



## Pemanfaatan Media Sosial Dalam Ekonomi Kreatif Untuk Menciptakan Ide Bisnis Bagi Para Wirausahawan Muda

Cecilia Azhara Ayuningtyas

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Korespondensi penulis, e-mail: [ceciliaa.ayuningtyas@gmail.com](mailto:ceciliaa.ayuningtyas@gmail.com)

**Abstract.** *The era of society 5.0 is an era that applies the ease of technological innovation in the era of the industrial revolution 4.0 to facilitate activities, especially in the economic sector. This research aims to see the use of technology such as social media in the creative economy so as to create new businesses for young entrepreneurs. To support this statement, this study uses the literature review method in finding supporting data. Almost all internet users must have social media, especially among teenagers and young people, so that it makes business people especially among teenagers and young people make creative new innovations in building a business. This shows an increase in creative economy development that has great potential and will have a significant impact on the Indonesian economy.*

**Keywords :** *Social media, Creative economy, Business idea, Young entrepreneur*

**Abstrak.** Era *society* 5.0 merupakan sebuah era yang menerapkan kemudahan inovasi teknologi yang ada pada era revolusi *industry* 4.0 untuk memudahkan aktivitas, terutama dalam bidang perekonomian. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pemanfaat teknologi seperti media sosial dalam ekonomi kreatif sehingga menciptakan bisnis baru bagi para wirausahawan muda. Untuk mendukung pernyataan tersebut, maka penelitian ini menggunakan metode *literature review* dalam mencari data pendukung. Hampir semua pengguna internet pasti memiliki media sosial, apa lagi di kalangan remaja dan usia muda, sehingga membuat para pelaku usaha terutama di kalangan remaja dan usia muda membuat inovasi baru yang kreatif dalam membangun sebuah bisnis. Hal ini menunjukkan peningkatan perkembangan ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar dan akan berdampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia.

**Kata kunci :** Media sosial, Ekonomi kreatif, Ide bisnis, Wirausahawan muda

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mengubah aktivitas diberbagai bidang, khususnya di bidang ekonomi, seperti munculnya teknologi internet, media sosial, hingga e-commerce yang memunculkan banyak manfaat serta memudahkan aktivitas perekonomian menjadi lebih efisien. Hal ini berpengaruh kepada ketatnya persaingan bisnis, dan mendesak para pelaku bisnis mencari solusi dalam memproduksi barang dan jasa, serta nantinya akan menarik para konsumen yang sesuai dengan harga pasar. Salah satu contoh pemanfaatan teknologi di bidang ekonomi yaitu dapat dilihat dari perubahan transaksi jual beli dan munculnya ide bisnis baru yang kreatif untuk mencapai keuntungan. Era *society* menerapkan kemudahan inovasi teknologi yang ada pada era revolusi *industry* 4.0 untuk memudahkan aktivitas, terutama dalam hal perekonomian. Hal ini didukung oleh pendapat Satria (2018) bahwa perkembangan teknologi informasi di era 4.0 menuju 5.0 mengubah praktik tradisional yang ada pada zaman sebelumnya, sehingga memberikan dampak yang besar bagi perekonomian Indonesia. Hal ini berpotensi melahirkan berbagai bentuk bisnis dan pelaku usaha yang baru dan sangat dinamis.

Kemunculan ekonomi kreatif dimungkinkan sebagai kekuatan ekonomi yang baru dan pilar perekonomian di masa depan. Ekonomi kreatif sekarang ini mulai berkembang pesat dan menjadi ambisi persaingan global bagi banyak negara untuk menyiapkan masa depan ekonomi kreatif sebagai kekuatan ekonomi baru nasional. Selain itu, seiring dengan menguatnya peran teknologi di era society, turut mendorong berkembangnya ekonomi kreatif. Dengan berkembangnya teknologi, terlihat jelas bahwa persaingan bisnis terkait ekonomi kreatif semakin ketat, sehingga para pelaku bisnis ekonomi kreatif harus mencermati perkembangan fenomena-fenomena yang sedang ramai diperbincangkan. Berdasarkan data Bekraf OPUS Ekonomi Kreatif (2019), ekonomi kreatif telah berkontribusi kepada PDB Indonesia sebesar Rp. 1105 Triliun, berkontribusi sebesar 7,44% kepada perekonomian nasional dan diperkirakan akan terus meningkat, meningkatkan jumlah aspek angkatan kerja sebanyak 17 juta orang bekerja, menjadi peringkat ketiga di dunia setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan dalam kontribusinya, menjadi tuan rumah 1 Decacorn dan 4 Unicorn, dan juga pada tahun 2017 jumlah ekspor dari ekonomi kreatif mencapai US\$ 20.50 Miliar. Dengan kata lain bahwa teknologi merupakan bentuk kreativitas yang digunakan para pelaku ekonomi kreatif dalam membuat bisnis baru yang kreatif dan meningkatkan daya saing ekonomi di Indonesia. Salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan perekonomian, khususnya perekonomian Indonesia yaitu dengan cara mengembangkan ekonomi kreatif. Di Indonesia sendiri, ekonomi kreatif menunjukkan progress, hal ini tentu berpengaruh kepada ekonomi nasional yang meningkat dan diyakini berupaya dalam menghadapi tantangan pembangunan ekonomi yang belum stabil. Hal ini didukung oleh pendapatnya Nasution (2017) yang mengatakan bahwa pembangunan nasional membutuhkan adopsi digital yang memegang peranan penting, terutama di bidang perekonomian. Oleh karena itu, ekonomi kreatif sangat berkontribusi bagi perekonomian nasional.

Penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana manfaat salah satu teknologi yaitu media sosial dalam mengembangkan dan membuat bisnis baru yang kreatif sehingga dapat meningkatkan perekonomian Indonesia di sektor ekonomi kreatif. Melihat perkembangan teknologi terutama media sosial membuat kesempatan yang terbuka luas bagi para pelaku bisnis untuk membuat dan memperkenalkan produk atau jasa mereka. Kehadiran media sosial di dalam perekonomian membantu ekonomi kreatif yang saat ini mulai berkembang. Hampir seluruh orang di dunia pasti mempunyai akun dari salah satu media sosial. Bahkan We Are Social (2022) mencatat bahwa pada Januari 2022, terdapat 191 juta pengguna media sosial

aktif di Indoensia. Dibandingkan tahun sebelumnya yang menginjak 170 juta, angka ini meningkat sebanyak 12,35%. Namun, hal ini terkadang masih kurang mendapat perhatian bagi para pelaku bisnis yang sudah berada di usia lanjut yang mungkin kurang familiar dengan teknologi. Maka dari itu, hal ini membuka peluang untuk para pelaku bisnis yang berada di usia muda untuk membuat bisnis dan menjadi pelaku bisnis dengan memanfaatkan media sosial. Selain itu, pelaku bisnis yang berada di usia muda tentu mengetahui apa saja fenomena-fenomena yang saat ini tengah dibutuhkan dan hangat diperbincangkan. Dengan memanfaatkan media sosial juga akan mendapatkan keuntungan dan keunggulan unik seperti biaya modal yang lebih murah dan kemampuan untuk dekat dengan konsumen sehingga mengetahui kekurangan yang harus diperbaiki dari produk dan jasa yang telah dihasilkan. Dengan munculnya bisnis-bisnis baru yang kreatif tersebut akan meningkatkan ekonomi kreatif yang akan berkontribusi bagi peningkatan perekonomian nasional.

Berdasarkan tafsiran yang telah diuraikan di atas bahwa banyaknya pengguna media sosial terutama di kalangan usia muda dapat memanfaatkan banyak kesempatan untuk membuka bisnis baru yang nantinya akan berpengaruh terhadap ekonomi kreatif. Penelitian ini layak dikaji melihat banyaknya kesempatan yang dimiliki para pelaku bisnis di usia muda untuk membantu meningkatkan ekonomi kreatif yang berkontribusi bagi perekonomian nasional. Sejauh ini, belum banyak penelitian yang membahas tentang manfaat media sosial dalam ekonomi kreatif untuk menciptakan ide bisnis bagi para wirausahawan muda. Hasil penelitian terdahulu masih berfokus pada pemanfaatan teknologi secara umum, selain itu penelitian terdahulu kurang menyebutkan manfaat media sosial bagi wirausahawan muda yang sangat berkontribusi di sektor ekonomi kreatif.

## **Kajian Pustaka**

### **Ekonomi Kreatif**

Indonesia memanfaatkan pesatnya pertumbuhan industri kreatif di Inggris dengan ikut mengembangkan industri kreatif dalam negeri yang saat ini diketahui dengan nama ekonomi kreatif (ekraf). Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia adalah bentuk harapan dan upaya yang luar biasa dalam mencapai visi Indonesia sebagai negara maju. Menurut Purnomo (2016), konsep dalam mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berdasarkan kreativitas merupakan pengertian dari ekonomi kreatif. Kreativitas dari perspektif ekonomi lebih cenderung atas kegiatan kreasi manusia. Yang berarti ekonomi kreatif dapat diartikan

sebagai cabang ekonomi baru yang muncul dengan menjunjung tinggi kreativitas, kapabilitas serta kemampuan personal dalam mewujudkan kemakmuran dan peluang pekerjaan.

Terdapat 17 (tujuh belas) subsektor pada ekonomi kreatif, antara lain: periklanan, arsitektur, desain komunikasi visual, penerbitan, fotografi, desain produk, seni pertunjukan, televisi dan radio, desain interior, seni rupa, kuliner, fashion, kriya, permainan, musik, aplikasi, film, animasi, dan juga video. Di Era Kreatif saat ini, nilai ekonomi dari produk atau jasa ditentukan bukan dengan bahan mentah dan metode produksi seperti di Era Industri, namun lebih dengan memanfaatkan kreativitas dan menghasilkan terobosan baru melalui perkembangan teknologi yang lebih canggih. Saat ini persaingan di pasar global tidak dapat hanya menggantungkan pada harga dan kualitas produk, namun harus dapat meningkat dengan cara bersaing atas dasar imajinasi, inovasi, dan kreativitas. Hal tersebut sesuai dengan karakter ekonomi kreatif yang muncul dari memanfaatkan keterampilan, kemampuan, dan kreativitas guna menciptakan kemakmuran dan lapangan pekerjaan, serta membangkitkan dan memanfaatkan kreativitas individu (Arjana, 2016).

Pemerintah Indonesia, sebagai entitas ekonomi, mengusahakan pembangunan ekonomi masyarakat. Indonesia memiliki potensi besar dan perkembangan yang signifikan dalam ekonomi kreatif, menurut Dr. Mari Elka Pangestu dalam Konferensi Pengembangan Ekonomi Kreatif (2009-2015). Dewi (2015) juga mengungkapkan bahwa ada beberapa alasan kenapa ekonomi kreatif Indonesia harus dikembangkan: 1) Berkontribusi terhadap perekonomian secara signifikan, 2) Melahirkan lingkungan kerja yang positif, 3) Memperkuat image serta jati diri bangsa, 4) Berlandaskan sumber daya terbarukan, 5) Melahirkan kreativitas dan inovasi sebagai bangsa yang berdaya saing, 6) Memberikan pengaruh sosial yang positif. Ada empat aspek yang perlu dikembangkan dan diperhatikan dalam ekonomi kreatif di tanah air menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2018), yaitu: 1.) Ekonomi kreatif melalui penemuan ide, seni, dan teknologi, 2.) Keunggulan produk berlandaskan kerajinan dan seni, 3.) Ekonomi pusaka, 4.) Ekonomi pariwisata berlandaskan keindahan alam. Ekonomi kreatif di Indonesia masih harus dikembangkan karena ekonomi kreatif memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian (Purnomo, 2016). PDB ekonomi kreatif di Indonesia menempati urutan ke-7 dari 10 sektor usaha utama dan masih didominasi oleh sektor ekonomi seperti, musik, periklanan, kerajinan tangan, desain, fashion, film, animasi, fotografi, dan video.

## **Media Sosial**

Media sosial pada era digital sekarang ini banyak digunakan masyarakat sebagai media komunikasi. Media sosial memungkinkan para pengguna untuk dapat dengan mudah membuat konten, berpartisipasi dengan pengguna lain, serta berbagi informasi atau berita yang sedang hangat diperbincangkan. Dari banyaknya model media sosial, seperti jejaring sosial, blog, dan juga wiki adalah media sosial yang paling digemari. Media sosial dapat dikatakan juga seperangkat aplikasi berdasarkan internet yang dibangkitkan di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0 untuk mengharuskan pembuatan dan berbagi konten karya pengguna (Kaplan & Haenlein, 2010). Pertumbuhan pengguna media sosial di Indonesia berkembang dengan cepat. We Are Social (2022) mencatat bahwa pada Januari 2022, terdapat 191 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya yang menginjak 170 juta, angka ini meningkat sebanyak 12,35%. Jumlah pengguna media sosial tentu akan semakin meningkat dari tahun ke tahun. Keunggulan-keunggulan media sosial dapat dilihat dari: 1) Tidak terbatas waktu, 2) Tidak terbatas tempat, 3) lebih mudah dalam memilih sasaran, 4) memudahkan komunikasi, 5) sebagai sarana kreativitas, 6) jangkauan yang luas.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan pada tulisan ini adalah menggunakan literature review. Secara umum, literature review mengacu pada rangkuman dari sumber-sumber yang dapat dibaca terkait dengan topik penelitian. Randolph (2009) mengatakan bahwa sebagai sebuah analisis informasi dan sintesis, berpusat pada invensi dan tidak hanya meringkas pokok literatur, kutipan bibliografi, dan menarik kesimpulan darinya. Penggunaan metode penelitian literature review didasarkan pada kombinasi dari hasil analisis dan sintesis data yang berfokus pada temuan, merangkumnya, dan setelahnya dapat menarik kesimpulan hingga membuat gagasan baru dalam pemecahan masalah yang diambil sebagai topik.

Setiap penelitian membutuhkan data untuk memecahkan permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Data tersebut harus berasal dari sumber yang valid sehingga data yang dikumpulkan relevan dengan permasalahan yang dibahas dan tidak menimbulkan kesalahan dalam menyusun interpretasi atau dalam menarik kesimpulan. Penelitian ini menggabungkan beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan erat dengan topik penelitian. Dalam memecahkan permasalahan yang sesuai dengan teori, temuan, dan hasil penelitian

sebelumnya, literature review akan membantu dalam menyusun kerangka kerja tersebut. Selain itu, metode penelitian literature review juga memperkuat alasan mengapa penelitian ini penting untuk dibahas dan akan lebih bermanfaat jika memungkinkan untuk mencari dan mengembangkan informasi tentang topik permasalahan pada penelitian sebelumnya yang serupa.

## **PEMBAHASAN**

### **Media Sosial bagi Wirausahawan Muda dalam Membuat Ide Bisnis**

Berbagai perkembangan yang terjadi belakangan ini cukup mengagumkan, terutama di bidang teknologi digital. Dengan adanya teknologi memungkinkan masyarakat mengalami perubahan yang terus berkembang di beragam bidang, terutama di bidang perekonomian. Hal ini lah yang melatarbelakangi berubahnya seluruh kegiatan yang masih menggunakan metode tradisional menjadi teknologi modern dan serba digital. Melihat perkembangan teknologi tersebut tidak dapat dihindari bahwa teknologi yang berkembang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku penggunanya terutama di media sosial. We Are Social (2022) mencatat bahwa pada Januari 2022, terdapat 191 juta pengguna media sosial aktif di Indoensia. Dibandingkan tahun sebelumnya yang menginjak 170 juta, angka ini meningkat sebanyak 12,35%. Melihat hal ini, jumlah pengguna media sosial tentu akan bertambah dari tahun ke tahun.

Pemanfaatan media sosial dinilai tepat bagi para wirausahawan bagi para pelaku usaha untuk membangun serta mengembangkan usahanya. Menurut Wardhana (2015), para pelaku usaha memilih media sosial sebagai acuan dalam membangun, mengembangkan, dan juga mempromosikan usahanya. Hal ini dikarenakan media sosial lebih efektif dalam meningkatkan keuntungan yang dapat diperoleh dan biaya yang dibutuhkan rendah. Berdasarkan databoks laporan statistika mencatat, pada tahun 2020 di Indonesia sebagian besar pengguna media sosial berusia antara 25 hingga 34 tahun. Secara khusus, pengguna media sosial laki-laki sebanyak 20,6% dan pengguna media sosial perempuan sebanyak 14,8%. Berikutnya pengguna media sosial berusia 18 sampai dengan 24 tahun memiliki pengguna media sosial laki-laki sebanyak 16,1% sedangkan sebanyak 14,2% pengguna media sosial perempuan. Selanjutnya pengguna media sosial paling sedikit berusia 55-64 tahun ke atas.

Melihat perkembangan teknologi terutama media sosial membuat kesempatan yang terbuka luas bagi para pelaku bisnis untuk membuat dan memperkenalkan produk atau jasa

mereka. Keberadaan seorang wirausahawan memiliki peran penting dalam menjadi salah satu penggerak inovasi dan kemajuan negara untuk membantu meningkatkan perekonomian negara. Banyaknya pengguna media sosial di usia muda dapat memanfaatkan hal tersebut menjadi peluang besar untuk membangun bisnis baru dengan inovasi yang lebih kreatif. Dengan kata lain media sosial merupakan salah satu sumber produktivitas ekonomi kreatif dalam melahirkan ide bisnis kreatif bagi kelompok wirausahawan muda. Wirausahawan muda tentu mengetahui apa saja tren yang sedang hangat dibicarakan, sehingga dapat membangun bisnis dengan mengikuti tren tersebut yang nantinya akan menarik para konsumen. Hal ini tentu juga akan memotivasi masyarakat di usia muda lainnya untuk membuat ide-ide bisnis yang kreatif dan pastinya akan membuka lapangan pekerjaan yang baru. Dengan munculnya bisnis-bisnis baru yang kreatif tersebut akan meningkatkan ekonomi kreatif yang akan berkontribusi bagi peningkatan perekonomian nasional.

### **Hubungan Pemanfaatan Media Sosial dengan Ekonomi Kreatif**

Teknologi telah mengubah aktivitas diberbagai bidang yang memunculkan banyak manfaat serta memudahkan aktivitas menjadi lebih efisien. Pengaruh teknologi tentunya akan berdampak bagi perkembangan perekonomian. Seiring dengan perkembangan terkonologi yang mendukung kegiatan perekonomian, era ekonomi dengan memanfaatkan teknologi telah memasuki seluruh dunia termasuk juga Indonesia. Ekonomi dengan memanfaatkan teknologi dapat disebut juga sebagai 'sharing economy' yang dimana akan membawa banyak usaha-usaha kecil serta menengah untuk memasuki bisnis global. Perekonomian saat ini melibatkan seluruh pihak yang nantinya teknologi menjadi platform yang memungkinkan terciptanya nilai tambah. Seiring dengan perkembangan teknologi juga turut mendorong berkembangnya ekonomi kreatif. Dengan berkembangnya teknologi, terlihat jelas bahwa persaingan bisnis terkait ekonomi kreatif semakin ketat, sehingga para pelaku bisnis ekonomi kreatif harus mencermati perkembangan fenomena-fenomena yang sedang ramai diperbincangkan. Secara tidak langsung ekonomi kreatif menciptakan dan mengarahkan para wirausahawan yang cakap dalam bidangnya. Kreativitas harus didasarkan pada pemikiran progresif yang penuh oleh ide-ide baru dan berbeda dengan sebelumnya. Oleh karena itu, berbagai kebijakan perekonomian dalam memanfaatkan teknologi perlu diadaptasikan.

Ekonomi kreatif adalah pengaktualisasi nilai tambah kekayaan intelektual gagasan atau ide, termasuk orisinalitas yang timbul dari kreativitas akal manusia berdasarkan keterampilan, pusaka budaya, ilmu pengetahuan dan teknologi (Perpres Nomor 142 Tahun 2018). Teknologi seperti media sosial merupakan salah satu teknologi yang paling sering

berkontribusi di sektor ekonomi kreatif dan juga menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung ekonomi kreatif. Sektor ekonomi kreatif berbeda dengan sektor yang lain, ekonomi kreatif menggunakan teknologi khususnya media sosial bukan hanya untuk menggapai efisiensi, tetapi juga sebagai sumber produktivitas. Hal ini pada akhirnya, media sosial menjadi sumber produktivitas untuk menghasilkan ide-ide bisnis yang kreatif di kalangan wirausahawan muda, sehingga akan meningkatkan ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar dan akan berdampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Di Indonesia sendiri ekonomi kreatif mengalami peningkatan, hal ini tentu berpengaruh kepada ekonomi nasional yang meningkat dan diyakini berupaya dalam menghadapi tantangan pembangunan ekonomi yang belum stabil. Seiring dengan berkembangnya ekonomi kreatif akan meningkatkan jumlah wirausahawan sehingga lapangan pekerjaan baru akan tercipta dalam menggerakkan perekonomian negara. Berdasarkan data Bekraf OPUS Ekonomi Kreatif (2019), ekonomi kreatif telah berkontribusi kepada PDB Indonesia sebesar Rp. 1105 Triliun, berkontribusi sebesar 7,44% kepada perekonomian nasional dan diperkirakan akan terus meningkat, meningkatkan jumlah aspek angkatan kerja sebanyak 17 juta orang bekerja, menjadi peringkat ketiga di dunia setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan dalam kontribusinya, menjadi tuan rumah 1 Decacorn dan 4 Unicorn, dan juga pada tahun 2017 jumlah ekspor dari ekonomi kreatif mencapai US\$ 20.50 Miliar. Salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan perekonomian, khususnya perekonomian Indonesia yaitu dengan cara mengembangkan ekonomi kreatif. Maka dari itu, ekonomi kreatif sangat berkontribusi bagi perekonomian nasional.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa peran media sosial sangat bermanfaat bagi ekonomi kreatif untuk menciptakan ide bisnis bagi para wirausahawan muda. Di Era Kreatif saat ini, nilai ekonomi dari produk atau jasa ditentukan bukan dengan bahan mentah dan metode produksi seperti di Era Industri, namun lebih dengan memanfaatkan kreativitas dan menghasilkan terobosan baru melalui perkembangan teknologi yang lebih canggih. Media sosial menjadi sumber produktivitas untuk menghasilkan ide-ide bisnis yang kreatif di kalangan wirausahawan muda, sehingga akan meningkatkan ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar dan akan berdampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia.



Pemanfaatan media sosial merupakan pilihan yang tepat bagi para pelaku usaha untuk membangun serta mengembangkan usahanya. Banyaknya pengguna media sosial di usia muda dapat memanfaatkan hal tersebut menjadi peluang besar bagi untuk membangun bisnis baru dengan inovasi yang lebih kreatif. Penelitian ini dibatasi oleh kurangnya informasi peneliti terdahulu yang membahas mengenai pengguna media sosial di usia muda yang membangun ide bisnis yang kreatif. Selain itu, dalam penelitian ini tidak terdapat responden berusia muda atau wirausahawan muda yang memanfaatkan media sosial untuk membangun bisnis kreatif.

Penelitian selanjutnya harus dilakukan untuk mengeksplorasi data lebih banyak dan bervariasi. Maka untuk penelitian lanjutan disarankan untuk melakukan penelitian dengan data di lapangan yang mencakup beberapa responden yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial untuk membangun bisnis kreatif. Selain itu, di penelitian selanjutnya perlu juga dilihat subsektor ekonomi kreatif apa saja yang menjadi unggulan para wirausahawan muda dalam membangun bisnis kreatif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, F., & Gultom, Y. (2020). Peran Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 15(2), 4.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>  
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>  
<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditkma/wp-content/uploads/sites/6/2020/07/Bahan-Ekraf-compressed.pdf>
- Maria, N. S. B., & Widayati, T. (2020). Dampak perkembangan ekonomi digital terhadap perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomi. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 234-239.
- Nuriyanti, W. (2019). Peran Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Kreatif. *Sosio E-Kons*, 11(2), 101-107.
- Prastyaningtyas, E. W. (2019, October). Dampak ekonomi digital bagi perekonomian indonesia. In *seminar nasional manajemen, Ekonomi, Akuntansi* (Vol. 1, No. 1, pp. 103-108).
- Primatami, A., & Primadhita, Y. (2021). Evaluasi Efisiensi Sektor Ekonomi Kreatif pada Wirausaha Muda di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 6(2), 20-31.
- Sari, A. P., Pelu, M. F. A., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., ... & Sudarmanto, E. (2020). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.

- Sholihin, M. R., Arianto, W., & Khasanah, D. F. (2018). Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia. *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital*, 1(1).
- Susilo, Y., Wijayanti, E., & Santoso, S. (2021). Penerapan Teknologi Digital Pada Ekonomi Kreatif Pada Bisnis Minuman Boba. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 457-468.
- Viona, V., Yohanes, K., Kurniawati, L. S. M. W., Marta, R. F., & Isnaini, M. (2021). NARASI SHOPEE DALAM MENGEMBANGKAN EKONOMI KREATIF BERBASIS TEKNOLOGI E-COMMERCE DI ERA MODEREN. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 46-65.