

Partisipasi Gen Z dalam Konteks Dinamika Pembangunan di Indonesia

Adittiya Putra Nur Hakim¹, Sally Sabela¹, Muhammad Faiqi Tsaqib¹, Ayu Wardani^{1*)}

¹ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

^{*)} Surel Korespondensi: ayuardani@upnvj.ac.id

Kronologi Naskah: diterima 30 April 2024; direvisi 7 Mei 2024; diputuskan 8 Juni 2024

Abstrak

Generasi Zilenial atau disebut dengan Gen Z merupakan Gen yang akan menjadi aktor utama dalam jalannya sebuah perekonomian di masa mendatang. Dalam konteks komunikasi pembangunan, Gen Z berperan penting dalam menyebarkan informasi dan mengembangkan kesadaran tentang isu-isu kemanusiaan, lingkungan hidup, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memetakan dan menjelaskan peran Gen Z dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia dalam konteks analisis teori komunikasi pembangunan partisipatori. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z memiliki beberapa peran penting dalam komunikasi pembangunan untuk meningkatkan perekonomian, menciptakan lapangan pekerjaan, serta memaksimalkan industri ekonomi kreatif dan *startup*. Hal tersebut sejalan dengan konsep komunikasi pembangunan partisipatori di mana Gen Z memiliki potensi besar untuk menggerakkan perubahan sosial dan melakukan kampanye yang bertujuan untuk kemajuan pembangunan. Gen Z memiliki peran sebagai agen perubahan yang bertugas dalam membawa perubahan perekonomian ke arah yang lebih baik untuk menciptakan kesejahteraan bersama.

Kata Kunci: dinamika pembangunan; gen z; komunikasi pembangunan, partisipasi.

Abstract

Generasi Z, also known as Gen Z, is set to play a pivotal role in shaping the future economy. Within the realm of developmental communication, Gen Z holds significant importance in disseminating information and raising awareness about humanitarian issues, environmental concerns, and sustainable economic development. This research aims to map out and elucidate the role of Gen Z in enhancing Indonesia's economy within the framework of participatory developmental communication theory. The study adopts a qualitative descriptive research approach. The findings reveal that Gen Z fulfills several crucial roles in developmental communication to bolster the economy, create job opportunities, and maximize the creative economic industries and startups. This aligns with the concept of participatory developmental communication, wherein Gen Z possesses immense potential to drive social change and engage in campaigns aimed at advancing development. Gen Z serves as change agents tasked with steering economic transformations towards a better future, fostering collective prosperity.

Keywords: development dynamics; gen z; development communication; participation.

Pendahuluan

Komposisi penduduk Indonesia pada tahun 2021 didominasi oleh Generasi Z (Gen Z) yakni 27,94 %, kemudian disusul oleh generasi milenial sebanyak 25,87 %, serta selanjutnya oleh generasi X sejumlah 21,88% (Aditiya, 2021). Kondisi Indonesia yang didominasi gen Z ini tentunya menjadikan Gen Z nantinya memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Gen Z dapat berperan dalam meningkatkan perekonomian dengan pola pikir dan berbagai produk inovasi lainnya. Gen Z tentu saja bisa memberikan kontribusi dan pengaruh positif dalam perkembangan ekonomi (Kadeni & Srijani, 2020).

Adanya pandemic membuat perekonomian Indonesia sempat melemah. Selain itu, banyak dari masyarakat yang kehilangan pekerjaan akibat ketidakstabilan ekonomi tersebut (Ferdiansyah & Permana, 2022). Ekonomi yang melemah akan meningkatkan angka kemiskinan dan pengangguran. Tingginya angka kemiskinan dan pengangguran tersebut yang kemudian menjadi gambaran bahwa masyarakat Indonesia banyak yang belum merasakan adanya pemerataan terutama dalam bidang ekonomi (Nindatu, 2019).

Teori komunikasi pembangunan partisipatif merupakan strategi komunikasi pembangunan yang menitikberatkan pada partisipasi aktif masyarakat pada tahap pembangunan. Pendekatan ini mencakup komunikasi partisipatif sebagai inovasi dalam pembangunan, pendekatan *bottom-up*, dan promosi pembelajaran bersama untuk bersama-sama mengatasi permasalahan dan mencari solusi bersama (Setyowati, 2019).

Teori komunikasi pembangunan partisipatori menyoroti pentingnya partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan pembangunan. Dalam konteks ekonomi, hal ini merujuk pada keterlibatan Gen Z dalam pembuatan kebijakan

ekonomi, penentuan prioritas investasi, dan pengembangan peluang ekonomi yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan Gen ini. Penggunaan aktif media sosial dan platform digital oleh Gen Z dapat dimanfaatkan dengan baik oleh komunikasi pembangunan partisipatori untuk memfasilitasi dialog dan diskusi mengenai isu-isu ekonomi yang relevan (Nindatu, 2019). Dengan melibatkan Gen Z secara aktif melalui platform yang di gunakan, dapat dicapai tingkat partisipasi yang lebih besar.

Selain itu, komunikasi pembangunan partisipatori dapat diarahkan untuk mengembangkan keterampilan ekonomi di kalangan Gen Z melalui berbagai metode, seperti pelatihan, lokakarya, atau program pembelajaran online (Zahara, 2018). Ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep ekonomi, kewirausahaan, dan keterampilan lain yang diperlukan dalam dunia ekonomi. Dalam upaya pembangunan partisipatori, penekanan pada pemberdayaan ekonomi lokal menjadi penting.

Gen Z merupakan Gen muda yang tumbuh di era digital dan teknologi yang maju pesat. Dalam konteks perekonomian kebebasan dalam peran dan partisipasi masyarakat berkaitan dengan hak untuk mengembangkan diri dan mendapatkan pekerjaan. Konsep ekonomi pembangunan sangat dekat dengan masalah pertumbuhan ekonomi. Demi menciptakan pertumbuhan dalam ekonomi, maka dibutuhkan peran partisipasi masyarakat terutama Gen Z untuk membangun dan mengembangkan perekonomian (Ferdiansyah & Permana, 2022).

Ekonomi yang maju dan berkembang berisikan masyarakat yang memiliki pekerjaan dan penghasilan. Dalam bidang ekonomi, khususnya di Indonesia, hal yang menjadi fokus adalah

pemenuhan kesejahteraan bagi masyarakat. Jika hal tersebut dipenuhi, maka sejalan dengan tujuan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional (Kadeni & Srijani, 2020). Untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi, diperlukan suatu kebijakan dalam meningkatkan taraf ekonomi Indonesia. Demi mendorong berhasilnya kebijakan tersebut dibutuhkan wujud partisipasi masyarakat secara bersama-sama dalam mendukung kebijakan ekonomi yang ada (Surahmi & Farid, 2018). Dalam hal ini, Gen Z memegang tugas utama dalam membangun perekonomian Indonesia pada era teknologi *society* 5.0 untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan pada masyarakat.

Gen Z memiliki potensi yang besar dalam membentuk dan mengubah *landscape* ekonomi. Salah satu peran penting Gen Z dalam perekonomian adalah sebagai konsumen. Dalam beberapa tahun terakhir, Gen Z telah menjadi pasar yang sangat menarik bagi perusahaan dan *brand*. Mereka memiliki kekuatan belanja yang signifikan dan memiliki preferensi yang berbeda dibanding Gen sebelumnya (Nurbaiti & Bambang, 2017). Perusahaan yang mampu memahami dan menyesuaikan diri dengan preferensi Gen Z akan memiliki kesempatan besar untuk meraih kesuksesan dalam pemasaran dan penjualan produk mereka.

Selain sebagai konsumen, Gen Z juga memiliki peran yang signifikan sebagai tenaga kerja (Islamy, 2019). Dengan latar belakang yang dipengaruhi oleh teknologi dan akses terhadap informasi, Gen Z cenderung memiliki keterampilan digital yang kuat. Mereka mudah beradaptasi dengan perubahan teknologi dan memiliki kemampuan untuk memanfaatkannya secara efektif. Hal ini membuat Gen Z menjadi sumber daya manusia yang berpotensi besar dalam menggerakkan inovasi dan transformasi

digital di berbagai sektor ekonomi (Ferdiansyah & Permana, 2022).

Gen Z juga memiliki potensi untuk menjadi entrepreneur yang sukses. Mereka tumbuh di tengah era *startup* dan berbagai ekonomi, yang memberikan mereka akses dan inspirasi untuk mengembangkan ide-ide kreatif mereka sendiri. Gen Z juga cenderung memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi, memaiki sikap yang proaktif dan berani mengambil risiko. Dengan adanya kemampuan teknologi dan keterampilan digital yang kuat, Gen Z memiliki landasan yang kokoh untuk memulal dan mengembangkan bisnis mereka sendiri (Kartika et al., 2022).

Untuk dapat memaksimalkan peran dan partisipasi Gen Z dalam perekonomian, dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak pemerintah, sekolah, dan perusahaan. Perlu kerja sama untuk mendukung pengembangan keterampilan Gen Z. Baik dalam hal keterampilan digital maupun keterampilan *softskill*. Dukungan ini akan memungkinkan Gen Z untuk berkontribusi lebih aktif dalam dunia kerja dan memanfaatkan potensi mereka secara optimal (Nurbaiti & Bambang, 2017).

Secara keseluruhan, peran dan partisipasi Gen Z dalam perekonomian memiliki dampak yang signifikan. Banyaknya potensi yang dapat dibawa oleh Gen Z menjadikan pembahasan mengenai peran Gen Z dalam dinamika pembangunan, khususnya di Indonesia menjadi menarik untuk dikaji lebih mendalam. Tentunya, hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana partisipasi Gen Z dalam konteks dinamika pembangunan di Indonesia.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif dipilih karena peneliti ingin mendeskripsikan permasalahan yang dibahas secara luas, detail dan menyeluruh.

Adapun penelitian kualitatif merupakan sebuah jenis penelitian yang melakukan fokus membahas permasalahan secara mendalam. Penelitian jenis kualitatif digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena permasalahan secara komprehensif. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data merupakan sebuah informasi berupa diagram atau grafik yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk mendukung pernyataan-pernyataan serta untuk meningkatkan kualitas penelitian. Data sekunder adalah sebuah data atau informasi yang diambil melalui perantara dan bersifat tidak langsung.

Hasil dan Pembahasan

Gen Zilenial atau biasa disebut sebagai Gen Z merupakan angkatan penduduk Indonesia yang lahir pada era kemajuan teknologi. Gen Z dikenal sebagai Gen yang pandai dan mahir dalam menggunakan berbagai kecanggihan produk teknologi saat ini. Hal itulah yang membuat Gen Z dinilai mampu beradaptasi dan mengikuti segala perkembangan teknologi modern dengan baik (Kartika et al., 2022).

Pada era dengan kemajuan teknologi saat ini, berbagai produk *Artificial Intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan mulai banyak dikembangkan untuk memudahkan segala urusan dan aktivitas manusia. Gen Z sebagai Gen para anak muda berbakat, Gen yang mahir dalam menggunakan produk teknologi dan Gen yang memiliki pola pikir kreatif dan inovatif dinilai dapat memanfaatkan setiap kecanggihan tersebut demi membangun perekonomian di Indonesia (Kartika et al., 2022).

Partisipasi Gen Z dalam Dinamika Pembangunan

Dalam konteks komunikasi pembangunan, Gen Z berperan penting dalam menyebarkan informasi dan

mengembangkan kesadaran tentang isu-isu kemanusiaan, lingkungan hidup, dan pembangunan berkelanjutan. Komunikasi pembangunan merupakan proses penyampaian informasi, gagasan, dan nilai-nilai terkait pembangunan kepada masyarakat (Nindatu, 2019). Di era digital yang semakin berkembang, Gen Z memiliki akses luas terhadap teknologi informasi dan komunikasi yang memudahkan mereka menyebarkan pesan pembangunan secara efektif.

Peran aktif Gen Z dalam dinamika pembangunan, selaras dengan teori komunikasi pembangunan partisipatori, di mana di dalam teori ini dijelaskan bahwa pendekatan komunikasi yang menekankan pada partisipasi aktif masyarakat dalam proses Pembangunan. Teori ini didasarkan pada pemikiran bahwa partisipasi masyarakat yang substansial dan terbuka merupakan kunci keberhasilan inisiatif pembangunan. Konsep utama teori ini adalah menciptakan ruang komunikasi inklusif di mana dialog dan pertukaran informasi terjadi antara berbagai pihak seperti pemerintah, lembaga pembangunan, dan komunitas lokal (Setyowati, 2019).

Gen Z cenderung menggunakan media sosial sebagai platform utama dalam berkomunikasi dan berbagi informasi. Dengan kemampuannya dalam menangani teknologi, mereka mampu menciptakan konten-konten yang menarik dan berkualitas, seperti video, gambar dan situs blog untuk mempromosikan isu-isu pembangunan. Dalam hitungan menit, mereka bisa mendapatkan ribuan penayangan dan pembagian dari rekan-rekan mereka diseluruh dunia.

Beberapa Gen Z memiliki kepekaan sosial yang tinggi dan tertarik pada isu-isu yang menyangkut keadilan sosial, hak asasi manusia, dan lingkungan hidup. Mereka berusaha memahami berbagai perspektif dan berusaha memberikan pandangan yang seimbang.

Dengan bantuan teknologi, mereka dapat mengumpulkan informasi dan terhubung dengan pendukung dan pakar di bidang terkait. Melalui diskusi secara daring, mereka dapat mempengaruhi orang lain dan membentuk pendapat mengenai isu-isu pembangunan (Nurbaiti & Bambang, 2017).

Lebih jauh lagi, Gen Z juga menggunakan teknologi untuk mendukung proyek dan kampanye pembangunan. Mereka memahami kekuatan penggalangan dana online melalui platform seperti *crowdfunding* dan memanfaatkannya untuk membantu komunitas yang membutuhkan. Misalnya, mereka dapat mengumpulkan donasi dan menyebarkan informasi mengenai program pemulihan lingkungan atau memberikan bantuan kepada korban bencana (Nindatu, 2019).

Peran Gen Z dalam dinamika pembangunan semakin penting seiring perkembangan teknologi dan perubahan sosial yang terjadi saat ini. Adanya perkembangan teknologi menyebabkan kebutuhan akan informasi kian cepat (Rachmawati et al., 2022). Namun, perlu diperhatikan bahwa meski Gen Z memiliki potensi besar dalam partisipasi di bidang pembangunan, mereka juga perlu mendapatkan dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang lebih berpengalaman. Mereka perlu belajar bagaimana menggunakan kekuatan komunikasi secara bertanggung jawab, melawan disinformasi, dan membangun dialog yang konstruktif. Kolaborasi antar generasi juga sangat penting dalam mewujudkan komunikasi pembangunan yang efektif dan berkelanjutan (Syarah, 2016).

Secara keseluruhan, Gen Z memiliki peran yang krusial dalam mempercepat kemajuan pembangunan melalui komunikasi yang mereka lakukan. Namun, peranan krusial tersebut juga perlu mendapatkan dukungan dan pendampingan dari pihak yang lebih berpengalaman, agar

komunikasi pembangunan yang mereka lakukan dapat membawa dampak yang positif dan berkelanjutan bagi masyarakat.

Gen Z dalam Menciptakan Lapangan Pekerjaan

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki sumber daya alam dan sumber daya manusia yang berlimpah. Potensi tersebut menjadi sebuah tantangan bagi Indonesia dalam mengambil peluang untuk melakukan pembangunan ekonomi. Diperlukan kebijakan pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan yang layak dan cukup bagi masyarakat Indonesia terutama untuk para Gen Z (Nurbaiti & Bambang, 2017).

Gen Z menjadi Gen yang akan mendominasi Indonesia di beberapa tahun ke depan. Gen Z sangat berkaitan dengan perkembangan arah teknologi. Kehadiran teknologi tak terkecuali *new media*, telah menjadi hal yang tak asing bagi Gen Z (Kusumaningtias et al., 2023). *New media* merupakan jaringan internet yang dapat menghubungkan seluruh pengguna internet di seluruh dunia di dalam suatu jaringan di manapun dan kapanpun mereka berada (Priansyah et al., 2022).

Pemanfaatan teknologi dalam membuka lapangan pekerjaan menjadi fokus utama yang harus ditargetkan untuk para Gen Z. Oleh karena itu, pemerintah perlu melibatkan Gen Z dalam upaya menciptakan lapangan pekerjaan dan meluaskan kesempatan kerja yang merata di Indonesia (Islamy, 2019).

Masalah kesempatan kerja merupakan masalah yang sangat penting, tidak hanya di negara-negara maju tetapi juga di negara berkembang seperti di Indonesia. Kesempatan kerja merupakan gambaran kondisi ketersediaan lapangan pekerjaan untuk para angkatan kerja yang sedang mencari pekerjaan.

Lapangan pekerjaan yang belum terisi tersebut mengandung arti

“kesempatan” bagi para pencari kerja. Kebutuhan akan tenaga kerja diperlukan oleh setiap perusahaan untuk menjalankan operasional demi menghasilkan sebuah output (Nurbaiti & Bambang, 2017). Lapangan pekerjaan tersebut berhubungan dengan kondisi pertumbuhan ekonomi dalam sebuah negara. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi akan dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru dalam menyerap tenaga kerja yang lebih banyak (Nindatu, 2019).

Gen Z diharapkan dapat menjadi penggerak perekonomian di Indonesia. Keterlibatan mereka dalam menciptakan lapangan pekerjaan sangat dibutuhkan. Gen Z sebagai Gen yang melek teknologi haruslah dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dalam menciptakan lapangan pekerjaan.

Gabungan antara teknologi dan pengusaha akan menjadi sebuah tren baru bagi Gen Z dalam dunia usaha. Proses tersebut nantinya akan menambah kesempatan kerja di Indonesia. Gen Z memiliki karakteristik yang cocok dan berpotensi besar dalam kesuksesan menciptakan lapangan pekerjaan. Gen Z ke depannya merupakan seorang aktor pemimpin dalam mengembangkan sektor usaha. Oleh karena itu, Gen Z perlu berpikir ke depan untuk dapat mengatasi masalah lapangan pekerjaan di Indonesia yang terbatas.

Gen Z sebagai aktor utama nantinya diharapkan bisa berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dengan menyesuaikan pada perkembangan zaman. Gen Z harus pandai dalam mengadopsi teknologi dan membuat peluang untuk dapat menambah kesempatan kerja dan lapangan pekerjaan. Apabila lapangan pekerjaan semakin banyak maka akan mengurangi pengangguran dan menciptakan kesejahteraan serta pertumbuhan ekonomi untuk pemenuhan hak asasi manusia dalam bidang ekonomi (Nindatu, 2019).

Gen Z dalam Memaksimalkan Industri Ekonomi Kreatif dan *Startup*

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi baru yang menggabungkan antara informasi dan kreativitas dengan menggunakan ide, gagasan serta pengetahuan yang bersumber dari SDM sebagai faktor produksinya. Dalam pengertian lain, ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang mendukung sistem informasi, kreativitas dan memanfaatkan ide-ide dari berbagai ilmu pengetahuan dan SDM sebagai faktor paling utama dalam perekonomian (Kartika et al., 2022).

Ekonomi kreatif muncul sebagai alternatif pembangunan ekonomi dalam meningkatkan kualitas hidup bangsa Indonesia. Beberapa tahun terakhir, industri ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang mampu memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan perekonomian Indonesia baik dari sisi pendapatan ataupun jumlah tenaga kerja. Ekonomi kreatif diprediksi akan membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia dengan keterlibatan Gen Z sebagai pelaku dalam ekonomi kreatif (Habib, 2021).

Start up merupakan perusahaan modern yang melibatkan teknologi dan inovasi dalam operasionalnya. *Start up* menjadi perusahaan rintisan yang baru saja terbentuk pasca berkembangnya internet dan teknologi modern saat ini. Sama seperti perusahaan lainnya, *start up* dirancang untuk menciptakan produk atau layanan jasa di tengah ketidakpastian dalam masyarakat. *Start up* bertujuan untuk memenuhi permintaan pasar dengan menciptakan produk atau layanan jasa dengan inovasi baru. *Start up* bahkan dianggap sebagai tempat bekerja yang fleksibel, seru sekaligus menantang. Dari definisi tersebut, *start up* dinilai cocok dengan karakteristik Gen Z yang melek akan teknologi (Ferdiansyah & Permana, 2022).

Ekonomi kreatif dan *start up* sama-sama membutuhkan inovasi dan kreativitas untuk menjalankannya. Kedua hal tersebut berhubungan erat dengan keberadaan Gen Z. Gen Z memiliki peran sebagai aktor yang bertugas dalam menjalankan perekonomian dan mendukung kemajuan ekonomi berbasis teknologi (Kartika et al., 2022). Selain itu, keterlibatan Gen Z dengan semua ini adalah diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan ekonomi. Sebagai penggerak perekonomian, Gen Z memerlukan keahlian seperti *soft skill*, pintar memanfaatkan peluang, kreatif dan memiliki integritas dalam menghasilkan produk yang berharga dan memiliki daya saing. Gen Z diharapkan dapat mendorong perkembangan ekonomi dan mengatasi sejumlah permasalahan ekonomi seperti kesenjangan, kemiskinan dan pengangguran sebagai langkah dalam pemenuhan hak asasi bidang ekonomi (Mudzalifa et al., 2018).

Keberadaan industri ekonomi kreatif dan *start up* menjadi ajang bagi Gen Z di era *society 5.0* dalam mengekspresikan diri dengan berbasis teknologi. Peran Gen Z dalam hal ini diharapkan mampu mengembangkan ide kreatif dan menghasilkan pemikiran serta terobosan baru sebagai langkah dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi (Ferdiansyah & Permana, 2022). Gen Z harus bisa mengambil bagian dalam ruang industri ekonomi kreatif dan *start up*. Oleh karena itu, Gen Z dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif mengikuti perkembangan zaman. Gen Z dianggap mempunyai ide brilian dan mempunyai kekuatan lebih untuk mampu mengikuti perkembangan zaman (Kartika et al., 2022).

Simpulan dan Saran

Gen Z merupakan generasi yang akan mendominasi dan menjadi aktor utama dalam jalannya perekonomian di beberapa tahun mendatang. Gen Z terlahir sebagai

Gen yang paham dan menguasai perkembangan teknologi modern saat ini. Sebagai calon pemimpin bangsa, Gen Z memegang peranan penting dalam meningkatkan perekonomian, menciptakan lapangan pekerjaan dan memaksimalkan industri kreatif dan *start up*. Gen Z diharapkan dapat membuat sebuah gerakan perubahan yang positif dalam perekonomian di Indonesia. Salah satu bentuk tugas tersebut adalah dengan meningkatkan perekonomian, memberantas kemiskinan, pengangguran dan membangun sumber daya manusia yang berkualitas. Gen Z dituntut untuk selalu responsif mengikuti segala perkembangan zaman dan memanfaatkannya untuk memperkuat perekonomian di Indonesia. Sebagai *Agent of Change*, Gen Z diharapkan dapat membawa perubahan bagi Indonesia ke arah yang lebih baik.

Referensi

- Aditiya, I. M. (2021). *Sensus Penduduk 2020 Selesai, Gen Z Dan Milenial Mendominasi*.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id>.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021>
- Ferdiansyah, O., & Permana, E. (2022). Peran Start Up Untuk Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Pasca Pandemi Covid 19 Di Indonesia. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 07. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i2.6828>
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif. *Ar Rehla: Journal Of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, And Creative Economy*, 1(2). <https://doi.org/10.21274/Ar-Rehla.V1i2.4778>
- Islamy, I. El. (2019). Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat Hutan (

- Partisipatif) Masyarakat Desa Doulu Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 6(2).
<https://doi.org/10.37064/jki.v6i2.7522>
- Kadeni, & Srijani, N. (2020). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 1(1), 11–18.
<https://doi.org/10.25273/Equilibrium.V8i2.7118>
- Kartika, R., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Perkembangan Ekonomi Kreatif Dikalangan Generasi Millennial Muslim Dengan Melihat Peluang Di Kemajuan Zaman. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1).
<https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.150>
- Kusumaningtias, I. T., Hafzotillah, & Sariswara, V. (2023). Pengenalan Pembelajaran Era New Media Berbasis Media Penyiaran ‘Podcast.’ *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan*, 7(1).
<https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik/article/view/7256/4098>
- Mudzdalifa, I., Rahma, I. A., Novalia, B. G., & Rafsanjani, H. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Umkm Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif Al Syariah Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1).
<https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>
- Nindatu, P. I. (2019). Komunikasi Pembangunan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengentasan Kemiskinan. *Perspektif Komunikasi Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 3. <https://doi.org/10.24853/Pk.3.2.91-103>
- Nurbaiti, S. R., & Bambang, A. N. (2017). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (Csr). *Proceeding Biology Education Conference*, 14(1).
<https://jurnal.uns.ac.id/prosbi/article/view/18940>
- Priansyah, R. P., Satriani, I., & Muslim. (2022). Pengaruh Terpaan Tayangan Youtube Dehakims Terhadap Sikap Orangtua Mengenai Anak Menonton Satwa. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan*, 6(1).
<https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik/article/view/5309/3095>
- Rachmawati, E., Cahyaningrum, Q. N., & Firdaus, D. R. S. (2022). Efektivitas Aplikasi Ipb Mobile For Student Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Kampus Bagi Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan*, 6(1).
<https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik/article/view/5310>
- Setyowati, Y. (2019). Komunikasi Pemberdayaan Sebagai Perspektif Baru Pengembangan Pendidikan Komunikasi Pembangunan Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17. <https://doi.org/10.46937/17201926849>
- Surahmi, A., & Farid, M. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang. *Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*, 07. <https://doi.org/10.31947/kareba.v7i2.6959>
- Syarah, M. M. (2016). Pendekatan

Komunikasi Partisipatori Dalam Penanggulangan Penyakit Di Kalangan Masyarakat Miskin. *Jurnal Komunikasi Ubsi*, 7(2).
<https://doi.org/10.31294/jkom.v7i2.1488>

Zahara, E. (2018). Peranan Komunikasi Dalam Pembangunan Masyarakat Pedesaan. *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, 55.
<https://doi.org/10.46576/wdw.v0i55.213>