

MEDIAPRENEURSHIP BAGI GENERASI Z

Rizky Oktarina Costa¹

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana
e-mail: rizky.oktarina@mercubuana.ac.id

Abstrak

Generasi Z lahir dan tumbuh bersama teknologi komunikasi dan media sosial. Generasi ini lebih suka berwirausaha. Akses media sosial yang beragam dan mentor yang baik membuat mereka mampu menghasilkan uang besar dari Youtube, Instagram dan Tiktok. Mediapreneurship merupakan konvergensi menjadi content creator sebagai pengumpul ide, data dan riset untuk membuat konten gambar, audio atau video yang disebarluaskan di berbagai platform digital. Permasalahan yang dihadapi Generasi Z adalah bagaimana menjadi mediapreneurship dalam hal ini menjadi conten creator yang menghasilkan konten edukasi dan menghibur. Solusi untuk masalah ini adalah memahami bahwa dunia ada di tangan dan kesuksesan di masa depan bukan hanya tentang menjadi pekerja kantoran. Membuat konten untuk publik adalah cara untuk mendapatkan kesuksesan dan penghasilan besar. Kegiatan berupa ceramah dan diskusi interaktif. Materi yang diberikan: Mindset tentang mediapreneurship dan content creator; Penggunaan media sosial yang "sehat"; Skill wajib yang dimiliki seorang content creator; Cara Menjadi Content creator yang Sukses; Tugas dan Tanggung Jawab Content creator; Prospek Kerja Content creator. Kegiatan serupa baiknya lebih sering diadakan dan dengan meningkatkan jumlah khalayak sasaran. Bekerja sama dengan SMA dan SMK lainnya yang ada di Jakarta. Mengingat mediapreneurship dan content creator menjadi ``karir`` yang sangat menjanjikan di masa depan. Permintaan konten terus menerus tanpa henti baik dari masyarakat umum maupun pemilik merk yang ingin bekerja sama dengan content creator dalam memasarkan produk mereka. Selain itu content creator juga membentuk personal branding melalui konten-konten yang bermanfaat dan menghibur yang mereka buat.

Kata kunci: *Mediapreneuship, Content creator, Media Sosial*

Abstract

Generation Z was born and raised with communication technology and social media. This generation prefers entrepreneurship. Diverse social media access and good mentors make them able to make big money from Youtube, Instagram and Tiktok. Mediapreneurship is the convergence of being a content creator as a collector of ideas, data and research to create image, audio or video content that is disseminated on various digital platforms. The problem faced by Generation Z is how to become a mediapreneurship, in this case a content creator who produces educational and entertaining content. The solution to this problem is to understand that the world is at hand and future success is not just about being an office worker. Creating content for the public is a way to get success and big income. Activities in the form of lectures and interactive discussions. Materials provided: Mindset about mediapreneurship and content creators; "healthy" use of social media; Mandatory skills of a content creator; How to become a successful content creator; Duties and responsibilities of content creators; Job prospects for content creators. Similar activities should be held more often and by increasing the number of target audiences. Collaborate with other high schools and vocational schools in Jakarta. Given that mediapreneurship and content creators are very promising careers in the future. The demand for content continues endlessly from both the general public and brand owners who want to work with content creators in marketing their products. In addition, content creators also form personal branding through the useful and entertaining content they create.

Keywords: *Mediapreneuship, Content creator, Social Media.*

PENDAHULUAN

Generasi Z mengacu kepada orang-orang yang lahir pada tahun 1997 - 2012. Generasi ini tumbuh dengan teknologi komunikasi, termasuk di dalamnya internet dan media sosial (Meola, 2023). Generasi ini punya preferensi lebih terhadap kewirausahaan karena menganggap kuliah bukan jaminan sukses, tidak mau dibatasi, media sosial yang beragam, akses berlimpah dan punya mentor yang kapabel Schawbel (2014) dalam (Purnomo et al., 2019). Terbukti banyaknya Generasi Z di berbagai

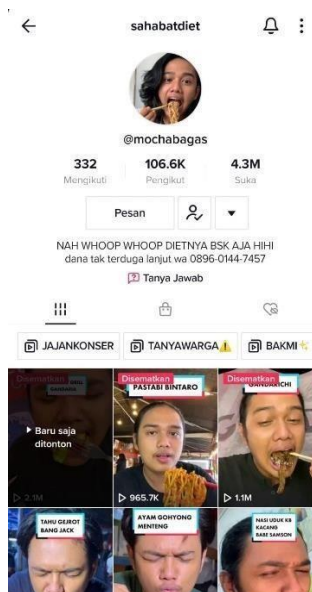
media sosial terutama, Youtube, Instagram dan Tiktok mampu menghasilkan puluhan bahkan sampai ratusan juta rupiah setiap bulannya.

Berbagai jenis konten muncul di sosial media. Baik konten yang berniali positif maupun konten dengan tendensi negatif. Banyak konten yang disodorkan berada di luar norma dan batasan yang berlaku demi mendapatkan rupiah. Contohnya *Viral Live* Mandi Lumpur. Seorang anak memaksa orang tua untuk mandi lumpur setiap hari dan disiarkan secara live melalui platform Tiktok. Kegiatan ini mendapat perhatian yang luar biasa dari masyarakat dan menuai pro kontra, hingga akhirnya dilaporkan ke kepolisian.

Contoh konten lainnya adalah hanya dengan makan cabe dapat uang 30 juta rupiah. Dengan konten "recek" seperti ini bisa menghasilkan uang dan tentu saja FYP (foryou page), merujuk ke halaman di TikTok yang menampilkan rekomendasi video untuk tiap akun. Namun dibalik ini semua terdapat prestasi dari creator di Tiktok seperti akun https://www.tiktok.com/@iben_ma dan <https://www.tiktok.com/@dimsthemeatguy> asal Indonesia yang tercatat dalam *The Discover List: Meet the TikTok Creators of 2022*. Pembuat konten luar biasa yang mendorong dampak positif di TikTok. Mampu memberi inspirasi dan mengedukasi masyarakat.

David Siteman Garland dalam wawancara dengan (Caprino, 2013) menjelaskan bahwa mediapreneur merupakan personal brands, coaches, pembicara, pemasar internet dan penulis yang ingin mengembangkan bisnis dan "mendominasi" secara online. Mediapreneurship adalah wirausaha berbasis media sosial (Briandana et al., 2021). Dalam hal ini, mediapreneurship merupakan konvergensi dari menjadi content creator di berbagai platform sosial media. Content creator atau pembuat konten merupakan kegiatan mengelompokkan ide dan data, melakukan penelitian, dan mengembangkan konsep yang ditransformasikan dalam bentuk gambar, audio maupun video. Hasil gambar, audio, video ini yang disebarluaskan melalui berbagai platform digital. Umumnya segmentasi pembuat konten dibagi menjadi Kuliner, Wisata, Beauty, Fashion dan Daily Life.

Salah seorang creator Tiktok merupakan mahasiswa Universitas Mercu Buana Jurusan Marketing Communication Kampus Pejaten Angkatan 2019 juga merupakan creator Tiktok dengan akun <https://www.tiktok.com/@mochabagas>. Dengan Follower mencapai 106.6 K dan Like mencapai 4.3 M, pemilik akun dan team mampu menghasilkan pendapatan secara konsisten belasan juta rupiah setiap bulannya. Konten yang dibagikan akun ini berupa review tempat makan. Ini merupakan salah satu contoh menjadi content creator dengan menawarkan konten positif yang bersifat mengedukasi dan menghibur.



Gambar 1. Tangkapan Layar Akun Tiktok <https://www.tiktok.com/@mochabagas>
Sumber: Tiktok, 2023

Peserta didik SMK merupakan Generasi Z yang mendapat pendidikan vokasi, dimana mereka tidak hanya mendapat pengetahuan dan ilmu, namun juga mendapat keterampilan kerja. Peserta didik SMK sejak awal dipersiapkan untuk masuk ke dunia kerja sesuai dengan bidang keahliannya. Setelah mendapatkan keilmuan dasar sesuai dengan bidang, mereka menerapkan keilmuan tersebut pada

prakerin (praktek kerja industri) atau PKL (praktek Kerja lapang) di DUDI yang telah bekerja sama dengan sekolah.

Tujuan Prakerin/ PKL agar peserta didik dapat mengimplementasikan materi yang selama ini diperoleh di sekolah. Selain itu, peserta didik juga dapat berkomunikasi dan berinteraksi secara profesional di dunia usaha serta dapat menambah keterampilan, pengetahuan dan ide-ide seputar dunia usaha dunia industri (DUDI). Forma Digita, merupakan salah satu DUDI yang bekerja sama dengan beberapa SMK di Depok dan Jakarta Timur sebagai tempat Prakerin/ PKL bagi peserta didik SMK. Kegiatan prakerin yang dilakukan di Forma Digita sinkron dengan jurusan peserta didik, yaitu jurusan Multimedia dan Broadcasting. Selama prakerin/PKL kegiatan yang mereka lakukan adalah membuat konten yang akan diposting di sosial media Forma Digita. Membuat konten secara text, image, video dengan durasi pendek dan video dengan durasi panjang.

Bimbingan yang diberikan kepada peserta didik selama prakerin/ PKL adalah kewirausahaan. Menilik perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi saat ini, kewirausahaan online menjadi peluang besar bagi peserta program. Dimana didalamnya termasuk *mediapreneurship*. Sejalan dengan artikel (Powers, 2018) yang menyebutkan bahwa generasi Z mempunyai preferensi tersendiri dan memilih memulai usaha mereka sendiri.

Menjadi pembuat konten, tidak hanya membuat konten menjadi viral dan mendatangkan keuntungan secara financial. Diharapkan konten yang dibuat berisi hal-hal positif dan tidak merusak mentalitas dan moral Generasi Z yang mempengaruhi karakteristik generasi muda hingga menimbulkan perilaku tidak baik di kemudian hari. (Rahmawan et al., 2019) menjelaskan bahwa konten positif dipandang sebagai konten yang informatif dan bernilai guna. Artinya sebagai *content creator* benar-benar harus bijak dalam membuat dan menyebarkan konten ke berbagai platform yang tersedia.

Sebagai remaja generasi Z peserta didik SMK yang melaksanakan prakerin di Forma Digita mempunyai preferensi sendiri untuk memulai usaha, terutama sebagai pembuat konten atau *content creator*. Konten yang dibuat mempunyai nilai edukasi dan menghibur masyarakat.

Dibutuhkan pemahaman yang baik tentang proses dan tatacara dalam pembuatan konten serta *skill* yang diperlukan.

Tujuan pengabdian ini adalah bagaimana Peserta Didik SMK bisa menjadi *mediapreneurship* dalam hal ini menjadi *content creator* yang menghasilkan konten edukasi dan menghibur serta bernilai positif bagi kehidupan masyarakat.

METODE

Metode kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berupa ceramah interaktif tatap muka dengan *rundown* acara seperti pada tabel 1. Kegiatan ini menyasar Generasi Z Peserta Didik SMK yang melaksanakan Prakerin/ PKL di Forma Digita, Pasar Rebo, Jakarta Timur.

Tabel 1. Rencana Rundown Acara

Waktu (WIB)	Acara	Penanggung Jawab
08.00 – 09.00	Persiapan Kegiatan	Mahasiswa
09.00 – 10.00	Penyampaian materi	Pembicara & Moderator (Dosen)
10.00 – 10.45	Sesi Tanya Jawab	
10.45	Penutupan	Mahasiswa

Untuk mencapai kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang efektif dan tepat sasaran, dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- Rapat persiapan.
- Pembentukan tim dan rancangan tugas individu.
- Mempersiapkan materi dan rancangan anggaran.
- Melakukan observasi ke lapangan.
- Pelaksanaan kegiatan pengabdian.
- Evaluasi kegiatan.

Solusi untuk masalah ini adalah memahami bahwa dunia ada di tangan dan kesuksesan di masa depan bukan hanya tentang menjadi pekerja kantoran. Membuat konten untuk publik adalah cara untuk mendapatkan kesuksesan dan penghasilan besar. Selain itu memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada Generasi Z mengenai pentingnya memahami *mediapreneurship* dan *content creator*.

Materi yang diberikan kepada generasi Z ini adalah:

1. Mindset tentang *mediapreneurship* dan *content creator*.

Mediapreneurship merupakan wirausaha melalui aktivitas usaha di berbagai platform media online. *Content creator* ialah orang yg menghasilkan konten edukatif atau menghibursesuai impian audiens.

2. Penggunaan media sosial yang "sehat".

Menggunakan media sosial, seringkali menyita waktu, sehingga menjadi tidak produktif. Terapkan pada diri sendiri maksimal menggunakan media sosial selama 2 jam per hari. Lebih dari waktu yang ditentukan, lakukan aktivitas lain di luar rumah. Selain itu pilih konten yang akan "dikonsumsi". Pilih konten yang ermanfaat dan berdampak positif. Hati-hati upload sesuatu di media sosial.

3. Skill wajib yang dimiliki seorang *content creator*.

- a. Kemampuan riset.
- b. Manajemen waktu.
- c. SEO.
- d. *Copywriting* dan *content writing*.
- e. Fotografi atau videografi dan editing.

4. Cara Menjadi *Content creator* yang Sukses.

- a. Tentukan dan Pelajari Target Audiens.
- b. Buat Konten yang Berkualitas
- c. Selalu Update dengan Tren Terkini.
- d. Miliki Konsistensi yang Tinggi.

5. Tugas dan Tanggung Jawab *Content creator*.

- a. Membuat konten yang orisinal, kreatif, menarik, dan komunikatif
- b. Menguasai seluk-beluk platform digital
- c. Up to date
- d. Memiliki keterampilan membuat konten kreatif, baik secara teknismaupun konsep
- e. Riset konten
- f. Tanggung jawab atas konten yang dibuatnya
- g. Menjembatani antara perusahaan dan pasar
- h. Harus tahu produk atau tujuan perusahaan yang diwakilinya.

6. Prospek Kerja *Content creator*.

Saat ini, seorang *content creator* sangat dibutuhkan terutama di industri kreatif dan UMKM. Prospek kerja bisa menjadi youtuber, tiktoker, influencer, sosial media manager dan sebagainya. Menurut (Ernayani et al., 2023), menjadi *content creator* harus memiliki visi yang jelas tentang konten dan rencana produksi konten hingga mempromosikan konten. Dengan visi dan rencana yang jelas, diharapkan konten yang dibuat menjadi konten yang memiliki nilai edukasi dan hiburansehinga sesuai dengan target audience.

Dari kegiatan *Sharing knowledge* kepada masyarakat khususnya generasi Z peserta didik prakerin/ PKL, Pengabdian dapat menaikkan citra Universitas Mercubuana sebagai Universitas yang peduli terhadap generasi Z dan memfasilitasi preferensi *entreprenurship* yang dimiliki generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di awal pemaparan materi, peserta diperkenalkan dengan: Bijak menggunakan media sosial. Narasumber dalam hal ini dosen pelaksana pengabdian kepada masyarakat menjelaskan bahwa:

- Jarimu, Harimaumu. Apapun yang diketikkan, divideokan atau digambarkan di sosial media akan menjadi "harimau" yang berbalik menyerang, jika tidak hati-hati menggunakan jari tentang apa yang akan dilakukan di sosial media.
- Menjunjung tinggi etika dalam berkomunikasi. Peserta diharapkan untuk selalu menjunjung tinggi etika dalam membalas chat, komen maupun posting apapun di sosial media.

- Selektif dalam menyebarkan informasi. Tidak semua informasi yang diterima, harus disebarkan kembali. Terutama informasi yang tidak jelas sumbernya serta informasi yang akan menimbulkan konflik.
- Tidak menyebarkan informasi pribadi ke ranah publik. Dari hasil pantauan, seringkali generasi Z secara tidak langsung menyebarkan informasi ke ranah publik. Hal ini tidak sepatutnya dilakukan.
- Bijak dalam mengatur waktu online. Generasi Z yang tidak lepas dari gadget diajarkan untuk mengelola waktu dengan baik, sehingga tidak terus-terusan online.

Materi berikutnya adalah tentang Mindset *Mediapreneurship* Bagi Generasi Z. Apa itu *mediapreneurship* dan pengertian menjadi *content creator* sebagai bagian dari *mediapreneurship*. *Mediapreneurship* merupakan wirausaha melalui aktivitas usaha di berbagai platform media online. Penerbitan (publishing), penulisan (writing), percetakan (printing), serta pembinaan bidang penulisan, jurnalistik, blogging, content writing, dll. *Mediapreneur* mempunyai platform online seperti web show, podcast, blog, video blog, dan mereka memanfaatkannya untuk membantu orang dan membuat uang. *Content creator* ialah orang yg menghasilkan konten edukatif atau menghibur sesuai impian audiens. Konten yang dihasilkan berupa text, image maupun audio dan video. Konten-nya mampu dibagikan melalui media sosial yang ada: YouTube, Twitter, TikTok, Instagram, Facebook, atau blog.

Materi penting lainnya adalah Skill wajib yang dimiliki seorang *content creator*. Tanpa skill ini, *content creator* akan kesulitan dalam memproduksi dan menyebarkan konten.

- a. Kemampuan riset. Untuk membuat konten diperlukan riset dalam mengumpulkan informasi pendukung secara lengkap. Riset pula membantu *Content creator* memahami kondisi pasar, trend saat ini, serta kebutuhan audiens. Selain itu, juga menemukan inspirasi yang akan dijadikan konten.
- b. Manajemen waktu. Sebagai *content creator*, tidak hanya membuat satu konten dalam satu waktu dan tempat. Diperlukan kemampuan mengatur waktu yang baik untuk produksi dan edit semua konten sesuai jadwal yang ditentukan.
- c. SEO. Tidak hanya membuat konten yang berkualitas, *content creator* juga dituntut membuat konten yang mudah ditemukan audiens. Baik secara artikel, audiomaupun video.
- d. *Copywriting* dan *content writing*. Dalam pembuatan konten, diperlukan naskah, skrip, atau caption. Karena itu, kemampuan menulis seperti *copywriting* dan *content writing* perlu dikuasai.
- e. Fotografi atau videografi dan editing. Keterampilan ini adalah keterampilan dasar yg wajib dikuasai sang *content creator*.



Gambar 2. Penyampaian Materi.

Bahasan berikutnya adalah bagaimana cara menjadi *content creator* yang sukses. Berikut cara-cara yang bisa dilakukan

- a. Tentukan dan Pelajari Target Audiens. Menjadi *content creator* berarti bekerja dalam industri kreatif. Agar konten yang dibuat mampu menarik perhatian audiens, diperlukan pengetahuan

mengenai target audiens.

- b. Buat Konten yang Berkualitas tidak hanya secara isi konten, namun juga kualitas gambar, edit, suara dan sebagainya sehingga audiens menjadi nyaman dan ingin kembali mem membaca, melihat atau mendengar kembali konten lainnya.
- c. Selalu Update dengan Tren Terkini. Pengetahuan ini membantu creator dalam membuat konten viral. Kecenderungan audiens untuk mencari tahu trend kekinian melalauai konten yang diunggah ke media.
- d. Miliki Konsistensi yang Tinggi. Konsistensi yang tinggi mampu membuat kemampuan menciptakan konten yang bermanfaat untuk dikonsumsi khalayak umum. Tentunya dengan ide-ide baru yang berkesan.

Pada kesempatan ini, pengabdian juga memberikan materi mengenai tugas dan tanggung jawab *content creator*, yaitu:

- a. Membuat konten yang orisinal, kreatif, menarik, dan komunikatif
- b. Menguasai seluk-beluk platform digital
- c. Up to date
- d. Memiliki keterampilan membuat konten kreatif, baik secara teknismaupun konsep
- e. Riset konten
- f. Tanggung jawab atas konten yang dibuatnya
- g. Menjembatani antara perusahaan dan pasar
- h. Harus tahu produk atau tujuan perusahaan yang diwakilinya

Pada akhirnya, pengabdian menjelaskan tentang prospek kerja *content creator*. Saat ini, seorang *content creator* sangat dibutuhkan terutama di industri kreatif dan UMKM. Prospek kerja bisa menjadi youtuber, tiktoker, influencer, sosial media manager dan sebagainya. Kompetensi yang diharapkan setelah pengabdian ini adalah agar pengetahuan dan pemahaman para Generasi Z meningkat tentang *mediapreneurship* dan *content creator*. Mereka dapat memahami dan membuat konten dengan lebih baik dan mengunggah pada berbagai platform digital media sosial.

Sebelum dan setelah pemaparan materi dan tanya jawab, peserta diberikan formulir yang berisi pertanyaan:

1. Apa yang diketahui tentang *Content creator*
2. Apa yang diketahui tentang Penggunaan media sosial yang "sehat".
3. Apa yang diketahui tentang Skill wajib yang dimiliki seorang *content creator*.
4. Apa yang diketahui tentang Cara Menjadi *Content creator* yang Sukses.
5. Apa yang diketahui tentang Tugas dan Tanggung Jawab *Content creator*.
6. Apa yang diketahui tentang Prospek Kerja *Content creator*.

Di akhir kegiatan terlihat peserta mendapatkan pengetahuan lebih mengenai *mediapreneurship* dan *content creator*. Hal ini menjadikan salah satu luaran dari kegiatan ini tercapai, yaitu terjadi peningkatan intelektual peserta kegiatan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan topik bahasan *MEDIAPRENEURSHIP BAGI GENERASI Z* telah selesai dilaksanakan secara offline kantor Forma Digita, Pasar Rebo, Jakarta Timur. Permasalahan yang dihadapi Generasi Z peserat didik SMK adalah bagaimana menjadi *mediapreneurship* dalam hal ini menjadi conten creator yang menghasilkan konten edukasi dan menghibur serta menilai positif bagi kehidupan masyarakat.

Solusi dari permasalahan yang dihadapi sejalan dengan tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat yaitu: memberikan pemahaman bahwa dunia saat ini berada dalam genggaman tangan, untuk meraih kesuksesan dan masa depan yang cerah bukan hanya menjadi pekerja yang menghabiskan waktunya di kantor atau tempat lainnya. Membuat konten yang dapat menjadi konsumsi publik saat ini juga merupakan jalan untuk mencapai kesuksesan dan penghasilan yang besar.

Materi yang diberikan kepada generasi Z adalah: Mindset tentang *mediapreneurship* dan *content creator*; Penggunaan media sosial yang "sehat"; Skill wajib yang dimiliki seorang *content*

creator; Cara Menjadi *Content creator* yang Sukses; Tugas dan Tanggung Jawab *Content creator*; Prospek Kerja *Content creator*. Dari kegiatan *Sharing knowledge* kepada masyarakat khususnya generasi Z peserta didik prakerin/ PKL, Pengabdian dapat menaikkan citra Universitas Mercubuana sebagai Universitas yang peduli terhadap generasi Z dan memfasilitasi preferensi *entrepreneurship* yang dimiliki generasi Z.

SARAN

Dalam meningkatkan preferensi *entrepreneurship* pada generasi Z, kegiatan serupa sebaiknya lebih sering diadakan dan dengan meningkatkan jumlah khalayak sasaran. Bekerja sama dengan SMA dan SMK lainnya yang ada di Jakarta. Mengingat *mediapreneurship* dan *content creator* menjadi ``karir`` yang sangat menjanjikan di masa depan. Pembuatan konten menghasilkan banyak aliran pendapatan. Permintaan konten terus menerus tanpa henti baik dari masyarakat umum maupun pemilik merk yang ingin bekerja sama dengan *content creator* dalam memasarkan produk mereka. Selain itu *content creator* juga membentuk personal branding melalui konten-konten yang bermanfaat dan menghibur yang mereka buat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Forma Digita sebagai tempat pelaksanaan kegiatan, Peserta Didik SMK dan Guru Taruna Bhakti, Depok dan SMKN 67 Jakarta serta seluruh dosen dan mahasiswa Universitas Mercu Buana yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Briandana, R, Putra, Y.M, Wardani,L.M.I. 2021. *Mediapreneurship As A Business Opportunity For Youth In The Tangerang City*. Proceeding. International Conference On Community Development (ICCD) 2021. 1 (3). P 112-116. DOI: <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.313>
- Caprino, Kathy. 2013. Six Things 'Mediapreneurs' Must Do To Succeed. Diunduh dari <https://www.forbes.com/sites/kathycaprino/2013/04/11/the-rise-to-the-tops-david-siteman-garland-on-6-things-mediapreneurs-must-do-to-succeed/?sh=518ff834bdf9> tanggal 20 Januari 2023.
- Ernayani, R., Hamzah, A., Lapoliwa, G.E.S. 2023. Business and Entrepreneur Context of *Content creator*. Jurnal Komunikasi Profesional. (7) 1. e-ISSN: 2579-9371, URL: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>. DOI: <https://doi.org/10.25139/jkp.v7i2> .
- Meola, Andrew. 2023. Generation Z News: Latest characteristics, research, and facts. Retrieved Januari 20, 2023, from <https://www.insiderintelligence.com/insights/generation-z-facts/>
- Powers, Anna. 2018. Why Gen-Z Talent Is More Likely To Pursue Entrepreneurship. Diunduh dari <https://www.forbes.com/sites/annapowers/2018/07/31/why-gen-z-talent-is-more-likely-to-pursue-entrepreneurship/?sh=792e7a677822>. Tanggal 20 Januari 2023
- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., & Firdaus, M. (2019). Generasi Z Sebagai Wirausaha. *Osf*, 4. <https://doi.org/10.31227/osf.io/4m7kz>
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Anisa, R. (2019). Pengembangan konten positif sebagai bagian dari gerakan literasi digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 31–43. DOI : <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i1.20575>.