyai dorongan yang berlainan sewaktu mencari maklumat. Menurut Sobhi, Norizah & Nizho (2017), mereka menyatakan bahawa YouTube menyediakan variasi kandungan berbentuk video yang dihasilkan oleh individu atau organisasi secara profesional dan amatir juga dinyatakan bahawa komuniti sekarang gemar akan YouTube sebagai platform menyumbang, berkongsi dan mendapatkan maklumat dalam bentuk nyata dan realiti berasaskan rakaman video.

Selain itu, pernyataan berkaitan tujuan penggunaan YouTube yang turut juga dipersetujui oleh para responden adalah sebagai tujuan mendengar ceramah atau forum. Dengan pelbagai



maklumat yang telah tersedia di dalam kandungan internet, semuanya boleh diakses dan pelbagai jenis kandungan ada di dalam YouTube sebagai contohnya kandungan yang berkaitan agama atau forum. Menurut Umar & Shamsuddin (2011), golongan muda menggunakan media sosial seperti YouTube fokus kepada maklumat berkaitan isu hokum, sirah Nabi, persoalan jodoh dan juga hokum agama. Selain itu juga, menurut Abdul Hadi Borham & Zulkiple Abd Ghani (2015) menyatakan bahawa golongan akademik juga turut menggunakan Internet bagi mencari maklumat awal berkaitan persoalan akidah, syariah dan tasawuf.

Seterusnya, hiburan juga menjadi salah satu tujuan responden menggunakan YouTube ini. Hiburan terhadap manusia tidak pernah lekang dari kehidupan. Menurut Robiatus (2018), YouTube mempunyai pelbagai jenis kandungan yang berunsurkan hiburan termasuk klip film, klip TV dan music video. Selain itu juga, disebabkan YouTube menyediakan banyak pilihan video untuk ditonton, ia menjadi popular dikalangan netizen atau pengguna kerana dapat menyediakan berbagai jenis video informasi, hiburan, hobi, fesyen, gaya hidup dan lain-lain.

Untuk tujuan yang terakhir iaitu mencari pengetahuan terkini berkaitan pertanian menjadi pilihan yang terendah iaitu sebanyak 12.0% sahaja. Ini bermaksud tidak ramai petani di negeri Perlis menggunakan YouTube untuk mencari pengetahuan yang berkaitan dengan pertanian.

## **5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi petani menggunakan YouTube**

Berdasarkan data-data yang telah dianalisis, faktor utama yang amat mempengaruhi para responden iaitu petani menggunakan YouTube adalah faktor sumber maklumat yang pelbagai. Tidak dapat dinafikan bahawa kandungan di dalam media sosial YouTube ini amat banyak jenis-jenisnya dan segala jenis maklumat boleh dicari oleh kerana sumber maklumatnya yang bervariasi. Media baharu berasaskan platform Internet seperti YouTube ini telah menyediakan pelbagai maklumat dengan pantas, dinamik dan interaktif secara meluas (Sobhi, Norizah & Nizho, 2017). Seramai 49.0% menyatakan setuju dan 43.0% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Selain itu, faktor yang turut dipersetujui oleh responden adalah faktor ingin meningkatkan tahap produktiviti yang tinggi dalam bidang pertanian. Setiap petani mempunyai matlamat untuk menjadikan tanaman mereka bermutu tinggi dan bermatlamat untuk meningkatkan tahap produktiviti mereka dalam bidang pertanian. Melalui YouTube mereka boleh mendapatkan input-input atau ilmu pengetahuan berkaitan pertanian dan oleh kerana faktor ingin meningkatkan tahap produktiviti mereka dalam bidang pertanian, para responden bersetuju akan kenyataan berkaitan faktor ini sebagai pengaruh kepada mereka untuk menggunakan aplikasi YouTube ini. Seramai 62.0% menyatakan setuju dan 27.0% menyatakan sangat setuju akan pernyataan ini.

Seterusnya, faktor yang mempengaruhi petani menggunakan YouTube adalah faktor nasihat daripada Agensi Pengembangan dan faktor ini merupakan faktor yang kurang dipersetujui oleh responden iaitu seramai 20.0% menyatakan tidak setuju dan 57.0% menyatakan kurang setuju dengan pernyataan tersebut. Salah satu tugas Agensi Pengembangan Pertanian adalah melindungi tanaman dan makanan industri daripada ancaman makhluk perosak, bombing pengusaha pertanian yang progresif bagi meningkatkan produktiviti ladang dan wujudkan tenaga yang terlatih untuk keperluan industri pertanian. Mungkin para responden kurang peka

akan apa motif yang dilakukan oleh agensi ini. Dengan keputusan pernyataan ini, faktor ini bukan satu pengaruh kepada responden untuk menggunakan YouTube ini.

Faktor yang seterusnya yang tidak menjadi pilihan responden ialah faktor harga telefon pintar yang mampu milik. Seramai 43.0% responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Perlu diketahui walaupun harga telefon pintar sekarang mampu dimiliki oleh ramai pengguna atau masyarakat, tidak semua golongan mampu untuk memiliki telefon pintar oleh kerana faktor kegawatan ekonomi di dalam kehidupan mereka. Kehidupan responden tidak semuanya di dalam lingkungan yang berada di tahap yang senang dan mampu untuk memiliki telefon pintar.

### **5.3 Tahap Produktiviti Petani Melalui Penggunaan YouTube**

Hasil daripada kajian yang telah dianalisis menunjukkan bahawa tahap produktiviti petani apabila menggunakan YouTube, mutu sesuatu tanaman dinilai dari segi keproduktivitan mereka dalam mengusahakannya. Produktiviti mereka meningkat, mutu tanaman mereka turut akan meningkat oleh kerana kesungguhan mereka dalam mengusahakannya dengan bantuan aplikasi YouTube ini. YouTube mempunyai pelbagai jenis maklumat berkaitan pertanian yang boleh diaplikasikan di dalam kerja seharian mereka juga boleh meningkatkan tahap produktiviti mereka di dalam bidang pertanian. Seramai 50.0% responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini.

Seterusnya, 71.0% responden setuju dengan pernyataan maklumat berkaitan pertanian moden di dalam YouTube dapat diterapkan kepada mereka untuk meningkatkan produktiviti tanaman pertanian. Dengan aplikasi YouTube yang bervariasi jenis kandungan salah satunya berkaitan teknologi pertanian, nilai atau tahap produktiviti mereka terhadap pertanian dapat ditingkatkan dan mereka bersetuju dengan pernyataan tersebut.

Pernyataan penyebaran maklumat tentang penggunaan teknologi moden dalam pertanian boleh meningkatkan pengeluaran hasil pertanian mendapat persetujuan sebanyak 74.0%. Pada era yang dipenuhi dengan gajet-gajet dan teknologi yang pelbagai, pertanian juga tidak terpas untuk menerima arus pemodenan dari segi teknologi dalam pertanian. Dengan adanya YouTube yang mengandungi pelbagai jenis maklumat, para petani boleh mengambil pengetahuan yang baru untuk diterapkan di dalam tanaman mereka bagi menghasilkan pengeluaran pertanian yang tinggi.

Akhir sekali, seramai 73.0% responden menyatakan setuju dengan pernyataan penggunaan YouTube dapat memupuk sikap positif masyarakat terhadap aktiviti pertanian. Masyarakat perlu peka akan pentingnya industri pertanian ini untuk memacu ekonomi negara kearah yang lebih maju. Dengan bidang pertanian yang membantu untuk meningkatkan ekonomi negara, masyarakat boleh menceburi bidang pertanian ini melalui YouTube untuk belajar cara-cara untuk memulakan aktiviti bercucuk tanam. Sikap positif harus ditunjukkan dan tidak dipandang rendah akan kegiatan atau bidang pertanian ini. Sikap positif dipupuk, produktiviti juga akan meningkat, tanaman pertanian mereka juga akan menghasilkan sesuatu yang positif.

#### **5.4 Hubungan Antara Tujuan Penggunaan YouTube dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan YouTube Dalam Kalangan Petani**

Hasil daripada dapatan kajian mendapati bahawa kekuatan hubungan antara tujuan penggunaan YouTube dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani adalah 0.667. Hasil analisis ini membuktikan hubungan yang sangat teguh dan kuat. Memandangkan nilai  $p=0.000$  adalah lebih kecil daripada 0.05 maka hipotesis tersebut ditolak. Ini menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara tujuan penggunaan YouTube dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani.

Disebabkan oleh keputusan ujian kolerasi menghasilkan hubungan yang signifikan, jelaslah bahawa hipotesis ini diterima. Oleh itu, tujuan penggunaan YouTube dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani mempunyai hubungan yang kuat dan baik. Dengan ini jelaslah bahawa tujuan dan faktor telah mendorong kepada peningkatan produktiviti para petani dalam kegiatan pertanian mereka.

#### **5.5 Hubungan Antara Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan YouTube Dalam Kalangan Petani Dan Tahap Produktiviti Petani**

Melalui analisis yang telah dilakukan, hasil mendapati bahawa kekuatan hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani dan tahap produktiviti petani adalah 0.581. Ini menunjukkan bahawa hubungan yang terhasil sangat kukuh dan kuat. Memandangkan nilai  $p=0.000$  adalah lebih kecil daripada 0.05 maka hipotesis tersebut diterima. Ini menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor dan tahap produktiviti petani.

Oleh itu, hasil keputusan ujian kolerasi menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan, maka dengan ini hipotesis tersebut ditolak. Faktor dan tahap produktiviti petani mempunyai hubungan yang sangat baik. Maka ternyatalah bahawa faktor dan tahap produktiviti petani saling mempunyai kaitan yang mendorong kepada peningkatan produktiviti para petani dalam kegiatan pertanian mereka.

### **6.0 KESIMPULAN**

Secara keseluruhan yang dapat disimpulkan, tujuan utama penggunaan aplikasi YouTube dalam kalangan petani adalah sebagai sumber pencarian maklumat. Tujuan penggunaan YouTube ini menunjukkan apakah yang sering dicari iaitu kandungan yang berada di dalam aplikasi YouTube ini dalam kehidupan seharian para petani dan kebanyakan daripada mereka memilih jawapan sebagai sumber pencarian maklumat. Mencari maklumat amatlah penting untuk menimba pengetahuan yang terkini berkaitan isu-isu semasa lebih-lebih lagi berkaitan pertanian terhadap kelompok sosial yang meliputi petani di negeri Perlis.

Akhir sekali, selain daripada mengenalpasti tujuan penggunaan YouTube, terdapat juga faktor-faktor yang mempengaruhi petani menggunakan YouTube ini. Ternyata pengaruh daripada sumber maklumat yang pelbagai merupakan faktor yang paling dominan kepada petani dalam menggunakan YouTube ini. Memang tidak dinafikan maklumat di dalam YouTube sangat banyak dan tidak mustahil yang ia mampu menjadi pengaruh paling tinggi kepada para petani untuk menggunakan YouTube dan ia ada kaitan di mana faktor yang paling dominan ialah

sumber maklumat yang pelbagai dan disitulah tujuan mereka menggunakan YouTube sebagai sumber pencarian maklumat. Dengan ini, tahap produktiviti petani akan dapat ditingkatkan dengan bantuan daripada aplikasi YouTube yang mempunyai sumber dan pencarian maklumat yang banyak, pengetahuan tentang teknologi terkini berkaitan pertanian dapat didedahkan dan mutu tanaman mereka dapat ditingkatkan dan tahap produktiviti mereka terhadap bidang kerjaya mereka akan terus meningkat.

## 6.1 CADANGAN

Kajian yang dijalankan ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan YouTube dalam meningkatkan produktiviti petani di negeri Perlis. Kajian ini mengenalpasti tujuan penggunaan YouTube dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan YouTube dalam kalangan petani untuk menilai tahap produktiviti petani dalam menggunakan YouTube ini. Kajian ini telah dijalankan terhadap petani di kawasan sekitar negeri Perlis.

Cadangan kajian ini adalah pengkaji berharap pengkaji yang akan datang dapat menggunakan hasil dapatan kajian ini dan rujuk serta nilai semula objektif-objektif yang telah diutarakan sebagai asas untuk menghasilkan kajian yang jauh lebih baik. Seterusnya, pengkaji yang akan datang juga boleh memperluaskan lagi skop kajian di kawasan-kawasan yang tertentu.

Kajian-kajian yang seterusnya juga boleh fokuskan lagi untuk penambahbaikan dari aspek tujuan penggunaan dan faktor kerana kedua-dua ini berubah mengikut peredaran zaman dan perkembangan dunia teknologi dari semasa ke semasa. Oleh itu, pengkaji perlu bersedia untuk mengesan lebih awal tujuan dan faktor ini yang mempunyai kaitan agar bersesuaian dengan kajian ini.

## RUJUKAN

- Ang, C. S. (2010). Social Roles of Player in MMORPG Guilds. *Information, Communication and Society*, 592-614.
- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connection : A Micro Level Study. *International Journal of Scientific and Research Publication*, 1-10.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites : Definition, history and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 210-230.
- Boyd, M. D. (2007). Social Networks Sites : Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11.
- Chen, X., & Zhan, F. B. (2008). Agent-Based Modelling and Simulation of Urban Evacuation : Relative Effectiveness of Simultaneous and Staged Evacuation Strategies. *The Journal of the Operational Research Society*, 25-33.
- Fawole, & Tijani, S. A. (2013). Awareness and participation of farmers in extension activities of agricultural media resources and extension centre in Ogun State. *Sabaragamuwa University Journal*.
- Hanafi, K., & Abd. Rahim, M. H. (2017). Penggunaan Media Sosial dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terbentuknya Gerakan Sosial . 87-101.

- Hanafi, K., & Abd. Rahim, M. H. (2017). Penggunaan Media Sosial dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terbentuknya Gerakan Sosial Oleh Pemimpin Pelajar Universiti Di Bandar Pekan Baru, Riau, Indonesia. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 87-101.
- Kripanont, N., & Tatnall, A. (2009). The role of a modified technology acceptance model in explaining internet usage in higher education in Thailand. *International J. Actor Network Theory Technology Innovation*, 31-49.
- Mahamood, A. F., Mohammed, R., & Ahmad, M. K. (2016). Peranan Agen Pengembangan Dalam Mempengaruhi Petani Menggunakan Teknologi Komunikasi Di Lembaga Kemajuan Pertanian Muda (MADA). *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, 225-250.
- Mahmud, M. Z., & Omar, B. (2013). Motif dan Kekerapan Penggunaan Facebook Dalam Kalangan. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication*, 35-54.
- Mcnamara, & Zerfass, A. (2012). Social Media Communication in Organizations : The Challenges of Balancing Openess, Strategy and Management. *International Journal of Strategic Communication*, 287-308.
- Nelson, A., Early, A., Howard, J., Haack, J., & Yong, D. (2013). Do Innovation Measures Actually Measure Innovation? *Series Seiman Research Network*, 47.
- Rotman, D., & Preece, J. (2010). The 'WeTube' in YouTube - creating an online community through video sharing. *Web Based Communication*, 317-333.
- Widiyanti, E., & Santoso, A. I. (2016). Persepsi Petani Terhadap Video Penyuluhan System Of Rice Intensification (SRI) Sebagai Media Informasi Pertanian Organik Bagi Petani. *Journal of Sustainable Agriculture*, 1-6.