

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 DEFINISI KONSEP

2.1.1 Kota dan Anak Muda

Kata kota berasal dari basa Sansekerta, yaitu “Kotta” dalam ungkapan yang lain disebut dengan kata kita atau kuta. Berdasarkan kamus dari Bahasa Sansekerta-Inggris, kota mempunyai arti kubu atau perbentengan (stronghold) (Eko A. Meinarmo, 2011 : 221). Amos Rapoport menjelaskan bahwa kota adalah suatu permukiman yang relatif besar, permanen dan padat yang terdiri dari kelompok individu yang heterogen dari segi sosial kota merupakan tempat bergabungnya berbagai hal. Kota juga merupakan kumpulan keanekaragaman banyak hal. Berbagai strata yang masyarakat tergabung dalam satu tempat yang disebut kota.

Kota atau urban adalah pengaturan kegiatan dan ruang umum pada sebuah area dengan system control parsial yang tidak pernah selesai. Aspek sosiologi, ekonomi, geografi, budaya, sejarah, seni, lanskap dan antropologi terlibat dalam pembentukan urban. Akan tetapi aspek sosial control sosial dan keuntungan lah yang paling sering dijadikan kunci dalam pertumbuhan urban. Konsep ruang urban tersebut memfragmentasikan masyarakat kota pada kondisi sosio-politik dan sikap budaya yang bermacam-macam dari satu individu ke individu yang lainnya dan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Di satu sisi, desain sebuah kota secara kontekstual terikat oleh sejarahnya, namun pada saat yang sama bentuk sebuah kota sepenuhnya mengadopsi spirit utilitarianism. Maka hal tersebut kemudian terkonstruksi menjadi gaya hidup urban pada masyarakat yang berinteraksi.

Menurut Branch (1996), secara fisik kota dapat didefinisikan sebagai area yang terdiri atas bangunan-bangunan yang saling berdekatan yang berada di atas tanah atau dekat dengan tanah, instalasi-instalasi di bawah tanah dan kegiatan-kegiatan di dalam ruangan “kosong” di angkasa. Sedangkan bangunan diartikan sebagai tempat yang dapat memberikan pelindung bagi manusia untuk bertahan

hidup. Karena itu bangunan merupakan unsur yang pertama yang dibangun di kota setelah air dan makanan yang tersedia. Kategori utama dalam penggunaan bangunan, yang terdiri atas : permukiman, industri, komersial, pemerintahan, transportasi. Semua itu adalah unsur-unsur yang membentuk “pola penggunaan tanah” kota. Tidak hanya itu, kota juga berisikan struktur atau bangunan yang lain yang bukan berupa bangunan gedung, seperti : jembatan, pengilangan minyak, gardu listrik, dan berbagai instansi lain yang tidak lazim disebut sebagai bangunan. Hal ini karena bangunan tersebut tidak sebagaimana bangunan pada umumnya dalam hal menutupi tanah yang ada dibawahnya.

Struktur-struktur lain yang bukan merupakan bangunan mempunyai fungsi yang juga penting bagi sebuah kota. Kota juga tersusun atas jaringan utilitas yang berada di bawah permukaan tanah di kota. Bangunan-bangunan gedung di atas baik yang digunakan untuk permukiman, industri, komersil, pemerintah, dan transportasi, semua ini akan berhubungan dengan jaringan utilitas umum yang berada di bawah tanah seperti jaringan air bersih, kabel telepon, saluran pengolahan limbah, bak-bak penampungan, gorong-gorong, pengendali banjir, dan saluran irigasi. Secara makro, desain sebuah kota menyangkut integrase penggunaan lahan, pergerakan manusia-barang, manajemen lalu-lintas, dan bentuk lingkungan binaan. Semua itu direkayasa untuk memfasilitasi tumbuhnya kegiatan ekonomi melalui penyediaan aneka sarana-prasarana berkualitas tinggi yang efisien, fungsional, menarik, dan dapat merespon perubahan kebutuhan masyarakat dan lingkungannya dari waktu ke waktu.

Pada prinsipnya, relasi antara budaya, masyarakat, ekonomi dan ruang kota diambil perannya oleh system ekonomi dan ekspresi fisik kota yang dikonstruksikan secara eksklusif oleh pemerintah kota. Hal itu akan membentuk sebuah matriks sosio-spasial dan representasi simbolik yang dikemas melalui pengaturan tata ruang kota dan karya-karya arsitektur. Konten budaya apa pun yang diproduksi dan direproduksi tersebut secara spesifik ia akan mendistorsi sifat sosial dari masyarakat sesungguhnya.

Kota memberi tanda yang asing atau seperti hal yang selalu terburu-buru, selalu cepat, individualistik, tidak guyub dan privasi. Max Weber memahami kota mejadi dua arah yang terpisah antara satu dengan yang lain dan kedua adalah kota sebagai tempat tinggal bagi penduduk yang berniaga (sistem feodal atau pasar). Masyarakat niaga disini datang menjadi karakter yang baru, menggantikan pola dari masyarakat berpindah. Untuk msayarakat kota, pasar kemudian menjadi akses ke beragam kebutuhan dasar, sistem ekonomi dari kota yang berganti menjadi kapital inilah yang menyebabkan kota mengalami kekacauan baik secara fisik maupun manajemennya.

Kota berkembang akan selalu terus diikuti dengan dinamika sosial. Secara bertahap akan membentuk formasi-formasi sosial dalam masyarakat kota. Perilaku ekologis masyarakat kota yang selalu menempatkan pasar sebagai pusat sudah menggeser sistem dalam memenuhi kebutuhan hidup (Akhmad Ramdon, 2016: 16). Wajah kota menjadi lebih terlihat lebih modern karena adanya pengaruh dari perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang berkembang cepat.

Dengan adanya kemajuan teknologi dan sains yang membuat kota banyak memunculkan ide-ide baru, inovasi-inovasi baru, alat-alat yang canggih dan banyak beragam yang digunakan untuk membantu aktivitas masyarakat yang bahkan sebelumnya tidak pernah terpikirkan. Kota sendiri bukanlah lingkungan binaan yang dibangun dalam waktu yang cepat atau singkat, tetapi kota dibentuk dalam waktu yang panjang dan merupakan akumulasi setiap tahap-tahap dari perkembangan yang sebelumnya terjadi. Pada setiap lapisan dari tahapan tersebut merupakan keputusan banyak pihak dan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor (Alvares, 2002).

Menurut Jhingan (2004), dalam proses pertumbuhan, lazimnya orang lebih menekankan arti penting akumulasi dari modal fisik. Harbison dan Meyers dalam Jhingan (2004), menjelaskan bahwa sekarang makin disadari bahwa pertumbuhan persediaan modal nyata sampai batas-batas tertentu tergantung pada pembentukan modal manusia yaitu “proses peningkatan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan seluruh rakyat suatu negara”. Kebutuha investasi pada pembentukan

modal manusia di dalam perekonomian terutama di negara terbelakang dan berkembang menjadi penting karena ternyata investasi modal fisik secara besar-besaran ternyata tidak mampu mempercepat laju pertumbuhan, lantaran sumber manusianya yang terbelakang.

Pertumbuhan sudah menjadi barang tentu dapat juga terjadi melalui pembentukan modal konvensional meskipun tenaga buruh yang ada kurang terampil dan kurang pengetahuan. Namun, laju dari pertumbuhan tersebut akan sangat terbatas tanpa adanya faktor modal manusia. Karena itu, modal manusia diperlakukan untuk menyiapkan tenaga-tenaga pemerintah yang semakin penting untuk memperkenalkan sistem baru penggunaan lahan dan metode baru pertanian, untuk membangun peralatan baru komunikasi, untuk melaksanakan industrialisasi, dan untuk membangun sistem pendidikan. Dalam arti lain, pembaharuan atau proses perubahan dari masyarakat statis atau tradisional, memerlukan sejumlah besar modal manusia yang strategis.

2.1.2 Kota dan Masyarakat Digital

Indonesia sebagai negara yang muncul pada tengah gelombang era globalisasi yang semakin pesat dan termasuk pertumbuhan yang sangat signifikan di Asia Tenggara (Permadi, 2017). Hal ini memicu kewirausahaan digital untuk pembangunan sumber daya manusia. Maraknya pertumbuhan startup di Indonesia diikuti oleh pertumbuhan internet dari tahun ke tahun. Penggunaan aspek teknologi dan digitalisasi turut mengintervensi dan mengubah paradigma bisnis model konvensional. Kehadiran startup yang menyandang status unicorn hingga decacorn turut meramaikan suasana ekosistem digital di Indonesia.

Menurut data yang dilansir oleh startup ranking, pada tahun 2019 Indonesia memiliki 2102 startup dan menduduki posisi kelima terbanyak di dunia. Angka ini menunjukkan lonjakan yang begitu cepat dan masih akan tetap tumbuh secara menjanjikan. Semakin maraknya pertumbuhan ini akan mendorong UMKM dan dunia usaha untuk menuju digitalisasi yang masif. Hasil ini pula diharapkan Indonesia lahirnya banyak inovasi dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, terbukanya banyak lapangan kerja yang dapat menyejahterakan

kehidupan masyarakat di sekitarnya. Disisi lain, startup dapat mendorong meningkatkan produktivitas rakyat yang memiliki daya saing di pasar internasional yang menggerakkan berbagai sektor strategis. Melihat perkembangan startup di Indonesia yang atraktif, pemerintah ikut turut andil memberikan perhatian secara khusus, baik secara finansial maupun dalam hal meningkatkan sumber daya manusia. Hal ini dibuktikan dengan dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Gerakan 1000 startup digital yang nantinya akan melahirkan bakal industri digital startup.

Pengenalan terhadap dunia startup mulai digaungkan di setiap provinsi dari hulu ke hilir. Melalui gerakan tersebut para calon founder akan dibina melalui beberapa tahapan proses mulai dari penanaman paradigma sebagai wirausaha digital hingga strategi peluncuran produk yang siap digunakan dan menjadi solusi dalam masyarakat. Pemerintah turut mendampingi dan memberikan pengawasan hingga startup siap untuk mendapatkan pendanaan awal (seed funding). Dengan demikian dapat tercipta kewirausahaan dan ekosistem startup di Indonesia dan mempercepat pertumbuhan dan 11 perkembangan ekonomi digital sebagai tujuan mewujudkan Indonesia sebagai energi digital di Asia Tenggara.

Berdasarkan data statistik dan hasil survei khusus yang dikeluarkan oleh Badan Ekonomi Kreatif, pelaku ekonomi kreatif dalam bidang digital di Indonesia tumbuh dengan angka 4.86% pada setiap tahunnya dan memberikan kontribusi sebesar 44.83 triliun untuk PDB (Produk Domestik Bruto) nasional. Adapun langkah yang diberikan oleh Bekraf terhadap subsektor ini adalah fokus pada pembangunan sumber daya manusia dengan memberikan pelatihan kepada usaha kreatif. Selain itu, Bekraf memberikan arahan fokus untuk kolaborasi terhadap subsektor dalam membentuk ekosistem digital kreatif kolaboratif. Berdasarkan potensi besar ini pelaku usaha kreatif mampu memberikan kontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini membuktikan bahwa ekonomi kreatif di bidang startup digital memiliki potensi untuk berkembang di masa mendatang (Bekraf, 2018).

Perkembangan startup digital di perkotaan juga turut mengangkat rancangan smart city atau kota cerdas. Smart city adalah suatu rancangan dari perkembangan

kota ter khususnya kota yang sedang berkembang. Pertumbuhan rancangan smart city memiliki arti yang berbeda dari beberapa pihak. Pengertiannya tidak hanya pada factor tunggal namun memiliki arti serta pembahasan dari berbagai perspektif yang dipergunakan sebagai dasar. Konsep kota cerdas dapat diambil pemahamannya dengan cara melihat dan me-resume karakteristik yang tepat untuk sebuah kota cerdas yang cenderung umum dari beberapa sumber.

Smart city merupakan rancangan kota dengan penggunaan teknologi untuk membantu dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa pendapat menyatakan rancangan smart city bisa menjawab dari keperluan masyarakat sekarang dalam keringanan dari sisi hidup serta kesehatan, namun rancangan smart city ini sedang mengalami perbedaan pendapat dari para ahli serta belum ada pengertian dan perancangan umum yang dapat digunakan oleh seluruh kota di dunia. Rancangan dari smart city ini masih didasari dari kota serta perkembangannya. Beberapa para ahli mencoba mendefinisikan smart city dengan definisi yang berbeda, hal itu didasarkan dari sudut pandang ilmu masing –masing.

Smart city adalah peningkatan dan penataan kota dengan memanfaatkan teknologi agar dapat mengerti, pemahaman, serta pengendalian dari pelbagai sumber daya dari suatu kota secara efektif dan juga efisien. Hal ini diharapkan agar 10 pelayanan masyarakat serta pembangunan ekonomi yang terus menerus dalam dimaksimalkan (Supangkat, 2015). Rancangan awal dari smart city adalah "information city" yaitu penggunaan ICT yang menjadi media utama dari perancangan suatu kota yang di anggap cerdas. Sebuah kota yang terhubung antara prasarana fisik , prasarana teknologi, prasarana social dan prasarana bisnis agar tersedia pelayanan masyarakat yang berbasis prasarana teknologi untuk masyarakat. Menurut Cohen (2013) pada "What Exactly Is A smart city", smart city terdiri dari enam indikator utama, yaitu: Smart People, Smart Economy, Smart Environment, Smart Governance, Smart Living dan Smart Mobility. Keenam indikator tersebut menjadi kunci dari terbentuknya konsep smart city.

2.1.3 Perspektif Anak Muda

Agus Setiawan (2008) mengungkapkan bahwa, perspektif merupakan suatu kumpulan asumsi maupun keyakinan tentang sesuatu hal, dengan perspektif orang akan memandang sesuatu hal berdasarkan dengan asumsi dasar yang menjadi dasarnya, unsur-unsur pembentuknya dan ruang lingkup apa yang dipandangnya.

Menurut Sumaatmadja dan Winardit (1999), mengungkapkan pengertian perspektif adalah suatu cara pandang dan cara berperilaku terhadap suatu masalah atau kejadian dari sudut kepentingan global. Lalu menurut Suhanadji dan Waspada TS (2004), menjelaskan pengertian perspektif adalah cara pandang atau wawasan untuk melihat dunia yang dipengaruhi beberapa sudut pandang yaitu politik, ekonomi, budaya yang menghubungkan globalisasi.

Menurut Huse dan Bowditch dalam Thoha (2004), mengungkapkan bahwa perspektif terdiri atas tiga golongan, yakni:

- a. Perspektif I: intinya sama dengan paham tradisional yang melihat organisasi atau manajemen dari perspektif rancangan yang berstruktur. Aliran-aliran dalam perspektif ini hanya memikirkan isu-isu tentang bagaimana organisasi seharusnya disusun, fungsi-fungsi yang seharusnya dijalankan, siapa-siapa yang seharusnya menjadi pimpinan dan bawahan, dan gaya kepemimpinan apa yang seharusnya dijalankan.
- b. Perspektif II: perspektif ini dinamakan dengan aliran pekerjaan. Teori organisasi dan manajemen dalam kelompok perspektif ini secara pokok memikirkan bagaimana sesuatu informasi dapat disampaikan dengan melalui sarana-sarana tertentu. Pemikiran seperti ini banyak mempergunakan pendekatan matematis, sebab sangat dekat dengan penggunaan computer dan simulasi. Komponen dalam perspektif II ini terdiri dari pendekatan riset operasional operation research.

- c. Perspektif III: perspektif ini dinamakan perspektif kemanusiaan. Pandangan pemikiran dalam perspektif ini ialah menekankan bahwa unsur manusia dalam setiap kerja kelompok dirasakan lebih penting daripada sekedar struktur dan hierarki yang membentang pada setiap jajaran organisasi.

Menurut Undang-undang Kepemudaan Republik Indonesia, seseorang disebut anak muda apabila mereka berusia antara 18-35 tahun. Menurut PBB, seseorang dapat disebut anak muda atau youth apabila rentang usia 15-24 tahun. Sedangkan menurut Maesy Angelina, dalam Konvensi Hak Anak PBB mendefinisikan anak-anak kepada mereka yang berusia dibawah 18 tahun, sehingga ada usia yang tumpang tindih dengan anak muda. Adanya kerancuan identitas tersebut, menurut PBB terjadi saat melihat tumpang tindih dengan definisi-definisi lainnya. Adolencents antara 10-19 tahun, Teenegers antara 13-19 tahun, Young Adults antara 20-24 tahun, dan Young People antara 10-24 tahun.

Dari tumpang tindih diatas menunjukkan bahwa batasan usia tidak cukup untuk mendefinisikan anak muda, seperti yang telah diakui oleh banyak pembuat dari kebijakan. Selama beberapa dekade, ilmuwan sosial telah berpendapat bahwa anak muda bukan sekedar usia, tetapi juga merupakan sebuah kategori sosial yang pemaknaannya dibentuk berdasarkan konteks tertentu. Di jelaskan bahwa, anak muda bukanlah sebuah definisi universal, namun sesuatu yang berbeda menurut ruang dan waktu. Menurut Wyn dan White (1997), definisi anak muda dipengaruhi oleh konteks sosia, politik, ekonomi, dan budaya dari masarakat dan juga ditentukan oleh gender, ras ,kelas, kasta, tingkat pendidikan, dan etnisitas seseorang.

Menurut World Health Organization (WHO), remaja adalah suatu masa dimana individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksualitas, setiap individu mengalami perkembangan psikologi dan pola identifikasi dari masa anak-anak menjadi masa dewasa. Dari proses inilah terjadi peralihan dari ketergantungan sosial yang penuh, menjadi keadaan yang relatif lebih mandiri. Pemahaman tentang definisi anak muda sebagai kategori dan sebagai

kontruksi sosial menunjukkan adanya bias tentang siapa yang bisa disebut sebagai anak muda. Pada umumnya, profil anak muda adalah mereka dari kalangan kelas menengah ke atas, urban, berpendidikan dan mayoritas laki-laki.

Pada umumnya, masa ketika menjadi anak muda merupakan masa-masa yang paling menyenangkan. Tetapi pada fase perkembangan anak muda ini menjadi masa yang rentan dan kritis. Pada fase ini, diri anak muda mulai mencari jati diri yang akan menentukan kehidupan dimasa mereka dewasa nanti. Penyebabnya karena masa muda merupakan masa untuk oenyempurnaan dari tahap-tahap perkembangan sebelumnya. Menurut Sarwono (2013), definisi anak muda atau remaja untuk masyarakat Indonesia memiliki batasan usia anatar 11-24 tahun dan belum menikah.

Menurut Yudhistira (2010), menjelaskan setidaknya ada empat fase sejarah bagaimana anak muda dikonotasikan, antara lain :

1. Pertama, periode awal abad ke-20, pada masa di tengah pergolakan zaman revolusi. Anak muda lebih sering disebut dengan pemuda, diidentikkan dengan kegiatan politik dan ideologi. Selain itu juga menjadi bagian dari identitas mereka. terselenggaranya proklamasi kemerdekaan tidak akan terjadi tanpa adanya peran pemuda yang saat itu menculik dan mendesak Soekarno-Hatta untuk segera memproklamirkan Indonesia Merdeka. Namun, jauh sebelum itu jika dirunut gagasan pemuda dan ide generasi pemuda saat itu sangat panjang. Tidak hanya semata-mata revolusi fisik yang terlihat dengan adanya organisasi Budi Utomo yang menunjukka gelora para pemuda. Pemuda saat itu kebanyakan berusia 21-22 tahun, terpelajar, berpendidikan modern, kelas menengah atas, dan mempunyai kesadaran politik.
2. Kedua, anak muda pada saat masa pendudukan Jepang dan periode sesudahnya. masa ini pengertian anak muda atau pemuda mempunyai makna yang lebih luas ketimbang sebelumnya. Mereka banyak berasal dari berbagai daerah-daerah dan kota-kota kecil di Indonesia. pendidikan bukan hanya menjadi identitas mereka, tetapi juga saat di tengah situasi

revolusi, mereka mendapat embel-embel dengan sebuta “pejuang”, “pelopor”, atau kaum republiken. Banyak anak muda yang bergabung dengan organisasi-organisasi bersenjata, seperti Tentara Nasional Indonesia, laskar-laskar, dan organisasi-organisasi yang lain.

3. Ketiga, masa demokrasi terpimpin, yang menjadi generasi baru anak muda dengan sebuta “Angkatan 57”. Generasi ini lahir dari situasi banyaknya partai politik dan kerentanan keberpihakan Presiden ke salah satu [artai yang besar, yaitu PKI. Berdirinya kesatuan-kesatuan aksi, seperti KAMI, KAPI, dan KAPPI, adalah bentuk dari sikap politik kritis anak muda.
4. Keempat, masa Orde Baru, masa ini adalah dimana anak muda dijauhkan dan dihindari dalam urusan politik dan gerakan. Definisi dari anak muda didepolitisasi dan dibonsai sebagai nak remaja. Kata remana ini merujuk pada ABG (Anak Baru Gede). Penggambaran anak muda disini sebagai ‘kumpulan orang yang belum matang, cenderung bergerombol, kadangkala mengenakan seragam sekolah, tidak disiplin, gampang naik darah, liar, dan terutama menjadi bagian yang tidak penting lagi. Perspektif anak muda pada intinya adalah kerangka konseptual, perangkat nilai dan perangkat gagasan yang dikemukakan oleh anak muda untuk mempengaruhi persepsi orang sehingga pada akhirnya akan menciptakan pola tindakan orang lain dalam situasi tertentu.

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Hanssens, B.J., Deloof, M., Vanacker, T (2016) dalam jurnal yang berjudul **The Evolution of Debt Policies: New Evidence from Business Startup** membahas mengenai Makalah ini adalah yang pertama memberikan bukti tentang evolusi berbagai kebijakan utang, termasuk leverage, spesialisasi utang, jatuh tempo utang, dan kebijakan perincian utang, di perusahaan wirausaha sejak awal. Analisis didasarkan pada kumpulan data unik, berdasarkan dunia firma Belgia yang didirikan antara tahun 1996 dan 1998, yang kami lacak hingga 15 tahun setelah startup. Dalam jurnal ini ditemukan bahwa leverage perusahaan wirausaha,

spesialisasi utang, jatuh tempo utang, dan kebijakan perincian utang mengandung komponen yang tidak berubah-ubah dan stabil yang tetap ada di 15 tahun setelah startup. Secara khusus, keputusan pembiayaan saat startup berfungsi sebagai prediktor kuat dari keputusan pembiayaan di masa depan, dan ini adalah kasus bahkan setelah mengontrol struktur modal kontemporer tradisional dan variabel struktur hutang, seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, berwujud dan pertumbuhan. Temuan ini sejalan dengan teori pencetakan. Temuan kami lebih lanjut menunjukkan modal saat ini struktur dan penelitian struktur hutang hilang penting faktor-faktor spesifik perusahaan yang tidak berubah-ubah sejak startup itu mendorong komponen stabil dari kebijakan hutang. Hasil kami menyarankan bahwa satu faktor invarian-waktu yang penting dan spesifik perusahaan adalah *founder-CEO*. Pengaruh kebijakan hutang awal perusahaan wirausaha terhadap kebijakan hutang masa depan menurun secara signifikan setelah kepergian (dan kematian) dari pendiri-CEO. Temuan menggarisbawahi perlunya penelitian lebih lanjut tentang keuangan pengambilan keputusan di perusahaan startup yang melampaui struktur modal tradisional dan variabel struktur hutang. Jurnal ini dapat mendorong orang lain untuk belajar lebih banyak sepenuhnya evolusi kebijakan hutang perusahaan kewirausahaan dari startup.

Gongtai Wang, Joe Nandhakumar (2017) dalam jurnal yang berjudul **Strategic Swaying: How Startups Grow Digital Platforms** membahas mengenai Platform digital dapat membawa keuntungan bisnis yang luar biasa bagi perusahaan pemiliknya jika mereka menarik dan mempertahankan pengguna yang substansial. Strategi pertumbuhan platform digital untuk tujuan ini, seperti yang disarankan oleh literatur yang ada, seringkali membutuhkan keunggulan teknologi, pasar, dan keuangan, yang biasanya tidak dimiliki oleh para pemula. Pemahaman yang terbatas tentang bagaimana startup mengembangkan platform mereka dalam kondisi yang tidak menguntungkan. Menanggapi masalah penelitian ini, studi kasus mendalam di sebuah startup digital China mengidentifikasi "goyangan strategis" sebagai praktik strategis yang efektif di mana pemilik platform bergerak di antara pengguna di dua sisi platformnya untuk memengaruhi aktivitas pengguna untuk

mengembangkannya. Temuan ini menawarkan wawasan baru tentang strategi pertumbuhan platform digital dan juga tata kelola serta peluncuran platform digital. Dalam jurnal ini juga membahas sejumlah implikasi untuk penelitian dan praktik, dan menawarkan arahan untuk penelitian di masa mendatang.

Sara Almakenzi, dkk (2015) dalam jurnal yang berjudul **A Survivalbility Model For Saudi Ict Startups** membahas mengenai tentang faktor apa saja yang mempengaruhi ICT startup dapat bertahan dan berhasil dalam membangun startupnya, dengan mewawancarai serta menganalisa 34 responden yang berada dalam BADIR ICT incubator menghasilkan suatu model bertahan hidup yang dapat digunakan untuk startup ICT yang ada di Saudi. Studi ini, yang dilakukan pada perusahaan startup TIK di Saudi bertahan dalam serangkaian krisis, menyoroti dua hubungan yang diterima secara signifikan yang dapat menarik model untuk penelitian ini. Pertama terdiri dari saling ketergantungan antara tiga faktor IV, sebagai berikut: kepribadian wirausaha dengan lima karakteristik (gairah, pikiran terbuka, keinginan untuk menjadi seorang ahli, berpikir ke depan, aliran ide yang konstan); menguji ide sebelum melakukan yang besar meluncurkan; dan menggunakan metode lean pada tahap awal startup. Faktor-faktor ini bisa secara positif mempengaruhi pertumbuhan dan kelangsungan hidup dari startup TIK dengan mencapai konstanta yang sukses memperbarui dan meningkatkan model bisnis start-up TIK. Terdiri dari hubungan kedua saling ketergantungan antara tiga faktor IVs, yaitu sebagai berikut: menguasai keterampilan perubahan, inovasi, dan suara konsumen. Ini secara positif dapat mempengaruhi pertumbuhan dan kelangsungan hidup TIK startup dengan sukses menghadapi perubahan sifat pasar dan kemunculannya produk yang bersaing. Kedua relasi ini sangat penting dan dapat menyelesaikan masalah utama atau kesulitan yang dihadapi pengusaha pada masa inkubasi dan pasca inkubasi. Pengaruh proses inkubasi dengan yang diteliti IV dalam dominasi beberapa kesulitan yang dihadapi Saudi ICT startup menuju perusahaan yang berkelanjutan kinerja diperiksa dan diungkapkan untuk pertama kalinya melalui survei itu, yang membedakan studi ini dari orang lain.

Mardi Arya Jaya, dkk (2017) dalam jurnal yang berjudul **Analisis Faktor Keberhasilan Startup Digital Di Yogyakarta** membahas mengenai alasan mengapa banyaknya perusahaan atau organisasi yang mengembangkan startup di Indonesia hanya sedikit yang mampu bertahan dan berhasil menghasilkan profit. Hasil dari penelitian di lapangan menunjukkan bahwa tim sangat berpengaruh bagi kesuksesan startup itu sendiri. Kualitas SDM, skill, dan kemampuan coding dari anggota tim sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah startup. Tim meruakan salah satu aset paling berharga dalam sebuah startup. SDM di startup tidak dapat berjalan sendiri, oleh karena itu dibutuhkan sinergi antar satu dengan yang lainnya. Faktor yang dijelaskan selanjutnya adalah Timming. Salah satu startup yang sukses pada waktu yang tepat adalah Gojek. Gojek hadir ditengah kemajuan masyarkat Indonesia ketika internet dan smasrtphone menjadi hal yang sudah wajar di kalangan masyarakat. Selain itu juga masalah kemacetan yang semakin parah membuat Gojek menjadi pilihan yang sangat tepat untuk masyarakat yang ingin menghindari kemacetan. Faktor selanjutnya adalah ide. Ide menjadi hal pendukung yang membawa kesuksesan startup, walaupun bukan menjadi hal yang penting. Hal ini dikarenakan jika ada ide yang menarik tetapi tidak memiliki SDM yang mumpuni maka pada akhirnya ide tersebut tidak dapat di eksekusi. Namun ketika ada ide yang dieksekusi dan menjadi sebuah produk tetapi timingnya tidak pas, maka produk tersebut tidak ada penggunaanya dan akhirnya percuma. Faktor yang dibahas oleh penulis selanjutnya adalah pendanaa. Pendanaan bersifat relatif, tergantung produk yang dibuat. Faktor yang terakhir adalah bisnis model, sebenernarnya bisnis model ini tidak terlalu berpengaruh pada fase awal dalam pembentukan startup. Anggota yang masih sedikit membuat CEO startup tidak begitu memikirkan tentang bisnis model, namun ketika perusahaan sudah mulai berkembang, bisnis model ini sangat diperlukan untuk membantu menentukan arah bisnisnya kedepan. Informan yang diambil dalam penelitian ini adalah beberapa startup di Yogyakarta, seperti Tyfons, Tlab, dan Icube, mereka salah startup dengan SDM yang baik, timming yang tepat, dan juga ide serta pendanaan yang cukup. Dari sini menunjukkan bahwa kualitas SDM yang baik serta timming yang tepat

sangat berpengaruh pada keberhasilan startup. Jadi, perusahaan startup harus mampu melihat peluang dan waktu yang tepat untuk membuat sebuah produknya.

Maria Dolorosa Kusuma Perdani, dkk (2018) dalam jurnal yang berjudul **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Startup Di Yogyakarta** yang membahas mengenai identifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan startup dalam era ekonomi digital di Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman kerja pengusaha menjadi faktor yang dapat memengaruhi pertumbuhan startup. Ada beberapa faktor penting yang mempengaruhi, seperti usia, latar belakang pendidikan, maupun keterampilan non formal yang diperoleh dengan mengikuti kegiatan inkubator tidak memberi pengaruh terhadap pertumbuhan startup. Karena pada faktanya dunia bisnis tidak bisa di prediksi sehingga tidak bisa hanya mengamalkan pada teori-teori yang ada. Dengan mempunyai pengalaman kerja akan memberikan nilai positif baik dalam hal membangun keterampilan maupun pengelolaan manajemen sebagai modal dalam menjalankan dan mengembangkan usaha. Adanya dukungan pada akses internet berkecepatan tinggi dengan harapan dapat mendorong efektifitas dan produktifitas para pendiri usaha berbasis teknologi ternyata tidak serta merta mempengaruhi pertumbuhan startup. Hal ini di karenakan walaupun ketersediaan broadband dianggap infratraktur penting, akan tetapi pada kenyataannya tidak semua startup-startup tersebut sudah menaruh perhatian khusus pada faktor keamanan siber meskipun sudah melakukan upaya-upaya untuk menjamin kemannya. Saat upaya pengamanan yang dilakukan dengan tujuan meningkatkan kepercayaan pelanggan tidak serta merta dapat meningkatkan pertumbuhan usahanya. Hal ini bisa saja karena memang faktanya kebanyakan pelanggan tidak peduli dengan keamanan pada hal siber ini. selain itu juga kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan menjadi pangkal persoalan dan bisa jadi hal ini disebabkan masyarakat belum merasakan dampak langsung dari serangan siber maupun dorongan dari pemerintah yang harus lebih kuat lagi. Maka perlunya edukasi keamanan siber bagi masyarakat. Dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Data primer di peroleh dari jawaban responden atas kuesioner dan data sekunder diperoleh dari kajian literatur

dan kepustakaan. Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah startup-startup yang berusia kurang dari 4 tahun dan berlokasi di Provinsi D.I Yogyakarta.

Andy Saputra (2015) dalam jurnal yang berjudul **Peran Inkubator Bisnis Dalam Pengembangan Digital Startup Lokal Di Indonesia** membahas mengenai masalah yang muncul ketika investor, baik dari lokal maupun asing yang berkeinginan untuk melakukan investasi digital startup lokal di Indonesia, yakni ketidaksiapan startup lokal untuk menerima pendanaan dalam jumlah yang relatif besar untuk pengembangan bisnisnya. Akibatnya menimbulkan keraguan bagi investor apakah startup dapat mengelola dana yang diperoleh dan menghasilkan keuntungan di masa mendatang bagi investor. Dari hasil penelitian ini didapatkan beberapa temuan penting meliputi risiko serta kendala yang harus dihadapi oleh startup digital lokal di Indonesia. Serta manfaat dari kegiatan inkubasi startup itu sendiri. Ada beberapa risiko yang harus dihadapi seperti, risiko bisnis model, risiko teknologi, risiko eksekusi, serta risiko pasar. Sedangkan untuk kendalanya, secara umum startup akan menghadapi kendala baik dari eksternal maupun internal. Pun kendala ini juga dijumpai di negara industri digital yang sudah matang seperti di Amerika Serikat. Untuk mengatasi dan meminimalisir risiko, maka kegiatan inkubasi dapat menjadi salah satu jalan yang ditempuh oleh startup lokal. Beberapa fungsi kegiatan di inkubasi yang dijelaskan oleh Bergel dan Norman (2008) adalah dukungan infrastruktur, dukungan bisnis, mediasi dan jejaring. Selain itu juga dukungan ketika startup sudah lulus dari inkubasi. Dalam penelitian ini juga memiliki keterbatasan dari penulis yaitu penelitian ini dilakukan terhadap kedua inkubator yang memiliki karakteristik yang hampir sama, yakni : didukung oleh pemain besar di bidang industri telekomunikasi yang mempunyai keinginan untuk masuk di industri digital.

Ira Rahmawati, dkk (2019) dalam jurnal yang berjudul **Proses Inovasi Pelayanan Komunitas Digital Pemerintah Kota Semarang “Semarang Digital Kreatif (SDK)” Di Semarang** membahas tentang proses inovasi yang dilakukan Pemerintah Kota Semarang dalam pelayanan di bidang industri digital dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam proses inovasi pelayanan

komunitas digital di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa inovasi pelayanan komunitas digital Pemerintah Kota Semarang “Semarang Digital Kreatif (SDK)” dijelaskan melalui proses inovasi. SDE merupakan inovasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Semarang dalam rangka penyediaan tempat co-working space untuk para komunitas dalam menyalurkan hobi dan bakatnya dengan sarana prasarana gratis dan berbasis online. SDK sendiri terdiri dari ruang rapat, ruang startup dan ruang privat yang bertujuan untuk memicu komunitas dalam rangka menciptakan suatu produk serta menumbuhkan jiwa wirausaha pada masing-masing individu. Dalam penerapan inovasi pelayanan Komunitas Digital “Semarang Digital Kreatif (SDK)” sudah berjalan dengan baik, tetapi dalam pengembangannya belum mencapai hasil yang maksimal dan sesuai dengan harapan. Hal ini di pengaruhi oleh faktor pendukung inovasi yaitu manusia dan budaya serta faktor oenghambat inovasi yaitu tidak ada penghargaan, ketergantungan berlebih pada high performer. Selain itu juga ketidakmampuan dalam menghadapi resiko perubahan dan hambatan administrasi.

Berdasarkan pada penelitian-penelitian sebelumnya, telah banyak memberikan sumbangan pengetahuan kepada penulis tentang pengembangan digitalisasi. Meskipun dalam penelitian-penelitian tersebut memiliki fokus yang berbeda-beda, namun ke tujuh penelitian tersebut menunjukkan bahwa peran kota dan anak muda dalam pengembangan digitalisasi menunjukkan sifat yang kompleks dan dinamis. Pandangan tentang dunia digital yang selalu mengalami kemajuan membuat banyak anak muda terus menyesuaikan dengan perubahan-perubahan tersebut. Perbedaan penelitian ini yaitu memfokuskan pada bagaimana peran anak muda dan kota dalam menanggapi bagaimana pengembangan digitalisasi di Kota Yogyakarta. Selain itu juga dinamika yang mempengaruhi anak muda dengan digitalisasi yang semakin menjadi sebuah kultur kota 4.0.

2.2 Landasan Teori

Meluasnya istilah digitalisasi, informasional, media sosial, teknologi, dan lain sebagainya menunjukkan penciptaan nilai dan norma baru dari interaksi masa

depan. Dampak dari ini semua yakni anak muda dan digitalisasi telah beradaptasi dengan karakter-karakter, seperti fleksibilitas-mobilitas, dan kebebasan ruang dan waktu. Peran-peran anak muda kian meluas selaras dengan mulai berkembangnya internet di Indonesia. Dalam mengembangkan digitalisasi maka perlu adanya modal sosial yang turut mendukung dalam setiap program-program yang akan dikembangkan oleh anak muda.

A. Teori Modal Sosial

Peranan teknologi digital yang semakin berkembang dalam penyebarannya ini membuat masyarakat khususnya anak muda untuk menyesuaikan dan beradaptasi. Terlebih di era digitalisasi ini, penggunaan teknologi digital semakin meluas. Digitalisasi telah memberikan kelebihan-kelebihan yang menguntungkan. Maka dari itu ada banyak jaringan sosial dimana modal sosial berada. Khususnya anak muda mereka berjejaring untuk melakukan inovasi-inovasi baru dalam bidang digital. Gagasan dari modal sosial menunjukkan sumber tersembunyi yang abstrak yang dapat diakumulasikan, disadap, dicapai, ketika orang lain berhubungan dengan satu sama lain, berinteraksi, berkolaborasi, belajar, dan berbagai gagasan.

Putnam mendefinisikan teori modal sosial sebagai penampilan organisasi sosial seperti jaringan dan kepercayaan yang memfasilitasi adanya suatu koordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama. Sedangkan menurut Fukuyama menekankan pada dimensi yang lebih luas yakni segala sesuatu yang membuat masyarakat bersekutu untuk mencapai tujuan bersama atas dasar kebersamaan dan didalamnya diikat dengan nilai dan norma yang tumbuh dan juga di patuhi.

Konsep dari teori modal sosial ini hadir dari adanya pemikiran bahwa pada dasarnya masyarakat dan seluruh anggotanya tidak mungkin secara individu dapat mengatasi berbagai permasalahan yang sedang dihadapi. Perlu adanya suatu rasa kebersamaan serta kerjasama yang baik dari seluruh anggota masyarakat guna mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi. Menurut Hanifan dalam Syahra menjelaskan bahwa modal sosial ini bukan hanya modal dalam arti biasa seperti halnya kekayaan. Tetapi lebih mengandung arti kiasan yakni merupakan aset

atau modal nyata yang penting dalam hidup bermasyarakat. Di dalam modal sosial juga terdapat kemauan baik, rasa bersahabat, saling simpati, serta hubungan sosial dan kerjasama yang erat antar individu yang membentuk suatu kelompok tertentu.

Modal sosial menurut Boudieu didefinisikan sebagai penggabungan dari sumber potensial yang berkaitan dengan kepemilikan atas suatu jaringan kerjasama yang saling menguntungkan dan terinstitusional. Sedangkan menurut Coleman, modal sosial bukan merupakan sebuah entitas tunggal melainkan terdiri dari berbagai macam entitas dengan dua elemen yakni beberapa aspek struktur sosial dan fasilitator tindakan antar pelaku didalam struktur sosial tersebut. sehingga modal sosial sangat melekat dalam struktur hubungan sosial dimana didalamnya terdapat para pelaku sosial. Modal sosial sendiri memiliki peranan yang sangat penting dalam menjalankan fungsi dan memperkuat kehidupan masyarakat modern. Francis Fukuyama (1999) dalam Lubis

Modal sosial dalam kategori kognitif fiderivasi dan proses mental dan hasil pemikiran yang diperkuar oleh budaya dan ideologi khususnya norma, nilai, sikap, kepercayaan yang memberikan kontribusi bagi tumbuhnya kerjasama khususnya dalam bentuk tindakan bersama yang saling menguntungkan. Bentuk-bentuk dari aktualisasi modal sosial dalam fenomena struktural maupun kognitif itulah yang perlu di gali dari dalam kehidupan masyarakat selanjutnya dikembangkan dalam usaha untuk meningjtakan taraf hidup dan kesejahteraan. Modal sosial akan terus tumbuh dan berkembang jika digunakan secara bersama-sama dan sebaliknya akan mengalami kemunduran atau penurunan jika apabila tidak digunakan bersama dengan baik.

Menurut Hasbullah (2006), mengelompokkan unsur-unsur pokok dari modal sosial menjadi enam unsur, yaitu kepercayaan (trust), partisipasi aktif, pertukaran (reciprocity), norma sosial, nilai serta tindakan proaktif.

1. Rasa percaya (trust), menurut Fukuyama yakni sikap saling mempercayai di masyarakat yang memungkinkan untuk saling bersatu dengan yang lainnya, serta memberikan kontribusi dalam peningkatan modal sosial.

Sedangkan menurut Putnam, kepercayaan adalah suatu bentuk keinginan untuk berani mengambil resiko dalam hubungan sosial yang didasari oleh perasaan yakin bahwa orang lain akan melakukan suatu tindakan seperti yang diharapkan untuk saling mendukung dan tidak akan merugikan diri sendiri dan kelompoknya.

2. Partisipasi aktif (participation in a network), Hasbullah mengatakan jaringan sosial yang baik pada sebuah kelompok dibangun atas dasar kesamaan orientasi dan tujuan serta ciri yang sama. Keaktifan seseorang dalam sebuah jaringan atau kelompok juga merupakan hal yang penting dalam modal sosial, dengan berpartisipasi aktif maka hubungan sosial yang terjalin menjadi lebih bermakna. Adanya keterikatan didalam sebuah jaringan sosial maka akan memperkuat juga keharusan untuk saling membantu dengan cara berpartisipasi aktif dalam kelompok tersebut.
3. Pertukaran (reciprocity), Hasbullah menjelaskan bahwa di dalam modal sosial terdapat kecenderungan untuk saling berbagi atau bertukar kebaikan baik antar individu maupun kelompoknya. Pola dari pertukaran ini terjadi yakni pertukaran jangka panjang atau disebut altruism, yakni semangat untuk membantu dan mementingkan kepentingan orang lain.
4. Norma Sosial (social norma), merupakan sebutan dari tindakan yang dianggap oleh satu set orang sebagai tepat atau benar atau bahkan tidak tepat dan tidak benar. Coleman menjelaskan, bahwa norma tersebut kemudian diekspresikan dalam bentuk bahasa formal maupun informal sebagai semacam kebijakan. Maka dari itu semua orang yang memiliki norma ini harus menyadari keberadaan dan isi dari suatu kebijakan.
5. Nilai (value), Hasbullah menjelaskan bahwa nilai adalah suatu ide yang telah turun menurutn dianggap benar dan penting oleh anggota kelompok didalam masyarakat. Sedangkan menurut Robinson dan kawan-kawan dalam Rusydi menjelaskan bahwa nilai sebagai barang sosi-emosional karena nilai terbentuk dari perasaan atau emosi dari seseorang terhadap orang lain atau suatu hal. Atik juga menjelaskan bahwa nilai sosial sebagai sesuatu yang baik, dicita-citakan, yang penting dan yang berguna.

6. Tindakan proaktif (*proactive action*), merupakan keinginan dari dalam diri seseorang yang kuat untuk ikut serta dan berpartisipasi didalam sebuah kelompok tertentu dan juga memiliki keterlibatan didalam hubungan sosial yang sedang terjadi. Hasbullah menjelaskan bahwa tindakan proaktif ini bukan hanya sekedar keinginan kuat dari anggota kelompok untuk berpartisipasi tetapi juga senantiasa mencari jalan bagi keterlibatan mereka didalam kegiatan masyarakat.

B. Konsep Net Generation

Perkembangan teknologi saat ini telah membawa kita pada generasi baru yaitu *net generation*. *Net generation* sendiri merupakan sebuah generasi yang lahir dan tumbuh dengan setting perkembangan teknologi informasi. Maka dari itu, generasi ini dapat dengan mudah beradaptasi dengan berbagai bentuk teknologi baru. Adapun jejaring informasi disini dapat juga diartikan sebagai salah satu bentuk inovasi teknologi berupa jejaring sosial atau media sosial.

Kemunculan dari *net generation* ini tentu akan membawa perubahan pada cara pandang, cara berpikir maupun cara interaksi dan sosialisasi mereka dalam kehidupan sosial masyarakat. Perubahan juga terjadi pada kebutuhan informasi mereka yang pastinya sudah berbeda dengan generasi-generasi yang sebelumnya. Kebutuhan informasi yang berbeda serta cara interaksi yang berbeda terutama pada teknologi informasi, maka *net generation* telah membentuk sendiri perilaku informasi mereka dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Cara yang mereka lakukan yakni dengan menggunakan berbagai jenis teknologi informasi yang mereka miliki yakni menggunakan *smartphone* atau gadget untuk berjejaring.

Pernyataan tersebut didukung oleh pendapat dari Tapscott (2009), yang menyatakan terdapat delapan aspek yang menyamakan anak muda sebagai *net generation*, yaitu:

1. *Freedom*, karakteristik atau tipikal pertama dari *net generation* yang berkaitan dengan suatu pemahaman bahwa internet telah memberikan mereka kebebasan untuk memilih apa yang hendak dilakukan, apa yang

dibeli, dimana hendak bekerja, atau ketika mereka melakukan hal-hal seperti membeli buku atau berbicara dengan teman dan bahkan mereka hendak menjadi siapa.

2. *Customization*, menunjukkan pada pengertian bahwa *net generation* pada umumnya adalah konsumen yang aktif dan acap kali bisa memperoleh suatu hal dan menyesuaikannya dengan apa yang didinginkannya dan tahu dimana mencarinya.
3. *Scrunity*, yakni karakteristik yang berkaitan dengan sikap yang kritis. Anak muda bersikap kritis untuk melakukan seleksi atas yang fiksi dan fakta informasi, sekaligus antara yang nyata dan absurd.
4. *Integrity*, sebagai generasi yang lahir di tengah hiruk pikik dari kemajuan teknologi informasi, maka bagaimanapun juga *net generation* tetap memiliki integritas yang kuat, sadar dan bertanggung jawab atas apa yang dilakukannya. Anak muda dalam digitalisasi mempunyai komitmen terhadap kejujuran, kesadaran, transparansi, dan bertanggung jawab, sehingga menolak stereotipe buruk yang di sandangkan anak muda dalam dimensi *offline*.
5. *Collaboration*, yaitu karakteristik yang memberi pemahaman bahwa *net generation* umumnya memiliki insting alami untuk terus berkolaborasi, berjejaring dan berinovasi karena interaksi yang mereka kembangkan. Mereka menolak anggapan bahwa anak muda dan digitalisasi hidup soliter.
6. *Entertainment*, hal ini berkaitan dengan pengertian bahwa internet memberikan *net generation* banyak kesempatan untuk menyenangkan diri mereka.
7. *Speed*, anak muda saat ini sebagai generasi yang tumbuh seiring dengan perkembangan teknologi digital, umumnya berharap pada kecepatan dan mereka senantiasa terbiasa dengan respon cepat, budaya instan, sehingga dalam istilah lain mereka terkadang disebut dengan *now generation*. Kecepatan yang disajikan dalam perkembangan digitalisasi

yang didukung infratraktur yang memadai menghasilkan quick respond dan real time communication.

8. *Innovation*, dalam pengertian bahwa net generation ini telah dibesarkan pada lingkungan dan budaya pemenuan inovasi yang serba dinamis. Anak muda dan digitalisasi sebagai pencetus ide dan temuan baru untuk saat ini dan masa datang. Maka teknologi digital tidak asing lagi bagi net generation, karena dalam kegiatan sehari-hari mereka akrab dengan digital dan mahir dalam penggunaannya. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang belum akrab dengan digital, di kalangan remaja yang termasuk net generation ini niscaya sangat familiar dan paham dengan berbagai perangkat teknik informatika yang mengikuti perkembangan zaman.

Dengan kedepalan aspek tersebut dianggap dapat mewakili ekspresi kehidupan anak muda saat ini dan masa datang. *Net generation* sebenarnya bukan hanya sekelompok remaja urban atau generasi muda yang muncul begitu saja karena perkembangan zaman. Dalam pengertian yang lebih luas, kemunculan anak muda ini sangat terkait dengan inovasi dan perkembangan teknologi, terutama teknologi informasi dan komunikasi. Sangat beda dengan generasi yang sebelumnya yang mana umumnya gagap teknologi (gagap teknologi) dan tidak banyak yang mengenal digital seperti handphone atau perangkat TI yang lain. Generasi muda yang muncul setelah tahun 1964-an terbiasa hidup dalam terpaan pengaruh televisi yang ketika itu merupakan lompatan besar terhadap perkembangan industri budaya dan teknologi informasi. (Rahma, Sugihartati, 2014; hal. 102).

2.3 KERANGKA BERPIKIR

Saat ini perkembangan teknologi digital memiliki peran yang sangat penting. Tidak hanya di bidang komunikasi saja, tetapi digitalisasi juga sudah menjangkau semua dimensi. Bahkan dengan semakin berkembangnya digitalisasi dunia menjadi semakin berubah. Segala kegiatan manusia menjadi lebih mudah.

Inilah yang terjadi saat ini konvergensi antara manusia dengan digital yang merubah masyarakat dari yang awalnya konvensional menjadi masyarakat digital. Digitalisasi telah menjadi kebutuhan yang sekarang ini sulit dipisahkan dari kehidupan manusia.

Kota Yogyakarta salah satu yang mendapatkan pengaruh dari gelombang digitalisasi ini. perkembangan teknologi yang semakin maju membuat semuanya berjalan lebih cepat. APJII menyebutkan bahwa 55,7% pengguna internet adalah berasal dari Pulau Jawa. Bahkan setengah dari anak muda di Indonesia ada di Pulau Jawa. Termasuk Kota Yogyakarta yang mana menjadi kota pelajar dan memiliki 136 perguruan tinggi. Total 1,2 juta penduduknya dari kalangan anak muda, angka ini setara dengan 32,38% dari total seluruh warga Yogyakarta. Fakta menarik lainnya bahwa anak muda pengguna internet di Yogyakarta adalah tertinggi kedua setelah DKI Jakarta. Dalam Survei Sosial Ekonomi Nasional 2017, BPS menyebutkan bahwa generasi millennial di Yogyakarta mengakses internet mencapai 80,73%.

Dalam portal berita Kominfo (25/4), Menteri Rudiantara merencanakan Kota Yogyakarta sebagai ujung tombak dari ekonomi digital. Dengan mengusung konsep smart city, maka perlu banyak hal yang harus dipersiapkan dalam mendukung pelayanan masyarakat dengan baik. Tidak hanya memajukan pada teknologi nya saja, smart city juga harus memperhatikan kebutuhan-kebutuhan masyarakat. Baik dari kebutuhan yang mendasar, seperti air minum, sanitasi, kesehatan, dll.

Rencana menjadikan kota Yogyakarta menjadi ujung tombak dalam ekonomi digital, dibuktikan dengan membentuk pusat pengembangan talenta ekonomi digital di Yogyakarta. Komponen-komponen yang menyebabkan tingginya pertumbuhan ekonomi di Kota Yogyakarta inilah yang meningkatkan investasi dan pembangunan sejumlah infrastruktur strategis. Maka dibutuhkan peran anak muda dan kota untuk turut mendukung dalam pengembangan digitalisasi ini.

Berdasarkan uraian tersebut dapat di sederhanakan dengan bagan sebagai berikut :

