

## MEDIA SOSIAL BROADCAST SEBAGAI MULTIMEDIA TERINTEGRASI INDUSTRI KREATIF BAGI DIGITAL NATIVE GENERASI Z

Oleh:

<sup>1</sup>Eko Hadi Prayitno, <sup>2</sup>Nurul Giswi Karomah, <sup>3</sup>Badriyah

<sup>1</sup>Manajemen Informatika Politeknik LP3I Jakarta  
Gedung Sentra Kramat Raya No.7-9 Jakarta Pusat 10450  
Telp 021-31904598 Fax: 31904599

<sup>2</sup>Administasi Bisnis Politeknik LP3I Jakarta  
Gedung Sentra Kramat Raya No.7-9 Jakarta Pusat 10450  
Telp 021-31904598 Fax: 31904599

<sup>3</sup>Hubungan Masyarakat Politeknik LP3I Jakarta  
Gedung Sentra Kramat Raya No.7-9 Jakarta Pusat 10450  
Telp 021-31904598 Fax: 31904599

Email: <sup>1</sup>journalkohadi@gmail.com, <sup>2</sup>nurulgiswi@gmail.com, <sup>3</sup>badriyah\_lp3i@yahoo.co.id

---

### ABSTRACT

*This study aims to determine the Z generation digital native of Instagram social media account owners with public features that have a tendency to develop integrated account owners, through the use of multimedia broadcasts and the potential to promote visual works in the creative industry. The data collection period was observed by observing the posting of the respondent's portfolio on the feed from May - September 2020. The research design was correlational quantitative research between the Characteristics of Generation Z (X1), Social Media Broadcast (X2) and Creative Industry Integrated Development Multimedia (Y) variables. The purpose of this study was to determine the relationship between the ability of Generation Z Characteristics in processing learning outcomes with the use of social media. Broadcast is integrated into a part of promoting portfolios in Creative Industry Integrated Development. Research data from a population of 180, of which there are 91 generation Z, and 20 accounts with Digital Native characteristics with public settings, taken as the research sample. The results obtained 1) Generation Z tends to have Digital Native Characteristics obtained as much as 84%, 2) Generation Z tends to have digital native characteristics that carry out the activity of Social Media Broadcast as much as 84%, 3) There is a native digital indicator of Generation Z doing Integrated Creative Industry Development for 88%. 4) Producing an accredited national publication research journal indexed.*

**Keywords:** *Sosial Media broadcast, Multimedia, Creative Industry, Digital Native, Z Generation*

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *digital native* generasi Z pemilik akun media sosial Instagram dengan fitur public yang memiliki kecenderungan pengembangan pemilik akun terintegrasi, melalui pemanfaatan multimedia *broadcast* dan berpotensi mempromosikan karya visual pada industri kreatif. Periode pengambilan data dengan mengamati posting portofolio responden pada feed sejak Mei – September 2020. Desain

penelitian dengan penelitian kuantitatif korelasional antara variable Karakteristik Generasi Z ( $X_1$ ), Media Sosial Broadcast ( $X_2$ ) dan variable Multimedia Pengembangan Terintegrasi Industri Kreatif (Y). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan kemampuan Karakteristik Generasi Z dalam mengolah karya hasil belajar dengan pemanfaatan media sosial Broadcast diintegrasikan menjadi bagian mempromosikan portofolio pada Pengembangan Terintegrasi Industri Kreatif. Data penelitian dari populasi sebanyak 180, yang merupakan generasi Z ada sebanyak 91, dan yang memiliki karakteristik Digital Native sebanyak 20 akun dengan setting public, diambil sebagai sampel penelitian. Hasil Penelitian diperoleh 1) Generasi Z berkecenderungan memiliki Karakteristik Digital Native diperoleh sebanyak 84%, 2) Generasi Z berkecenderungan memiliki karakteristik digital native yang melakukan keaktifan Media Sosial Broadcast sebanyak 84 %, 3) Terdapat indicator digital native generasi Z melakukan Pengembangan Terintegrasi Industri Kreatif sebesar 88%. 4) Membuat luaran jurnal penelitian publikasi nasional berakreditasi.

**Kata kunci :** *Media Sosial broadcast, Multimedia, Industri Kreatif, Digital Native, Generasi Z*

---

## **Pendahuluan**

Pusat Penelitian Media (2009) di Amerika Serikat, akun jejaring sosial dihabiskan sebanyak 11% dari seluruh waktu yang dihabiskan saat pengguna sedang online, dan ini adalah salah satu kegiatan yang paling menarik di seluruh web (Graham & Avery, 2013).

Penggunaan media sosial dikalangan generasi Z menjadi topik yang sangat digandrungi, saat ini adalah Instagram. Instagram didirikan pada tahun 2010. Ini adalah aplikasi mobile untuk Smartphone yang tersedia secara gratis di Application Store (App Store) dan Google Play (Bergstrom & Backman, 2013) dalam Farhatiningsih (2018). Menjadi terutama aplikasi berbagi foto, Instagram telah unggul sebagai alat komunikasi dan pemasaran yang efektif untuk menampilkan produk dengan deskripsi visual (Ting, Ming, Run, & Choo, 2015). Oleh karena itu, instagram menjadi platform jejaring sosial yang bermanfaat secara instan bagi individu dan perusahaan.

Koefisien pengelompokan untuk instagram serta pengguna yang melakukan geolocation sharing jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pengguna Twitter (Manikonda, Hu, & Kambhampati, 2014). Dalam Farhatiningsih (2018;2). Informasi dan komunikasi menjadi entitas yang

penting dari media social. Karena di media social pengguna dapat mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi (Nasrullah, 2015;19) dalam Gumilar (2015:78).

Media social ini membuat pengguna dapat saling berinteraksi dan bertukar informasi dengan semua orang yang juga menggunakan dan memiliki akun media tersebut. Perkembangan media social saat ini dikembangkan dan dimanfaatkan juga untuk segala lini kehidupan masyarakat, diantaranya pembelajaran, bisnis dan kreatifitas lainnya, yang terkadang menjadi wadah berpromosi baik dengan kesengajaan maupun ketidak-sengajaan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Media Sosial Broadcast**

Media sosial adalah salah satu istilah yang memiliki banyak arti hingga saat ini, dan juga definisinya yang tidak persis sama. Safko menjelaskan bahwa media sosial mengacu pada serangkaian kegiatan dan perilaku komunitas dimana orang berkumpul secara daring untuk berbagi informasi, pengetahuan dan opini dengan menggunakan media percakapan (conversational media).

Media percakapan sendiri merupakan sebuah aplikasi berbasis web yang membuat produksi dan transmisi konten berbentuk kata-kata, gambar, video dan audio menjadi mungkin dan mudah (Safko & Brake, 2009 ;p.6) Rulli Nasrullah dalam bukunya Media Sosial: Perspektif, Budaya, dan Sioteknologi (2015, hal 11), memaparkan beberapa definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian, antara lain: 1. Menurut Mandiberg (2012), media sosial adalah media yang mawadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (user-generated content). 2. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerjasama (to cooperate) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar institusional maupun organisasi. 3. Media sosial adalah domain yang bergerak cepat dan kuat (Kaplan & Haenlein, 2010). Connie M White (2012) mendefinisikan media sosial adalah bentuk komunikasi elektronik di mana pengguna membuat komunitas online untuk berbagi informasi, ide, pesan pribadi, dan konten lainnya (White, 2012). 4. Media sosial memfasilitasi masyarakat untuk dapat saling terhubung satu sama lain menggunakan Internet dan sejumlah layanan. Informasi yang terdapat di media sosial dapat dipertukarkan, dikumpulkan, dikumpulkan, dan disebarluaskan dalam hitungan detik (White, 2012).

Hal tersebut didukung pula oleh berbagai aplikasi yang mendukung jaringan sosial online bernama media sosial tersebut (White, 2012). Jejaring sosial didefinisikan sebagai – tautan dari orang ke orang lain, kelompok, atau kepada suatu objek informasi. Objek semacam itu bisa berupa pesan, foto, video, posting dinding, pemberitahuan, aktivitas saat ini, acara, widget, dll. Tautan dapat dibuat oleh suatu tim atau oleh pengguna itu sendiri (White, dkk., 2009).

White (2012) juga menambahkan bahwa media sosial menyediakan cara gratis dan mudah untuk menyebarluaskan informasi dalam jumlah besar ke kelompok besar orang dengan sangat singkat dan efisien. Farhatiningsih (2018:5)

Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. 5. Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (to be shared one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa kekhususan individu.

### **Multimedia**

Tingginya kualitas pengajaran dan pembelajaran tergantung pada komponen-komponen pembelajaran yang bekerja di dalamnya. “Komponen dalam pembelajaran dapat berupa tujuan, bahan pelajaran, kegiatan belajar mengajar, metode, alat, sumber pelajaran, dan evaluasi (Djamarah, 2010:41)” dalam Pariaman Nababan (2014:9).

Komponen-komponen pembelajaran tersebut apabila saling bekerjasama akan dapat mendukung proses pembelajaran secara baik, dan dapat membuat pembelajaran berkualitas sehingga memperoleh hasil optimal dalam belajar. Selain komponen-komponen tersebut, hasil belajar peserta didik dapat dipengaruhi juga dengan media pembelajaran.

Gagne dan Briggs (dalam Arsyad, 2011:4) mengemukakan bahwa media pembelajaran meliputi alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi pembelajaran yang terdiri dari buku, tape-recorder, kaset, video kamera, video recorder, film, slide (gambar bingkai), foto, gambar, grafik, televisi dan komputer, Sedangkan menurut Munadi (2008:7) Media pembelajaran adalah segala sesuatu yang dapat menyampaikan dan menyalurkan pesan

dari sumber terencana sehingga tercipta lingkungan belajar yang kondusif dan proses secara efisien dan efektif.

Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang media pembelajaran, yang saat ini sudah menjadi kebutuhan dengan pemanfaatan multimedia interaktif dimana generasi Z lebih dekat dengan media tersebut dibandingkan dengan media komunikasi yang lain. Multimedia interaktif merupakan kumpulan dari berbagai media seperti teks, gambar, audio, video dan animasi yang bersifat interaktif yang digunakan untuk menyampaikan informasi.

Invers & Ann (2010;2) dalam Nopriyanti (2015;224) menyampaikan “multimedia is the use of several media to present information. Combinations may include text, graphics, animatios pictures, video and sound”. Multimedia adalah penggunaan beberapa media untuk menyajikan informasi. Kombinasi ini dapat berisi teks, graphic, animasi, gambar, video dan suara. Teknologi saat ini memungkinkan pebelajar untuk mengintegrasikan dan mengkombinasikan dan berinteraksi aktif dengan media yang jauh melampaui apa yang dulu sudah ada. Kemudian Vaugan (2011;1) menjelaskan “multimedia is any combination of text, art, sound, animation, and video delivered or digitally manipulated means” multimedia yaitu kombinasi teks, seni, suara, animasi dan video yang dikirimkan oleh computer atau sarana elektronik lainnya atau digital dimanipulasi. Multimedia dibagi beberapa kategori (Munir 2013;3-4) yaitu multimedia yang berbentuk nertwork-online (internet), dan multimedia offline/stand alone (tradisional).

### **Industri Kreatif**

Salah satu sector industry yang sekarang sedang ramai diminati yaitu sector industry kreatif. Sektor industrial yang

berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut yaitu Industri kreatif. Ekonomi kreatif mengharapkan perkembangan industri di Indonesia yang dulunya didominasi oleh bidang tambang dan migas bisa beralih ke sektor industri alternatif yang berasal dari sumber terbarukan, yaitu seni atau bahkan desain, dan lebih focus menciptakan daya kreasi masyarakat Indonesia.

Departemen Perdagangan RI tahun 2008 sudah memetakan 14 sektor industri kreatif terdiri dari : 1) Periklanan (advertising): 2) Arsitektur 3) Pasar Barang Seni 4) Kerajinan (craft) 5) Desain 6) Fesyen (fashion) 7) Video, Film dan Fotografi 8) Permainan Interaktif (game) 9) Musik 10) Seni Pertunjukan (showbiz) 11) Penerbitan dan Percetakan 12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak (software) 13) Televisi & Radio (broadcasting).

### **Generasi Z Digital Native**

Generasi Z merupakan generasi setelah generasi y, yang didefinisikan sebagai orang-orang yang lahir dalam rentang tahun kelahiran 1998 sampai 2010. (Wikipedia.org). Penelitian Rastati (2018:61) menyampaikan bahwa pada tahun 2017 pengguna internet di Indonesia mayoritas berusia 19-34 tahun yaitu sebanyak 49,52% (APJI, 2017).

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa hampir sebagian pengguna internet di Indonesia adalah digital natives atau penutur asli teknologi digital yaitu orang-orang yang lahir diatas tahun 1980: Generasi Y (1980- 1995) dan Generasi Z (1996-2009). Penelitian ini difokuskan kepada Generasi Z karena generasi ini dianggap sebagai sebenar-benarnya generasi internet.

Generasi Z lahir disaat teknologi tersebut sudah tersedia, berbeda halnya dengan Generasi Y yang masih mengalami

peralihan teknologi hingga menuju internet. Prensky (2001) dalam Rastati (2018:62) menyatakan bahwa secara garis besar pengguna internet terbagi menjadi dua kelompok yaitu digital natives dan digital immigrants. Digital natives adalah generasi atau orang-orang yang lahir sebelum teknologi ditemukan. Mereka adalah penutur asli teknologi yang mampu menggunakan teknologi sama alaminya dengan bernafas (Tapscott, 2013) dalam Salam (2020:22).

Digital immigrants adalah generasi yang lahir setelah teknologi ditemukan. Mereka adalah generasi yang terpesona oleh internet sekaligus mengadopsinya dalam berbagai aspek (Prensky, 2001). Dapat dikatakan bahwa digital native adalah generasi internet (Farhatiningsih 2018:63). Generasi yang terbagi menjadi dua generasi yaitu generasi Y (generasi milenials) dan generasi Z. Karakteristik generasi Z menurut Grail Research (2011) dalam Rastati (2018), adalah generasi pertama yang sebenar-benarnya generasi internet. Jika generasi sebelumnya yaitu generasi Y mengalami transisi teknologi hingga menuju internet, maka generasi Z lahir ketika teknologi tersebut sudah tersedia.

Hasil penelitian sebelumnya, Ni Made Kania Indriani Putri (2016) Penggunaan audio visual broadcast sebagai bentuk inovasi dalam media promosi yang terintegrasi bagi dunia industri memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. seperti yang dikemukakan Davis 1989 (dalam Ni made Kania I P, 2016), menegaskan bahwa usefulness (manfaat) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut, dengan kata lain pemanfaatan teknologi (media sosial broadcast) yang ada adalah berguna dalam rangka meningkatkan produktivitas pemakai. Fakta bahwa keterampilan dalam membuat karya yang kemudian dipromosikan melalui media sosial broadcast diperlukan

sebagai upaya promosi menjadi hal yang harus dikembangkan sebagai bentuk inovasi. Untuk itu perlu ada cara-cara baru dalam proses pembelajaran baru dengan pendekatan sistem informasi, melalui *media sosial broadcast* bagi *digital native*, dan mereka akan menunjukkan aktualisasi diri dalam kemampuan desain visual sehingga potensi diri dapat dieksplorasi ke khalayak dan kepercayaan diri dapat tercipta dan mampu menjadi bagian dari industri kreatif.

Media Promosi merupakan salah satu penunjang yang sangat penting dalam memberikan informasi kekuatan dan kelemahan produk yang akan dipasarkan. Seiring perkembangan dunia digital media promosi semakin memperluas media teknologi yang digunakan, bukan hanya terbatas pada media cetak, tv, radio, maupun *billboard* melainkan sosial media di dunia maya ikut berperan aktif dalam promosi ini.

Pendidikan menjadi salah satu indikator dalam menentukan indeks pembangunan manusia di suatu negara. Pendidikan di Indonesia telah mengalami perkembangan dari waktu ke waktu dari seluruh aspek pembelajaran, dimulai dari fasilitas, sarana, media pembelajaran, teknologi pendidikan, teknologi informasi, maupun dari tenaga pengajar. Dalam rangka menghadapi era global yang kompetitif dan inovatif, maka pembelajaran dituntut untuk mengembangkan sikap inovatif dan harus meningkatkan kualitas. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk Pendidikan dapat diterapkan dalam berbagai bentuk sesuai dengan fungsinya dalam Pendidikan, fungsi teknologi informasi dan komunikasi dalam Pendidikan dapat dibagi menjadi tujuh fungsi (Yusuf Hadi Miarso dalam Indrajid 2004:302-303), yaitu 1) Gudang ilmu, 2) alat bantu belajar, 3) fasilitas Pendidikan, 4) standar kompetensi, 5) penunjang administrasi, 6) alat bantu manajemen sekolah, 7) infrastruktur pendidikan.

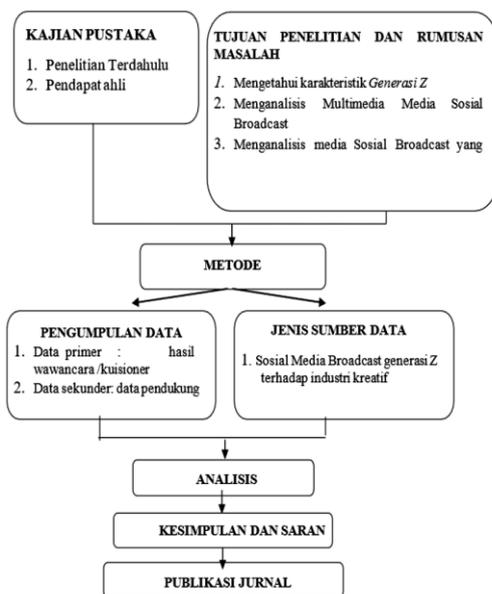
Strategi pembelajaran multimedia dalam mempromosikan kemampuan diri dengan pemanfaatan media *sosial broadcast* bagi digital native generasi Z. salah satu upaya meningkatkan dan memfasilitasi pembelajaran terintegrasi dengan siswa untuk dapat membuat broadcast di sosial media yang dapat membantu proses pembelajaran menjadi lebih mudah, cepat, menarik, mengarahkan diri dan memastikan peningkatan kompetensi dan kinerja dibidang desain komunikasi visual. Kemampuan membuat media sosial broadcast dapat membantu mereka dalam stragei promosi produk yang ada.

## METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian Kuantitatif korelasional untuk mengukur karakteristik variabel *Generasi Z* ( $X_1$ ) dan Media Sosial *Broadcast* ( $X_2$ ) terhadap Pengembangan Industri Kreatif ( $Y$ ).

### Bagan Alur Metode Penelitian

Media Sosial Broadcast Sebagai Multimedia Pengembangan Terintegrasi Industri Kreatif bagi Digital Native Generasi Z



Gambar 1.  
Bagan Alur Metode Penelitian

## Jenis Data dan Sumber Data

Segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data disebut sumber data. Berdasarkan dari sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti yang berasal dari sumber asli berupa wawancara, opini orang secara individu maupun kelompok, atau hasil observasi dari suatu subyek.

Data primer pada penelitian ini adalah akun Instagram generasi Z yang memiliki sikap digital native fotografi, yang berkecenderungan membagikan postingan di feed instagram, dengan fitur public sebanyak 20 akun. Sedangkan data sekunder merupakan data pendukung yang dikumpulkan dalam rangka menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, yang termasuk data sekunder pada penelitian ini adalah artikel ilmiah, data dari Kominfo.

Lokasi survey penelitian ini adalah 2 (dua) universitas yang ada di DKI Jakarta Subyek penelitian adalah mahasiswa Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni UNJ, kampus Politeknik LP3I Jakarta, jurusan Multimedia Komunikasi Visual. Mahasiswa yang dijadikan sampel adalah mahasiswa Digital Native yang aktif menggunakan sosial media dan mengunggah karya kreatif desain dalam wilayah industri kreatif, pada media social Instagram dengan fitur public.

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu:

1) Variabel bebas (*independence variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan, variabel ini dinotasikan dengan simbol X. Variabel bebas pada penelitian ini adalah karakteristik *Generasi Z* dan Media Sosial *Broadcast*

2) Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi faktor lain, variabel ini dinotasikan dengan simbol Y. variabel terikat pada penelitian ini adalah Pengembangan Industri Kreatif

## HASIL PENELITIAN

Mempertimbangkan setiap faktor pada skala rating karena pentingnya untuk situasi menganalisis, menggunakan kunci yang disediakan. Bila telah menyelesaikan bentuk analisis media, penghitungan jumlah kejadian dari masing-masing media peringkat sebagai 4 atau 5 dan mencatat nomor ini di kolom kejadian tinggi pada lembar ringkasan analisis media

Skala penilaian yang digunakan pada masing-masing kuisisioner untuk menguji media pembelajaran berbasis multimedia interaktif terdiri dari empat skala berdasarkan pada skala Likert yakni :

Tabel 1.  
Skala Empat

SKALA EMPAT	
Skor 4	Sangat Setuju
Skor 3	Setuju
Skor 2	Kurang Setuju
Skor 1	Tidak Setuju

Analisis instrument penelitian, yaitu dengan melakukan uji instrumen yang meliputi observasi pada kuesioner dengan menggunakan Skala empat (*Skala Likert*). Kemudian dari hasil kuesioner dan kisi-kisi observasi akan dihitung berdasarkan instrumen yang telah dibuat dari beberapa indikator terkait penggunaan sosial media untuk broadcast dalam wilayah industri kreatif

Tabel 2.  
Variabel X1

Variabel	Karakteristik Digital Native Gen Z				
Indikator	Intensitas Sosial Media				82
item pernyataan	Q1	81,25			
	Q2	80			
	Q3	81			
	Q4	80			
	Q5	89			
Indikator	Kegiatan Berkarya				85
Item pernyataan	Q6	81			
	Q7	86			
	Q8	89			
	Q9	83			

Tabel 3.  
Variabel X2

Variabel	Media Sosial Broadcast				
Indikator	Struktur Visual				
item pernyataan	Q26	81,25			81
Indikator	Tingkat daya tarik pesan				
item pernyataan	Q27	85			85
Indikator	Gaya pesan Visual				
item pernyataan	Q28	85			85
Indikator	Kejelasan dalam penyampaian informasi				
item pernyataan	Q29	82,5			83
Indikator	Respon teman sejawat di sosial media				
item pernyataan	Q30	83,75			84

Tabel 4.  
Variabel Y

variabel	Pengembangan Terintegrasi Industri Kreatif				
Indikator	Originalitas karya Kreatif				82
item pernyataan	Q10	81			
	Q11	80			
	Q12	84			
	Q13	84			
Indikator	Peningkatan Kemampuan karya				87
item pernyataan	Q14	90			
	Q15	81			
	Q16	85			
	Q17	84			
	Q18	93			
Indikator	Inovasi Produk Karya				87
item pernyataan	Q19	88			
	Q20	90			
	Q21	86			
	Q22	84			
	Q23	89			
Indikator	Bentukan Media				94
item pernyataan	Q24	93			
	Q25	96,25			

### Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Sampling diambil secara kebetulan (*accidental sampling*). Teknik

penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, yang berarti siapa pun yang secara tidak sengaja bertemu dengan karakteristiknya maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden).

### Metode Analisa Data Dan Uji Instrument Pakar

Instrument yang digunakan sudah melalui uji pakar media social dan mendapat persetujuan untuk dilakukan lanjutan pengambilan data. Analisis instrument penelitian, yaitu dengan melakukan uji instrumen yang meliputi observasi pada kuesioner dengan menggunakan Skala empat. Kemudian dari hasil kuesioner dan kisi-kisi observasi akan dihitung berdasarkan instrumen yang telah dibuat dari beberapa indikator terkait penggunaan sosial media untuk broadcast dalam wilayah industri kreatif.

### PENUTUP

Dari hasil penilaian terhadap 20 sample yang terdiri dari generasi z dan dikategorikan sebagai digital native di akun sosial media Instagram diperoleh kecenderungan hasil dari setiap postingan yang menunjukkan integrasi hasil dua variabel **Karakteristik Digital Native Generasi Z sebanyak 84%**, dan digital native ini memiliki keaktifan **Media Sosial Broadcast sebanyak 84 %** sehingga dari hasil penilaian sesuai dengan beberapa indicator menunjukkan adanya usaha dari digital native generasi Z ini untuk melakukan **Pengembangan Terintegrasi Industri Kreatif 88%**.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arcanggih, Junay Diaz, Kertahadi, Riyadi. "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Promosi dan Penjualan secara Elektronik, studi Kasus Pada Toko Jumbo Cell Bangil". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) VO. 14. No. 1 September 2014. Universitas Brawijaya.*
- Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Farhatingsih, Optimalisasi Penggunaan Instagram Dalam Praktik Kehumasan Pemerintah" *Jurnal Diakom Volume 1 Nomor 1, September 2018, Jakarta*
- Graham, M., & Avery, E. J. (2013). *Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local Government Level*. *Public Relations Journal*, 7
- Gumilar, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung" *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Volume V No. 2/ Desember 2015*
- Ibrahim, A. 2010. "Migrasi Data". *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. "Migrasi". <http://kbbi.web.id/migrasi> (diakses pada 28 Februari 2015).
- Indrajit, Richardus Eko, *Arsitektur Sekolah Modern Indonesia*, Presentasi Sajjian. (2004)
- Kl, Keller dan Kotler P. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2009
- Kristiyono, Agus & Ratu, Novita.(2012). "Students' Achievement in Mathematics Using Interactive CD on Learning Function - Case Study in SMK PGRI 02 Salatiga". *"International Seminar Faculty of Teacher Training and Education Satya Wacana Christian University"*, Salatiga. ISBN: 978-979-1098-07-13.
- Lawrence, Heshium and Miller, Mark.(2014). "A Historical Perspective Of The Evolution Of Technology Education". *"International Journal on Integrating Technology in Education (IJITE)"*, Vol.3, No.2.
- Lee, William W. and Diana L. Owens, "Multimedia-Based Instructional design: computer-based training, web-based training, distance broadcast training, performance-based solution", *e-book*, UK: Pfeiffer, 2004.
- Malik, S & Agarwal, A.(2012). "Use of Multimedia as a New Educational Technology Tool—A Study". *"International Journal of Information and Education Technology"*, Vol. 2, No. 5, October 2012.
- Munadi, Yudhi. *Media Pembelajaran; Sebuah Pendekatan Baru*, Gaung Persada Press: Ciputat. 2008
- Munir. *Multimedia konsep dan aplikasi dalam pendidikan*. Bandung: Alfabeta. 2013
- Nababan, Pariaman. "Upaya Meningkatkan Motivasi Belajar Mata Pelajaran Menguasi Alat Ukur Listrik dan Elektronika Pada Sisa X L.A. (Electricity) SMKN 3 Sorong tahun Pelajaran 2014/2015". *Jurnal Pendidikan*, Vol. 4. No. 1. Januari 2016. ISSN : 2337-7607: EISSN: 2337-7593.

- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif, Budaya, dan Sosioteknologi* (2015, hal 11)
- Nopriyanti, Putu Sudira. “*Pengembangan Multimedia Pembelajaran Interaktif Kompetensi Dasar Pemasangan Sistem Penerangan dan Writing Kelistrikan di SMK*”. *Jurnal Pendidikan Vokasi*. Vol 5, Nomor 2, Juni 2015
- Novita, Rita; Zulkardi; & Hartono, Yusuf. (2012). “Exploring Primary Student’s Problem-Solving Ability by Doing Task Like PISA’s Question”. *IndoMS. J.M.E*: Vol. 3, No.2, July 2012, pp. 133 – 150.
- Nugraha, D. W.. “Integrasi Data (Data Integration)”. <http://teknikelektroteknologiinformasi.blogspot.com/2011/12/integrasi-data-data-integration.html> (diakses pada 28 Februari 2015).
- Nusir, Saswan; dkk.(2010).”Designing an Interactive Multimedia Learning System for the Children of Primary Schools in Jordan”. “*Learning Environments and Ecosystems in Engineering Education*”,(EDUCON) , April 4 - 6.
- Owolabi J. And Dahunsi O.R . “*A Study of the Interaction Between Computer- Related Factors and Anxiety in a Computerized Testing Situation (A Case Study of National Open*. 2014
- Pratama, I P. A. E... “*Smart City Beserta Cloud Computing*”. Bandung : Informatika Bandung. 2014
- Pratikto, Riyodina G., Shinta Kristanty. *Literasi Media Digital Generasi Z (studi Kasus Pda remaja Social Networking Addiction di Jakarta)*.
- Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur. Jakarta.
- Putri, Ni Made Kania Indriani, & Ni wayan Sri Suprapti. “*Aplikasi Model TAM dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar*” E- jurnal Manajemen Unud, Vol 5. No.4, 2016, hal. 2341-2368, ISSN 2302-8912.
- Rastati, Rani “*Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta* “*Jurnal Teknologi Pendidikan*, Kwangsan Vol: 06/01 Juni 2018/hal: 01 – 106
- Safko, Lon, david K. Brake. *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. 2009
- Devi, Oryza. “*Personal Branding Digial Natives di era Komunikasi Media Baru*”. *Jurnal BECOSS*, Vol 2, No.1, Januari 2020: 19-30, e-ISSN: 2686-2557
- Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2018.
- Ting, Ming, Run, & Choo.; *Belief about the Use of Instagram: En Exploratory Study. International Journal of Business Innovation and Research* 2(2):15-31. January 2015
- University, Nigeria)”. “*International Journal on Integrating Technology in Education (IJITE)*” Vol.3, No.1.
- Vaugan, T. (2011) *Multimedia: making it work. Eighth Edition*. New York: Technology Education Mac Graw Hill
- Widyaningsih, Vika. “*Pembangunan Website E-Commerce pada Toko Pelangi Baby Shop*” *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (Komputa)*. Universitas Komputer Indonesia.

2013.

**Sumber Lain:**

Anonim. 2014 “Smart City, Konsep Kota Cerdas Sebagai Alternatif”.  
<http://portal.paseban.com/news/158601/smart-city-konsep-kota-cerdas> (diakses pada 01 Februari 2015).

Anonim.”Smart city – through intelligent automated infrastructure”.  
<http://www.siemens.com/digitalization/smart-city.html> (diakses pada 01 Februari 2015).

Artikata.”Definisi Integrasi”.<http://www.artikata.com/arti-330868-integrasi.html> (diakses pada 28 Februari 2015).

<http://bisnisukm.com/mengenal-industri-kreatif-di-indonesia.html> (diakses pada 3 Desember 2020)

<http://ekonomi-kreatif.blogspot.com/2008/11/14-sub-sektor-industri-kreatif.html>

<http://www.pengertianpakar.com/2014/10/pengertian-sistem-menurut-para-pakar.html> (diakses pada 01 Februari 2015).

<http://www2.apeksi.or.id/website/index.php/direktori-directory/12-berita/nasional/785-kota-cerdas-smart-city> (diakses pada 01 Februari 2015).

<https://visilubai.wordpress.com/2010/04/27/migrasi-data/>(unduh 01 Februari 2015)

OECD.(2015). *Pisa 2015 Released Field Trial Cognitive Items*. ETs: OECD, <http://www.oecd.org/>

Umam 2010. “Konsep Integrasi Sistem”.  
<https://umam271089.wordpress.com/2010/11/01/konsep-integrasi-sistem/> (diakses pada 01 Februari 2015).