



### **POTENSI BISNIS DIGITAL BAGI GENERASI ZILENIAL DALAM MENGATASI TANTANGAN MINIMNYA PELUANG KERJA DI INDONESIA**

### **POTENTIAL OF DIGITAL BUSINESS FOR THE ZILLENIAL GENERATION IN OVERCOMING THE CHALLENGE OF LACK OF JOB OPPORTUNITIES IN INDONESIA**

**Riski<sup>1</sup>, Maulidar<sup>2</sup>, Dimas Bagus Susanto<sup>3</sup>, Adria<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pelita Nuasantara

E-mail: [Riski@stiapennaganraya.ac.id](mailto:Riski@stiapennaganraya.ac.id)

#### **INFO ARTIKEL**

##### **Kata kunci:**

*Zilenial,  
Masyarakat Digital,  
Bisnis Digital,  
Provinsi Aceh*

#### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi di era masyarakat digital mengharuskan generasi zilenial untuk dapat hidup berdampingan dengan teknologi. Generasi ini dianggap mampu mengikuti pesatnya arus transformasi digital dengan kemampuan penggunaan teknologi serta media digital yang berkembang saat ini secara inovatif. Banyaknya profesi konten kreator yang ditekuni oleh kelompok zilenial juga dapat membuktikan bahwa kelompok tersebut dapat menyesuaikan diri dengan era masyarakat digital. provinsi Aceh, memiliki mayoritas penduduk yang berprofesi sebagai petani, mencapai angka 56,82%, sementara serapan pekerjaan di sektor industri hanya sekitar 8,36%. Seiring dengan pesatnya perkembangan digital maka potensi terbukanya berbagai Bisnis digital, khususnya bagi kelompok pemuda di wilayah Provinsi Aceh, diharapkan dapat meningkatkan persentase jumlah pengangguran di wilayah tersebut. Salah satu usaha atau pekerjaan baru yang dapat ditekuni adalah menjadi konten kreator. Peluang berkembangnya profesi konten kreator di Aceh dapat dilihat dari kemunculan beberapa pemuda yang menekuni profesi tersebut, seperti selebgram, youtuber, serta pelaku industri seni kreatif lainnya yang mengikuti perkembangan teknologi digital. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif, menggunakan metode snowball dalam pengambilan sampel yang merupakan bagian dari metode non-probability sampling. Dari data yang dikumpulkan melalui teknik wawancara pada pemuda yang berprofesi sebagai konten kreator, dapat disimpulkan bahwa profesi konten kreator di wilayah Provinsi Aceh sangat terbuka sebagai Bisnis digital bagi pemuda atau kelompok zilenial di tengah era masyarakat digital.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

## ARTICLE INFO

**Keywords:**

*Zilenial, Digital Society, Digital Business, Aceh Province*

## ABSTRACT

Technological developments in the era of digital society require the millennial generation to be able to live side by side with technology. This generation is considered capable of following the rapid flow of digital transformation with the ability to use currently developing technology and digital media innovatively. The large number of content creator professions pursued by the millennial group can also prove that this group can adapt to the era of digital society. Aceh province, has a majority of the population who work as farmers, reaching 56.82%, while job absorption in the industrial sector is only around 8.36%. Along with the rapid development of digital, the potential for opening up various digital businesses, especially for youth groups in the Aceh Province region, is expected to increase the percentage of unemployed people in the region. One of the new businesses or jobs that can be pursued is becoming a content creator. Opportunities for the development of the content creator profession in Aceh can be seen from the emergence of several young people pursuing this profession, such as Instagram celebrities, YouTubers and other creative arts industry players who follow developments in digital technology. This research was conducted with a qualitative approach, using the snowball method in sampling which is part of the non-probability sampling method. From data collected through interview techniques with young people who work as content creators, it can be concluded that the content creator profession in the Aceh Province region is very open as a digital business for young people or millennial groups in the era of digital society.

*Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.*

## PENDAHULUAN

Era digital society atau yang lebih dikenal dengan masyarakat digital merupakan era yang menuntut setiap aspek kehidupan masyarakat untuk dapat melibatkan teknologi disetiap aktifitasnya. Terlebih Indonesia juga merupakan pasar potensial bagi industri media digital karena peningkatan jumlah pengguna internet yang meningkat setiap tahunnya (Mahameruaji et al., 2018)). Selain itu, pendapatan yang menjajikan juga menjadi faktor penting berkembangnya bisnis berbasis digital di Indonesia seperti konten kreator atau bisnis-bisnis digital lainnya. Dalam konteks ini, masyarakat digital Indonesia telah mengalami perubahan signifikan dalam konsumsi informasi dan hiburan. Platform-platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menjadi wadah utama bagi para konten kreator untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Fenomena ini tidak hanya menciptakan peluang ekonomi baru tetapi juga memperluas ruang bagi ekspresi kreatif dan pengaruh sosial. Dengan populasi yang mayoritas terdiri dari generasi muda yang terampil dalam teknologi, Indonesia berada di garis depan dalam mewujudkan potensi masyarakat digital yang dinamis dan berinovasi. Konten Kreator merupakan salah satu peluang Bisnis digital yang paling diminati ditengah berkembang pesatnya teknologi di dunia. Peluang usaha konten kreator berorientasi pada kreatifitas dan inovasi sehingga lebih dominan diminati oleh kelompok pemuda yang merupakan kelompok dari generasi milenial dan zilenial. Kelompok pemuda dari generasi tersebut memiliki etos kerja yang berkarakteristik, lebih memperhatikan keseimbangan dalam

kehidupan, memiliki jiwa kemandirian, skeptis terhadap otoritas, mudah beradaptasi, serta dapat menguasai teknologi (Adi & Indrawati, 2019). Fenomena ini tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan baru tetapi juga mengubah paradigma tradisional tentang karier dan pencapaian. Banyak dari mereka yang memilih untuk menjadi konten kreator karena kesempatan untuk mengungkapkan diri secara bebas, berkolaborasi dengan berbagai merek dan perusahaan, serta mempengaruhi audiens secara langsung melalui platform digital yang global. Dengan demikian, masyarakat digital Indonesia tidak hanya mengonsumsi konten tetapi juga menjadi produsen konten yang mampu bersaing di pasar global. Konten Kreator merupakan salah satu peluang Bisnis digital yang paling diminati di tengah berkembang pesatnya teknologi di dunia. Peluang usaha konten kreator berorientasi pada kreatifitas dan inovasi sehingga lebih dominan diminati oleh kelompok pemuda yang merupakan kelompok dari generasi milenial dan zilenial. Kelompok pemuda dari generasi tersebut memiliki etos kerja yang berkarakteristik, lebih memperhatikan keseimbangan dalam kehidupan, memiliki jiwa kemandirian, skeptis terhadap otoritas, mudah beradaptasi, serta dapat menguasai teknologi (Adi and Indrawati 2019). Fenomena ini tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan baru tetapi juga mengubah paradigma tradisional tentang karier dan pencapaian. Banyak dari mereka yang memilih untuk menjadi konten kreator karena kesempatan untuk mengungkapkan diri secara bebas, berkolaborasi dengan berbagai merek dan perusahaan, serta mempengaruhi audiens secara langsung melalui platform digital yang global. Dengan demikian, masyarakat digital Indonesia tidak hanya mengonsumsi konten tetapi juga menjadi produsen konten yang mampu bersaing di pasar global. Di Indonesia, tren ini tidak hanya terbatas pada kota-kota besar seperti Jakarta atau kota besar lainnya, tetapi juga merambah ke daerah-daerah seperti Aceh. Aceh, dengan lanskap budaya dan alam yang kaya, memberikan inspirasi bagi konten kreator untuk mengembangkan ide-ide yang unik dan menarik. Hal ini tidak hanya memberikan kebanggaan lokal tetapi juga membuka peluang ekonomi baru di wilayah tersebut

## **METODE**

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif dipilih untuk mendalaminya dengan lebih baik. Metode snowball digunakan untuk mengumpulkan data dari pemuda konten kreator di Aceh, yang mana merupakan pendekatan non probability sampling. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi responden potensial berdasarkan jejak atau hubungan mereka dengan orang lain dalam jaringan yang relevan, yang kemudian dapat diwawancarai untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang topik yang diteliti. Proses penelitian dimulai dengan menentukan permasalahan yang akan diteliti, yang kemudian diikuti dengan pencarian studi literatur untuk memahami konteks yang lebih luas terkait dengan topik tersebut. Setelah itu, tahapan pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai pemuda konten kreator yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara mendalam untuk menghasilkan temuan yang dapat menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Pemilihan metode snowball dalam penelitian ini mengakui kompleksitas dan karakteristik unik dari populasi yang diteliti, yakni pemuda konten kreator di Aceh. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat terungkap berbagai perspektif dan pengalaman yang relevan dari responden, yang mungkin tidak terjangkau dengan

metode sampling yang lebih tradisional. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam pemahaman tentang fenomena yang diamati, serta dapat memberikan rekomendasi atau implikasi bagi kebijakan atau praktik di bidang yang terkait. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menarapkannya yakni Pertama, penelitian dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan utama yang akan diteliti, yaitu pengalaman dan pandangan pemuda konten kreator di Aceh dalam konteks tertentu. Setelah itu, tujuan utama penelitian ditetapkan untuk memahami secara mendalam fenomena tersebut. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman individu. Metode snowball sampling dipilih sebagai strategi untuk mengumpulkan sampel responden, dengan memanfaatkan jaringan sosial di antara pemuda konten kreator di Aceh. Langkah berikutnya adalah menetapkan kriteria inklusi yang spesifik untuk pemilihan responden, seperti aktif sebagai konten kreator di media sosial tertentu atau memiliki pengaruh dalam komunitas digital Aceh. Pencarian literatur dilakukan untuk membangun landasan teori yang solid dan memahami konteks lebih luas dari fenomena yang diteliti, seperti pengaruh media sosial terhadap identitas budaya atau peran digital di kalangan pemuda Aceh. Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam, yang mengarah pada pemahaman yang mendalam terhadap pengalaman, pandangan, dan persepsi responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif, dengan menggunakan pendekatan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola, tema, dan konsep yang muncul dari wawancara. Hasil dari analisis data diinterpretasikan dalam konteks teoritis dan praktis, memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena yang diteliti. Penelitian ini kemudian disimpulkan dengan merujuk pada tujuan penelitian yang ditetapkan dan pertanyaan penelitian yang diajukan. Rekomendasi praktis atau implikasi untuk kebijakan, praktik, atau penelitian lanjutan juga disarankan berdasarkan temuan yang ditemukan dalam penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan. [Book Antiqua, 11, normal].

Provinsi Aceh memiliki permukaan tanah yang subur sehingga menjadikan Provinsi ini sebagai salah satu lumbung beras utama di wilayah aceh. tidak hanya beras sektor perkebunan kelapa sawit juga menjadi daya tarik utama dari Aceh sehingga mayoritas masyarakat aceh bekerja sebagai buruh perkebunan kelapa sawit serta petani. Sumber data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Aceh menyebutkan tingkat masyarakat miskin di tahun 2017 sebanyak 400.811 jiwa angka ini terus meningkat hingga dengan tahun 2021 sebanyak 508.801 jiwa. Salah satu faktor penyebab angka kemiskinan yang terus meningkat di Aceh adalah minimnya lapangan pekerjaan yang ada di wilayah tersebut. Sehingga angka pengangguran yang ada di wilayah Aceh berjumlah 4071 orang yang didominasi oleh lulusan sekolah menengah atas dan sekolah menengah kejuruan. Adapun persentase angka tersebut dapat dilihat pada gambar 1 Angkatan Kerja Berdasarkan Pendidikan yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh

Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan <sup>1</sup> <i>Educational Attainment<sup>1</sup></i>	Angkatan Kerja/Economically Active			Persentase Bekerja terhadap Angkatan Kerja <i>Percentage of Working to Economically Active</i>
	Bekerja <i>Working</i>	Pengangguran <sup>2</sup> <i>Unemployment<sup>2</sup></i>	Jumlah Angkatan Kerja <i>Total of Economically Active</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	24 520	182	24 702	99,26
2	14 193	633	14 826	95,73
3	25 274	2 576	27 850	90,75
4	2 545	346	2 891	88,03
5	3 206	106	3 312	96,80
6	7 726	228	7 954	97,13
<b>Jumlah/Total</b>	<b>77 464</b>	<b>4 071</b>	<b>81 535</b>	<b>95,01</b>

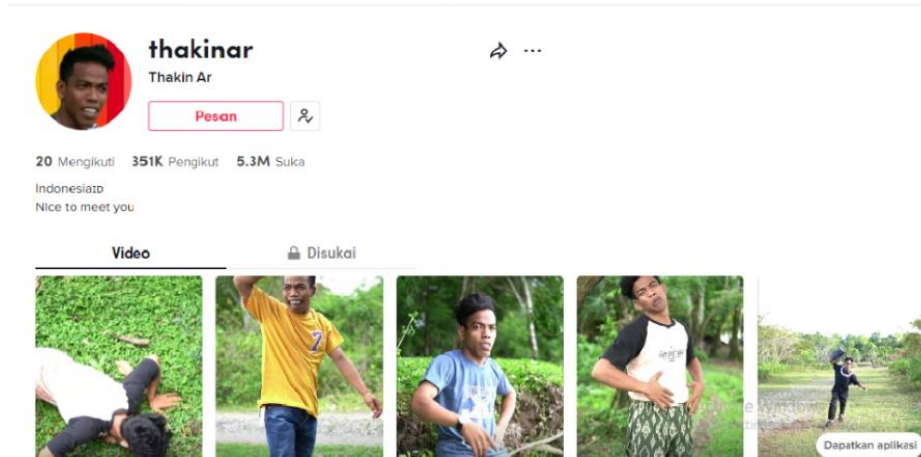
*Gambar 1 Angkatan Kerja Berdasarkan Pendidikan*

Mayoritas masyarakat aceh bekerja sebagai petani, dan buruh perkebunan adapun pekerjaan utama lainnya yakni adalah sebagai buruh pertambangan untuk semua kelompok usia. Berdasarkan jumlah data angkatan kerja yang diperoleh dari badan pusat statistik, pemuda merupakan kelompok yang merasa tidak mungkin mendapat pekerjaan dengan jumlah sebanyak 40595 dari pendidikan tertinggi sekolah menengah atas sedangkan kelompok yang mendapatkan pekerjaan tapi belum mulai bekerja sebanyak 3514 dari kelompok pemuda yang menamatkan Pendidikan tertinggi di sekolah menengah kejuruan. Gambaran secara keseluruhan persentase angkatan kerja terhadap penduduk usia kerja dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut.

Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan <sup>1</sup> Educational Attainment <sup>1</sup>	Bukan Angkatan Kerja Not Economically Active	Jumlah Total	Persentase Angkatan Kerja terhadap Penduduk Usia Kerja Percentage of Economically Active to Working Age Population
(1)	(6)	(7)	(8)
1	17 026	41 728	59,20
2	11 154	25 980	57,07
3	12 745	40 595	68,60
4	623	3 514	82,27
5	616	3 928	84,32
6	1 764	9 718	81,85
Jumlah/Total	43 928	125 463	64,99

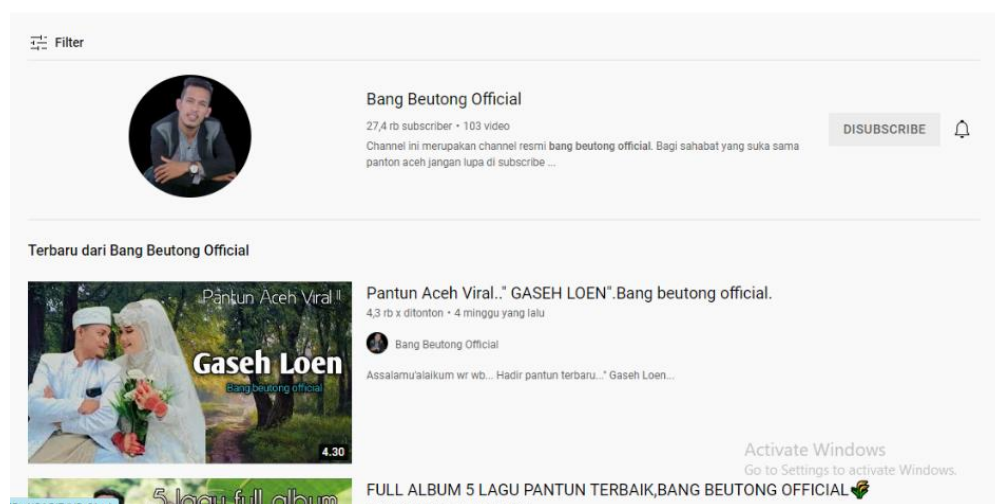
Gambar 2 Persentase Angkatan Kerja Terhadap Penduduk Usia

Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan mewawancarai salah satu pemuda yang berprofesi sebagai konten kreator aplikasi Tik-Tok di wilayah Aceh yang bernama Thakin Ar. Peneliti menanyakan kepada Thakin, “apakah konten kreator bisa menjadi peluang usaha baru bagi pemuda yang ada di wilayah Aceh?”, Thakin menjawab. “Konten Kreator merupakan peluang usaha baru yang sangat menjanjikan, dengan konten kreator saya bisa memperoleh penghasilan melebihi pendapatan gaji saya perbulan sebagai buruh di perusahaan batubara, dengan pendapatan yang saya peroleh dari membuat konten tik-tok saya bisa membeli mobil dan iphone 13 pro max yang harganya mencapai puluhan juta rupiah”. Dari hasil wawancara peneliti juga memperoleh informasi bahwa jumlah follower yang mengikuti akun tik-tok milik Thakin Ar sebanyak 351K pengikut dengan jumlah konten yang telah dibuat sebanyak 150 konten selama 4 tahun dengan rata-rata jumlah penyuka sebanyak 5,3 miliar. konten yang dibuat oleh Thakin merupakan konten - konten yang berisikan parodi dengan harapan konten yang dibuat nya dapat menghibur masyarakat di seluruh dunia.



*Gambar 3 Tangkapan Layar Akun Tik-Tok Milik Thakinar*

Wawancara lainnya juga dilakukan dengan Bayhaqi, berikut pertanyaan peneliti kepada Bayhaqi, “Menurut saudara Bayhaqi, apakah konten kreator dapat menjadi peluang usaha baru bagi pemuda penghasilan yang diperoleh tidak semudah yang dibayangkan. karena pemuda harus memiliki kreatifitas dan inovasi untuk dapat membuat konten-konten yang menarik agar banyak ditonton oleh masyarakat”. Dari hasil wawancara lainnya peneliti juga memperoleh informasi terkait konten yang dibuat oleh Bayhaqi yang merupakan konten untuk melestarikan kebudayaan aceh dengan pantun, adapun jumlah konten yang telah dibuat sebanyak 103 video dengan rata-rata jumlah penonton sebanyak 5.751.342 kali ditonton serta jumlah pengikut sebanyak 27.4 K



*Gambar 4 Tangkapan Layar Akun Youtube Milik Bayhaqi*

Selain Bayhaqi peneliti juga melakukan wawancara dengan Herman Fauzi yang memiliki kesamaan dengan Bayhaqi sebagai konten kreator menggunakan media youtube dan isi kontennya berupa pantun aceh. Pada awalnya herman bekerjasama dengan Bayhaqi dalam mengelola konten milik Bayhaqi. Akan tetapi herman mulai membuat konten tersendiri beberapa bulan kemudian, konten yang dibuat oleh herman tidak seproduktif milik Bayhaqi karena hanya 8 video dengan jumlah penonton sebanyak 708.288 kali jumlah vidoe yang ditonton serta jumlah pengikut sebanyak 13.4 K. peneliti juga melakukan wawancara lainnya dengan herman



sebagai berikut, “Apa alasan saudara herman membuat chanel konten youtube?” herman menjawab. “Chanel konten youtube merupakan peluang usaha baru yang sangat menjanjikan bagi kami kelompok pemuda, karena saya bisa memperoleh pendapatan 2 juta perbulan hanya dengan membuat 1 konten saja. Sehingga profesi konten kreator ini sangat layak untuk dijadikan sebagai peluang usaha baru”



Gambar 5 Tangkapan Layar Akun Youtube Milik Herman Fauzi

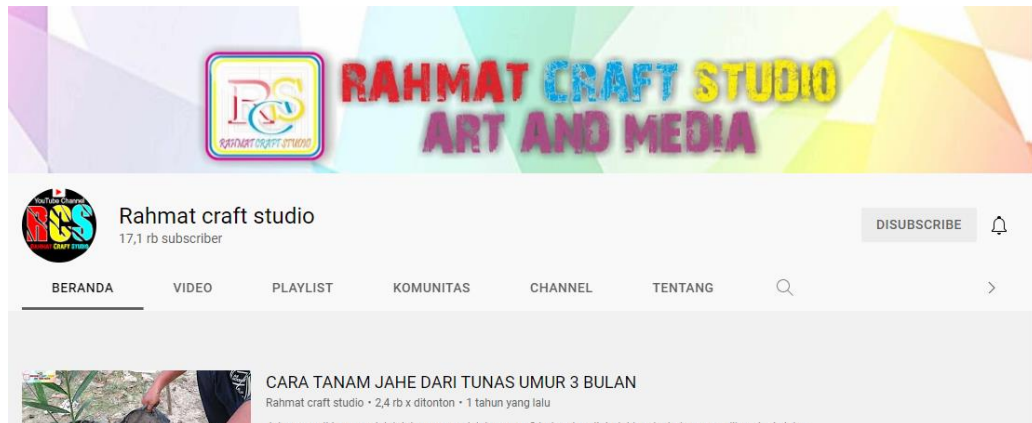
Selain herman, deski juga sempat bekerjasama dengan Bayhaqi sebelum membuat akun youtube akan tetapi isi dari konten yang dibuat oleh deski sangat berbeda dengan isi konten milik Bayhaqi dan herman. isi konten milik deski lebih kepada komedi. Deski juga lebih aktif dalam membuat konten dibandingkan dengan kedua rekannya yakni sebanyak 141 konten video dengan jumlah ditonton sebanyak 2.255.597 kali serta jumlah pengikut sebanyak 16,8 K. peneliti bertanya kepada deski. “Tantangan apa saja yang diperoleh saudara deski selama menjadi konten kreator?” deski menjawab. “tantangan terbesar bagi kami pelaku konten kreator yakni konsistensi dalam membuat akun, terkandung membangun konsistensi ini yang sangat sulit. terlebih jika ada konten yang kurang diminati oleh penonton dan mendapat komentar buruk maka kami akan mudah patah semangat”.



Gambar 6. Tangkapan Layar Akun Youtube Milik Deski



Pelaku konten kreator lainnya yang peneliti wawancarai yakni rahmat, rahmat memiliki jumlah video yang lebih banyak dibandingkan dengan pelaku konten kreator lainnya karena rahmat tidak menekankan pada isi konten tertentu melainkan pada setiap aktifitas yang dilakukan dengan jumlah pengikut sebanyak 17.1 K pengikut dan ditonton lebih dari 1.768.232 kali. Rahmat menyampaikan. "Konten Kreator merupakan pekerjaan yang sangat menyenangkan karena kita bisa membuat isi konten apa saja yang dapat dinikmati oleh siapa saja dan kapan saja.



#### *7. Tangkapan Layar Akun Youtube Milik Rahmat*

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan para pemuda pelaku konten kreator yang ada di wilayah Aceh dengan menggunakan metode snowball diketahui jumlah pengguna akun youtube jauh lebih banyak dibandingkan dengan aplikasi tik-tok walaupun pendapatan yang diperoleh pengguna akun tik-tok lebih besar dibandingkan pengguna akun lainnya. Pada penelitian ini juga dilakukan analisis hasil wawancara untuk mengetahui keterkaitan antara rumusan masalah serta hasil yang diperoleh untuk mencapai tujuan dari penelitian yang telah dilakukan. Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti yakni konten kreator dapat dijadikan sebagai peluang usaha baru bagi pemuda yang ada di wilayah kabupaten nagan raya, walaupun ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh kelompok pemuda seperti kurang peminatnya penonton konten, serta komentar negative yang diterima. Selain itu pemuda yang ada di wilayah Aceh harus lebih berinovasi dan kreatif sehingga konten yang dibuat tidak monoton. Pemanfaatan media teknologi yang baru juga memiliki andil yang besar dalam menyebarkan informasi terkait konten – konten yang telah dibuat. Kelompok pemuda yang ada di wilayah Aceh juga harus meningkatkan hard skill dan soft skill agar dapat membuat video yang menarik.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa konten kreator merupakan peluang bisnis digital yang signifikan bagi kelompok pemuda di wilayah Aceh dalam era masyarakat digital. Pentingnya pengembangan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan konten kepada pengguna media sosial tidak dapat diragukan lagi. Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa pelaku yang konsisten dan aktif dalam menciptakan konten memiliki potensi pendapatan yang sangat menjanjikan. Dengan demikian, untuk memanfaatkan sepenuhnya peluang bisnis ini, sangat dianjurkan bagi kelompok pemuda di Aceh untuk terus mengasah keterampilan dan pengetahuan

dalam domain teknologi dan konten kreatif. Dengan adanya komitmen dan dedikasi yang tepat, mereka dapat membangun karier yang berkelanjutan dan sukses dalam industri digital saat ini. Selain itu, sebagai saran, penting bagi para pemuda di Aceh untuk aktif mengikuti perkembangan tren dan pola perilaku pengguna media sosial. Mengembangkan keahlian dalam analisis data dan strategi pemasaran digital juga dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam membangun audiens yang loyal dan meningkatkan potensi penghasilan dari konten yang dihasilkan. Selalu terbuka terhadap umpan balik dari pengguna juga menjadi kunci untuk terus meningkatkan kualitas konten dan memperluas jangkauan pasar. Dengan langkah-langkah ini, mereka dapat memanfaatkan sepenuhnya peluang yang ditawarkan oleh bisnis konten kreator di era digital saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P. R. P., & Indrawati, K. R. (2019). Perbedaan keterikatan kerja berdasarkan generasi kerja karyawan pada perusahaan berkonsep thk ditinjau dari etos kerja. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(1), 46–57.  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/47148/28328>
- Hijrah. (2022). RANCANG BANGUN WEBSITE WISATA HALAL KOTA BANDA ACEH Website memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pariwisata yang dapat digunakan sebagai alat komunikasi masa ( Syaban et al ., 2018 ) terutama di kota banda jelas , serta juga berperan seb. April, 78–84.
- Hutami1), L. T. H., Inayah2), D. T., Utami3), A. W., Rantika, A., & Sari4). (2019). Edukasi Strategi Digital Marketing Dan Tips Wirausaha Pada Masa Pandemi Di Dusun Butuh, Desa Cucukan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(03), 105–112.
- Januarharyono, Y. (2019). Peran Pemuda Di Era Globalisasi. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, 13(1), 9.
- Lestari, Y. S., Juraida, I., Triyanto, T., & Effida, D. Q. (2019). Sosialisasi Peran Pemuda-Pemudi dalam Pemilihan Umum (PEMILU) di Nagan Raya Tahun 2019. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 1(1), 1.  
<https://doi.org/10.35308/baktiku.v1i1.1233>
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital Content creator Work Adaptation in the Digital Age Pada era digitalisasi ini kecakapan pengguna dalam memanfaatkan media digital merupakan keseluruhan gaya hidup dan media creator. *Jurnal Communio*, Vol 11 No.
- Mahameruaji, J. N., Puspitasari, L., Rosfiantika, E., & Rahmawan, D. (2018). Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(1), 61–74. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1007>
- Rezky, M. P., Sutarto, J., Prihatin, T., Yulianto, A., Haidar, I., & Surel, A. (2019). Seminar Nasional Pascasarjana 2019. *Generasi Milenial Yang Siap Menghadapi Era Revolusi Digital (Society 5.0 Dan Revolusi Industri 4.0) Di Bidang Pendidikan Melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia, Universitas Negeri Semarang*, 1118–1125.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan. Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.