

PENGARUH EKONOMI KREATOR DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN GENERASI Z DI PERKOTAAN: STUDI DI TIKTOK DAN YOUTUBE INDONESIA

Retnoning Ambarwati

STIE Wijaya Mulya Surakarta

Email : retnoning.ambar72@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi digital mendorong munculnya ekonomi kreator sebagai fenomena baru yang signifikan di kalangan Generasi Z, terutama di wilayah perkotaan. TikTok dan YouTube menjadi dua platform utama yang memberikan peluang besar bagi anak muda untuk memperoleh pendapatan melalui konten digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh aktivitas kreator digital terhadap pendapatan Generasi Z di perkotaan Indonesia dengan fokus pada dua platform utama, TikTok dan YouTube. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif korelasional. Data diperoleh melalui kuesioner daring dari 60 responden kreator digital aktif yang telah melakukan monetisasi konten minimal enam bulan. Wawancara semi-terstruktur juga dilakukan untuk memperkaya data kuantitatif dengan perspektif kualitatif. Hasil menunjukkan adanya hubungan positif antara intensitas produksi konten, jumlah pengikut, dan diversifikasi sumber monetisasi dengan tingkat pendapatan bulanan. Kreator yang aktif lebih dari satu tahun dan konsisten dalam mengunggah konten memiliki pendapatan lebih tinggi. Studi kasus memperkuat temuan ini dengan contoh konkret dari kreator sukses. Ekonomi kreator digital terbukti menjadi jalur penghidupan baru yang potensial bagi Generasi Z. Konsistensi, strategi konten, dan adaptasi terhadap platform menjadi faktor utama keberhasilan. Penelitian ini menegaskan pentingnya dukungan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Ekonomi kreator, Generasi Z, Pendapatan digital*

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan tren yang sangat pesat dalam satu dekade terakhir (Dhawan dkk., 2022; Shao dkk., 2022). Kehadiran platform media sosial seperti TikTok dan YouTube tidak hanya mengubah pola komunikasi, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru. Generasi Z yang tumbuh bersama teknologi digital memanfaatkan ruang ini sebagai ladang untuk mengekspresikan kreativitas sekaligus memperoleh penghasilan. Fenomena ini membentuk sub-sektor baru dalam ekonomi digital yang dikenal sebagai ekonomi kreator digital.

Jumlah kreator konten dari kalangan Generasi Z terus meningkat secara signifikan, terutama di wilayah perkotaan (J. Pan dkk., 2022; J.-J. Pan dkk., 2022). Kemudahan akses terhadap perangkat digital, internet berkecepatan tinggi, serta dukungan algoritma platform memberikan kesempatan yang luas untuk monetisasi konten. Beberapa kreator berhasil menjadikan aktivitas ini sebagai sumber penghasilan utama dengan skala yang kompetitif. Peran media sosial telah bertransformasi dari sarana hiburan menjadi instrumen ekonomi yang produktif.

Kehadiran TikTok dan YouTube sebagai platform utama tidak hanya memperluas cakupan audiens, tetapi juga membentuk ekosistem kreator yang saling terkoneksi (Mishra, 2022; J. Pan

dkk., 2022). Fitur monetisasi seperti AdSense, TikTok Creator Fund, endorsement, dan live shopping menciptakan jalur pendapatan yang beragam. Kreator konten dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Aktivitas ini telah memengaruhi persepsi terhadap pekerjaan dan karier, terutama di kalangan anak muda perkotaan.

Tingginya antusiasme Generasi Z terhadap profesi kreator digital mencerminkan pergeseran preferensi ekonomi dan gaya hidup. Fleksibilitas waktu kerja, potensi pendapatan yang besar, serta aspek ekspresi diri menjadi faktor pendorong utama. Identitas digital menjadi bagian penting dari eksistensi mereka di masyarakat digital (Fu dkk., 2022; Q. Zhang dkk., 2022). Peran teknologi dalam membentuk karier semakin nyata dalam kehidupan generasi ini.

Keterlibatan Generasi Z dalam ekonomi kreator digital tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif nasional. Potensi besar sektor ini mendorong perhatian dari pemerintah dan industri untuk menciptakan regulasi dan dukungan yang sesuai (Thilaga dkk., 2022; Wang dkk., 2022). Inisiatif pelatihan, inkubasi kreator, hingga kebijakan pajak menjadi bagian dari respons terhadap dinamika ekonomi digital yang terus berkembang.

Teori Ekonomi Kreatif oleh John Howkins memberikan landasan konseptual terhadap fenomena ini. Kreativitas dilihat sebagai aset ekonomi yang dapat dikomersialisasikan melalui media digital (Bharagav dkk., 2022; Böttner dkk., 2022). Dalam konteks ini, platform seperti TikTok dan YouTube menjadi medium utama dalam mendistribusikan dan memonetisasi kreativitas generasi muda (Ballesteros dkk., 2022; Swamynayaka dkk., 2022). Teori ini menjelaskan bagaimana nilai ekonomi tercipta dari ide, ekspresi, dan inovasi, bukan semata-mata dari produksi fisik.

Peningkatan jumlah kreator digital dari kalangan Generasi Z belum diiringi dengan pemahaman yang utuh mengenai kontribusinya terhadap pendapatan mereka secara riil. Data yang tersedia sebagian besar bersifat anekdot dan belum terdokumentasi dalam bentuk analisis sistematis (Lian dkk., 2022; Y. Zhang dkk., 2022). Kecenderungan untuk mengandalkan kisah sukses viral justru menutupi kenyataan yang lebih kompleks mengenai tantangan dan ketimpangan dalam ekosistem kreator.

Belum banyak kajian akademik yang secara spesifik mengkaji pengaruh ekonomi kreator digital terhadap kondisi pendapatan Generasi Z di wilayah perkotaan (Chen dkk., 2022; Panyam & Buchmeiser, 2022). Fenomena ini seringkali dianggap bagian dari tren media sosial tanpa analisis mendalam terkait dampak ekonomi yang ditimbulkan. Informasi yang tersedia cenderung bersifat deskriptif dan belum menjelaskan bagaimana monetisasi digital berdampak pada ketahanan finansial individu.

Keterbatasan dalam literatur juga terlihat dari kurangnya diferensiasi antara jenis platform dan karakteristik ekonomi digital masing-masing. TikTok dan YouTube memiliki model monetisasi yang berbeda, namun penelitian yang membedah implikasi perbedaan tersebut terhadap pendapatan kreator masih jarang ditemukan (Q. Gao, Wang, dkk., 2022; Sreedevi & Ravindran, 2022). Perspektif lokal Indonesia juga belum banyak mendapat sorotan, padahal konteks sosial, ekonomi, dan budaya sangat memengaruhi praktik ekonomi kreator.

Dampak ekonomi kreator terhadap Generasi Z juga belum banyak dianalisis dari perspektif ketimpangan digital, inklusi ekonomi, dan keberlanjutan profesi. Kurangnya kejelasan mengenai stabilitas pendapatan kreator, faktor penentu keberhasilan, serta risiko yang dihadapi menjadi celah yang perlu diisi dalam ranah penelitian (Baum dkk., 2022; Welz dkk., 2022). Pemahaman ini penting agar ekonomi kreator digital tidak hanya dilihat sebagai euforia sementara, tetapi sebagai sektor potensial yang membutuhkan kerangka kebijakan dan literasi digital yang memadai.

Teori Ekosistem Digital oleh Spigel (2017) dapat digunakan untuk membaca celah penelitian ini (Q. Gao, Zhou, dkk., 2022; Zeng dkk., 2022). Dalam teori ini, ekosistem digital dipahami sebagai kumpulan aktor, teknologi, dan institusi yang berinteraksi secara dinamis dalam menciptakan dan mendistribusikan nilai (K. Liu dkk., 2022; Wills, 2022). Kurangnya pemetaan terhadap hubungan antar unsur dalam ekosistem kreator digital—termasuk platform, algoritma, audiens, dan kebijakan—membatasi pemahaman terhadap dampaknya terhadap pendapatan dan keberlanjutan kerja kreator muda.

Penelitian ini penting dilakukan karena ekonomi kreator digital telah menjadi jalur baru kehidupan bagi Generasi Z di perkotaan (J. Liu dkk., 2022; Luo dkk., 2022). Pemahaman yang lebih dalam mengenai kontribusi aktivitas kreator digital terhadap pendapatan akan membantu merumuskan pendekatan yang lebih realistis dalam membangun kapasitas ekonomi anak muda. Informasi ini juga berguna bagi institusi pendidikan, pemerintah, dan platform digital dalam merancang kebijakan yang mendorong ekosistem kreator yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Ketiadaan data komprehensif mengenai dinamika ekonomi kreator berisiko menciptakan ekspektasi yang tidak seimbang antara peluang dan realitas. Studi ini diharapkan dapat mengisi kekosongan informasi dengan menggambarkan secara empiris hubungan antara aktivitas kreator digital dan tingkat pendapatan Generasi Z, khususnya di platform TikTok dan YouTube (Chang dkk., 2022; Mundy, 2022). Penelitian ini juga akan menilai sejauh mana aktivitas kreator dapat dijadikan sebagai alternatif kehidupan yang layak dan berkelanjutan di era digital.

Teori Pilihan Rasional (Rational Choice Theory) dapat menjadi kerangka untuk memahami motif Generasi Z dalam memilih jalur ekonomi kreator digital. Individu dianggap membuat keputusan berdasarkan pertimbangan keuntungan dan biaya dari setiap Tindakan (Chang dkk., 2022; Miao dkk., 2022). Dengan menerapkan teori ini, penelitian dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Generasi Z untuk aktif sebagai kreator digital dan bagaimana pertimbangan tersebut berkontribusi terhadap hasil ekonomi yang mereka peroleh.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif korelasional. Tujuan dari desain ini adalah untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara aktivitas ekonomi kreator digital dengan tingkat pendapatan Generasi Z di wilayah perkotaan (Miao dkk., 2022; Mu dkk., 2022). Fokus utama penelitian ini adalah dua platform digital, yaitu TikTok dan YouTube, yang saat ini mendominasi lanskap ekonomi kreator di Indonesia.

Populasi dalam penelitian ini adalah individu dari Generasi Z (kelahiran tahun 1997–2012) yang berdomisili di wilayah perkotaan dan aktif sebagai kreator konten di TikTok dan YouTube.

Sampel penelitian terdiri dari 60 orang kreator yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria memiliki minimal 1.000 pengikut dan telah melakukan monetisasi konten selama setidaknya enam bulan. Responden diambil dari lima kota besar, yaitu Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, dan Makassar.

Instrumen utama yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang dirancang berdasarkan indikator aktivitas kreator digital dan pendapatan bulanan. Validitas dan reliabilitas kuesioner diuji terlebih dahulu sebelum diterapkan secara luas (O'Neill dkk., 2022; Yin & Birman, 2022). Wawancara semi-terstruktur dilakukan terhadap sejumlah responden terpilih untuk memperoleh data pendukung yang bersifat kualitatif dan memperkaya temuan kuantitatif.

Prosedur penelitian dimulai dengan studi pustaka untuk menyusun kerangka teori dan merumuskan variabel yang relevan (Stockerl & Gschwind, 2022; Yang dkk., 2022). Penyusunan dan uji coba instrumen dilakukan sebelum penyebaran kuesioner secara daring melalui media sosial serta komunitas kreator digital (Dziba dkk., 2022; Y. Gao, Jiang, dkk., 2022). Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan korelasi Pearson untuk menguji hubungan antara aktivitas kreator digital dengan tingkat pendapatan Generasi Z di perkotaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel berikut menyajikan statistik deskriptif mengenai karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Data mencakup jenis kelamin, kota domisili, platform yang digunakan, jumlah pengikut, durasi monetisasi, dan rata-rata pendapatan bulanan.

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	26	43,3
	Perempuan	34	56,7
Kota Domisili	Jakarta	14	23,3
	Bandung	12	20,0
	Surabaya	10	16,7
	Medan	12	20,0
	Makassar	12	20,0
Platform Utama	TikTok	38	63,3
	YouTube	22	36,7
Jumlah Pengikut	1.000–9.999	15	25,0
	10.000–99.999	28	46,7
	>100.000	17	28,3
Durasi Monetisasi	6–12 bulan	21	35,0
	>12 bulan	39	65,0
Pendapatan Bulanan (dalam juta)	<1 juta	13	21,7
	1–5 juta	29	48,3

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
	>5 juta	18	30,0

Data sekunder diperoleh dari hasil kuesioner daring yang disebarkan kepada 60 kreator digital aktif di lima kota besar Indonesia. Kuesioner disusun berdasarkan indikator ekonomi kreator digital dan dikumpulkan selama periode Januari–Februari 2025. Proses verifikasi data dilakukan melalui validasi identitas dan jejak digital responden.

Sebagian besar responden merupakan pengguna TikTok aktif dengan rentang pengikut antara 10.000 hingga 100.000. Proporsi kreator perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki, yang menunjukkan tren dominasi perempuan dalam kegiatan ekonomi kreator. Sebagian besar kreator sudah melakukan monetisasi lebih dari satu tahun, yang mengindikasikan keberlanjutan aktivitas ekonomi digital mereka.

Proporsi penggunaan TikTok yang lebih besar dari YouTube mengindikasikan bahwa platform berbasis video pendek menjadi preferensi utama bagi kreator Gen Z di perkotaan. Interaksi yang cepat, algoritma yang adaptif, serta kemudahan menjangkau audiens membuat TikTok lebih kompetitif sebagai lahan pendapatan.

Mayoritas responden memperoleh pendapatan bulanan antara 1 hingga 5 juta rupiah dari aktivitas konten digital. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi kreator memberikan kontribusi finansial yang cukup signifikan, meskipun belum seluruhnya menjadi sumber penghasilan utama. Kreator dengan pengikut lebih dari 100 ribu cenderung menghasilkan lebih dari 5 juta rupiah per bulan.

Durasi monetisasi yang lebih panjang berkorelasi dengan pendapatan yang lebih tinggi. Kreator yang telah lebih dari satu tahun melakukan monetisasi cenderung memiliki strategi dan jejaring yang lebih matang. Konsistensi dalam produksi konten dan penguasaan algoritma platform menjadi faktor penting dalam mendongkrak pendapatan.

Tabel berikut menunjukkan frekuensi aktivitas produksi konten dan jenis monetisasi yang digunakan oleh para responden.

Aktivitas Konten	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Frekuensi Unggahan per Minggu	1–2 kali	10	16,7
	3–5 kali	34	56,7
	>5 kali	16	26,6
Jenis Monetisasi	Iklan/AdSense	41	68,3
	Endorsement	38	63,3
	Live Shopping	16	26,7
	TikTok Creator Fund	14	23,3

Mayoritas kreator mengunggah konten sebanyak 3–5 kali per minggu. Aktivitas ini menunjukkan komitmen dan konsistensi yang tinggi dalam menjaga interaksi dengan audiens. Strategi ini juga berkaitan erat dengan algoritma platform yang lebih mengedepankan kreator aktif.

Jenis monetisasi yang paling umum digunakan adalah AdSense untuk YouTube dan endorsement untuk TikTok. Banyak kreator memanfaatkan lebih dari satu jalur monetisasi secara simultan untuk memaksimalkan potensi pendapatan. Sementara itu, TikTok Creator Fund dan fitur Live Shopping mulai dimanfaatkan oleh kreator dengan audiens yang lebih loyal.

Kreator dengan intensitas unggahan tinggi dan diversifikasi sumber pendapatan cenderung memperoleh penghasilan lebih besar. Penggunaan berbagai strategi monetisasi meningkatkan stabilitas finansial kreator dan memperkuat posisi mereka dalam ekosistem ekonomi digital.

Intensitas produksi konten berkaitan langsung dengan keterlibatan audiens dan jangkauan konten. Kreator yang aktif secara rutin memiliki peluang lebih tinggi masuk ke halaman eksplorasi atau rekomendasi. Hal ini memperbesar potensi monetisasi dan peluang kerjasama komersial.

Diversifikasi sumber penghasilan menunjukkan adaptabilitas kreator dalam memanfaatkan fitur platform. Penggunaan berbagai model monetisasi mengurangi risiko ketergantungan pada satu sumber pendapatan. Hal ini menjadi penting dalam menjaga kesinambungan pendapatan jangka panjang.

Kreator yang hanya mengandalkan satu jenis monetisasi menunjukkan pendapatan yang lebih fluktuatif. Ketika algoritma berubah atau kontrak endorsement berakhir, penghasilan bisa menurun drastis. Oleh karena itu, strategi monetisasi ganda menjadi faktor kunci keberhasilan finansial di ekonomi kreator digital.

Data menunjukkan adanya korelasi positif antara jumlah pengikut dan pendapatan bulanan. Kreator dengan pengikut di atas 100 ribu secara konsisten mencatat pendapatan di atas 5 juta per bulan. Korelasi ini diperkuat oleh intensitas unggahan dan keberagaman strategi monetisasi.

Frekuensi unggahan konten juga berkorelasi dengan durasi monetisasi. Kreator yang aktif lebih dari satu tahun menunjukkan kecenderungan untuk meningkatkan frekuensi unggahan demi mempertahankan eksistensi dan relevansi di platform. Aktivitas ini berdampak langsung pada engagement rate dan daya tarik bagi brand.

Kreator perempuan menunjukkan performa pendapatan yang tidak jauh berbeda dari laki-laki, meskipun jumlah mereka lebih banyak. Hal ini menandakan bahwa gender bukanlah faktor penentu utama, melainkan strategi, konsistensi, dan pemahaman terhadap platform yang menjadi pembeda utama dalam capaian finansial.

Salah satu studi kasus diambil dari kreator TikTok bernama Raka Hanggara dengan akun @rakavlog.id yang berasal dari Bandung. Raka memiliki lebih dari 120 ribu pengikut dan aktif membuat konten komedi ringan serta review produk lokal. Ia telah melakukan monetisasi sejak 2022.

Kreator YouTube yang dijadikan studi kasus adalah Nadya Maulida dari Makassar dengan akun NadyamaulidaTV. Nadya fokus pada konten edukasi lifestyle, skincare, dan daily vlog. Ia memiliki 98 ribu subscriber dan penghasilan utamanya berasal dari AdSense dan sponsor lokal.

Data studi kasus ini diperoleh dari wawancara semi-terstruktur yang dilakukan peneliti via Zoom dan Instagram DM pada bulan Februari 2025. Validasi dilakukan dengan melihat transparansi penghasilan serta tangkapan layar dashboard kreator mereka.

Raka menunjukkan bahwa konten dengan pendekatan lokal dan humor dapat menjangkau audiens luas dengan tingkat engagement tinggi. Penggunaan dialek lokal dan skenario keseharian menjadikan kontennya relatable dan mudah dibagikan. Hal ini berdampak langsung pada pertumbuhan pengikut dan tawaran endorsement.

Nadya memanfaatkan pendekatan naratif dalam menjelaskan konten edukatif, yang membuatnya menarik bagi segmen remaja perempuan. Ia menjalin relasi erat dengan subscriber melalui sesi live dan kolaborasi dengan kreator lain. Strategi ini meningkatkan loyalitas audiens dan memperkuat brand image.

Kedua studi kasus memperlihatkan pentingnya segmentasi audiens dan konsistensi branding dalam membangun karier sebagai kreator digital. Pendekatan konten yang sesuai dengan karakter platform dan target pasar menjadi faktor utama dalam keberhasilan monetisasi.

Kreator dengan segmentasi yang jelas cenderung memiliki pertumbuhan yang lebih stabil dan loyalitas audiens yang kuat. Hal ini berimplikasi pada keberhasilan monetisasi jangka panjang. Segmentasi menjadi fondasi dari strategi kreatif dan pemasaran konten.

Relasi antara jenis konten dan jenis monetisasi sangat terlihat. Konten edukatif lebih mendukung monetisasi berbasis iklan dan sponsor, sementara konten hiburan ringan lebih cepat menarik endorsement dan interaksi tinggi di TikTok. Platform memiliki karakteristik audiens yang berbeda, sehingga pendekatan harus disesuaikan.

Studi kasus mendukung data kuantitatif yang menunjukkan bahwa keberhasilan kreator bukan hanya soal jumlah pengikut, tetapi juga strategi konten, engagement rate, dan pemahaman terhadap dinamika algoritma. Pendekatan berbasis data dan inovasi konten menjadi kunci dalam mempertahankan pendapatan di tengah persaingan yang ketat.

Aktivitas kreator digital di platform TikTok dan YouTube terbukti memiliki hubungan yang positif dengan peningkatan pendapatan Generasi Z di wilayah perkotaan. Mayoritas responden menunjukkan bahwa frekuensi unggahan, jumlah pengikut, dan diversifikasi strategi monetisasi berkontribusi signifikan terhadap pendapatan bulanan mereka. Kreator dengan pengalaman monetisasi lebih dari satu tahun dan intensitas konten yang konsisten cenderung memiliki pendapatan lebih stabil dan tinggi.

Tingkat engagement dan pemanfaatan berbagai fitur platform menjadi faktor penting dalam mendorong keberhasilan monetisasi. Kreator yang mampu mengelola hubungan dengan audiens serta menyesuaikan konten dengan algoritma masing-masing platform memperlihatkan performa yang unggul dalam menghasilkan pendapatan. Studi kasus juga memperkuat temuan ini dengan memberikan gambaran nyata mengenai strategi kreatif dan branding yang diterapkan oleh kreator sukses.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa ekonomi kreator digital telah menjadi jalur ekonomi baru yang layak untuk Generasi Z. Pendapatan yang dihasilkan bukan hanya bersifat tambahan, tetapi dalam beberapa kasus menjadi sumber utama. Ekosistem kreator digital menunjukkan potensi besar untuk berkembang lebih jauh, terutama di tengah tren kerja fleksibel dan digitalisasi yang semakin menguat.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Nugroho (2023) yang menunjukkan bahwa kreator digital di Indonesia mengalami peningkatan pendapatan seiring konsistensi konten. Persamaan terlihat dalam kesimpulan bahwa frekuensi dan strategi konten memiliki pengaruh langsung terhadap pendapatan. Kajian tersebut juga menekankan pentingnya memahami algoritma platform untuk meningkatkan jangkauan audiens.

Perbedaan muncul dalam konteks regional dan segmentasi kreator. Penelitian ini menekankan wilayah perkotaan dan platform TikTok-YouTube, sementara studi lain seperti oleh Rahmawati (2022) lebih banyak membahas kreator di daerah suburban dan fokus pada Instagram. Perbedaan pendekatan ini menegaskan bahwa dinamika ekonomi kreator sangat bergantung pada karakteristik platform dan lokasi geografis kreator.

Studi ini juga melengkapi literatur dengan menyertakan perspektif lokal dari lima kota besar di Indonesia. Fokus ini memberikan kontribusi empiris yang lebih kontekstual dan realistis terhadap praktik ekonomi kreator digital di Indonesia. Hasilnya memperkaya wacana akademik yang sebelumnya banyak didominasi oleh studi luar negeri dengan kondisi platform dan demografi yang berbeda.

Hasil penelitian ini menjadi tanda bahwa terjadi pergeseran cara pandang terhadap sumber penghidupan di kalangan Generasi Z. Profesi kreator digital yang sebelumnya dianggap tidak stabil kini mulai dipandang sebagai jalur karier yang potensial. Indikasi ini terlihat dari durasi monetisasi yang telah berlangsung lebih dari satu tahun pada mayoritas responden.

Pergeseran ini mencerminkan perubahan nilai ekonomi dari kerja berbasis waktu ke kerja berbasis kreativitas dan interaksi digital. Generasi Z memprioritaskan fleksibilitas, ekspresi diri, dan kesempatan menjangkau audiens global dalam memilih jalur penghasilan. Pola ini mencerminkan transformasi budaya kerja yang semakin dipengaruhi oleh teknologi dan media sosial.

Perubahan ini juga menjadi penanda bahwa ekonomi kreator digital perlu mendapat perhatian serius dari pemangku kebijakan. Keberadaan kreator bukan hanya fenomena gaya hidup, tetapi sudah masuk ke ranah ekonomi produktif yang berkontribusi terhadap perekonomian lokal dan nasional. Perluasan regulasi, perlindungan kerja digital, dan pengakuan formal terhadap profesi kreator menjadi kebutuhan mendesak.

Kreator digital dari Generasi Z di perkotaan memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada sektor ekonomi kreatif nasional. Kegiatan mereka tidak hanya menghasilkan pendapatan pribadi, tetapi juga mendorong perputaran ekonomi melalui kolaborasi dengan brand, UMKM, dan industri hiburan. Aktivitas mereka menjadi katalis bagi pertumbuhan digital marketing dan industri konten lokal.

Implikasi lainnya adalah perlunya institusi pendidikan untuk mengintegrasikan literasi digital dan kewirausahaan konten ke dalam kurikulum. Banyak kreator memulai tanpa bekal formal, sehingga strategi berkembang melalui trial and error. Pendidikan yang mendukung kreativitas dan kemampuan teknis dapat mempercepat proses profesionalisasi kreator muda.

Pemerintah dan platform digital juga memiliki tanggung jawab untuk menciptakan ekosistem yang adil dan berkelanjutan. Transparansi algoritma, perlindungan terhadap eksploitasi digital, dan

penyediaan insentif berbasis performa dapat mendorong pertumbuhan kreator yang merata. Ekonomi kreator tidak bisa lagi hanya diserahkan pada mekanisme pasar semata.

Kreator digital yang berhasil menunjukkan konsistensi dalam unggahan dan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan audiens. Perpaduan antara kreativitas dan manajemen konten menjadi kunci keberhasilan mereka dalam menarik perhatian dan mempertahankan interaksi. Platform digital memberikan ruang luas untuk ekspresi dan monetisasi ide secara langsung.

Generasi Z memiliki keunggulan sebagai digital native yang memahami bahasa visual, tren daring, dan dinamika sosial media. Penguasaan teknologi ini membuat mereka cepat beradaptasi dan bereksperimen dengan berbagai format konten. Adaptasi cepat ini memperbesar peluang untuk menyesuaikan diri dengan perubahan algoritma dan kebijakan platform.

Lingkungan urban memberikan keuntungan dalam hal akses teknologi, jaringan profesional, dan peluang kerja sama komersial. Faktor geografis ini mendukung pertumbuhan kreator yang lebih cepat dan eksponensial. Dukungan dari komunitas kreator di kota besar juga menjadi motivasi dan sumber belajar yang kuat bagi para pemula.

Langkah selanjutnya adalah memperluas dukungan terhadap ekonomi kreator melalui kebijakan publik yang konkret. Pemerintah dapat merancang program inkubasi, insentif pajak, dan pelatihan digital khusus bagi kreator muda. Intervensi ini penting untuk memastikan inklusivitas dan keberlanjutan sektor kreator digital.

Penelitian lanjutan perlu dilakukan untuk mengkaji faktor risiko dan ketimpangan dalam ekonomi kreator. Banyak kreator menghadapi tantangan seperti fluktuasi algoritma, burnout, dan ketidakpastian pendapatan. Studi lebih dalam tentang dampak psikologis dan sosial dari profesi ini akan melengkapi analisis ekonomi yang sudah ada.

Platform digital juga perlu membuka ruang dialog dengan komunitas kreator lokal. Keterlibatan kreator dalam proses pengambilan keputusan akan meningkatkan kepercayaan dan menciptakan hubungan yang lebih sehat antara pengguna dan penyedia platform. Sinergi antara kreator, pemerintah, dan industri dapat mendorong ekosistem kreator digital yang lebih adil, produktif, dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Temuan terpenting dari penelitian ini adalah bahwa aktivitas kreator digital di TikTok dan YouTube berkontribusi signifikan terhadap pendapatan Generasi Z di wilayah perkotaan, terutama melalui strategi konsistensi unggahan, diversifikasi monetisasi, serta pemanfaatan algoritma platform secara optimal. Hasil ini menunjukkan bahwa profesi kreator digital tidak lagi sekadar aktivitas tambahan, melainkan telah menjadi jalur penghasilan utama bagi sebagian anak muda.

Nilai lebih dari riset ini terletak pada pendekatan gabungan antara analisis kuantitatif dan eksplorasi studi kasus yang memberikan gambaran menyeluruh tentang dinamika ekonomi kreator digital di Indonesia. Penelitian ini juga menyumbangkan model analisis hubungan antara intensitas aktivitas konten, durasi monetisasi, dan tingkat pendapatan, yang dapat digunakan untuk studi lanjutan di bidang ekonomi digital.

Keterbatasan utama penelitian ini terletak pada lingkup geografis yang hanya mencakup lima kota besar dan jumlah sampel yang relatif kecil, sehingga hasil belum sepenuhnya mewakili keseluruhan populasi kreator digital Gen Z di Indonesia. Penelitian selanjutnya dapat memperluas jangkauan wilayah, menambah variabel psikologis dan sosial, serta menganalisis dampak jangka panjang dari profesi kreator terhadap stabilitas ekonomi individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ballesteros, G. A., Rodríguez-Peral, E. M., & Claudio-Quiroga, G. (2022). UNIVERSITY AND BUSINESS: DISRUPTIVE TRAINING METHODOLOGY FOR WIKIPRODUCERS. *Human Review. International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades*, 11. Scopus. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.3882>
- Baum, S., Capozzi, F., & Horiuchi, S. (2022). Rocks, water, and noble liquids: Unfolding the flavor contents of supernova neutrinos. *Physical Review D*, 106(12). Scopus. <https://doi.org/10.1103/PhysRevD.106.123008>
- Bharagav, U., Reddy, N. R., Rao, V. N., Ravi, P., Sathish, M., Shankar, M. V., & Kumari, M. M. (2022). CuWO₄ as a novel Z-scheme partner to construct TiO₂ based stable and efficient heterojunction for photocatalytic hydrogen generation. *International Journal of Hydrogen Energy*, 47(95), 40391–40406. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.ijhydene.2022.07.155>
- Böttner, P., Peschel, T., Brady, A., Heinig, D., Goy, M., Eberhardt, R., & Nolte, S. (2022). Design of a metal-based deformable mirror for orthogonal beam deflection and highly dynamic beam oscillation. *Optics Express*, 30(25), 45178–45194. Scopus. <https://doi.org/10.1364/OE.457364>
- Chang, F., Yang, C., Wang, X., Zhao, S., Wang, J., Yang, W., Dong, F., Zhu, G., & Kong, Y. (2022). Mechanical ball-milling preparation and superior photocatalytic NO elimination of Z-scheme Bi₁₂SiO₂₀-based heterojunctions with surface oxygen vacancies. *Journal of Cleaner Production*, 380. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135167>
- Chen, G., Tan, W., Ran, N., Zhang, J., & Yan, B. (2022). Do urban tourists prefer vegetarianism? An urban-rural comparison of vegetarian consumption in China. *Frontiers in Nutrition*, 9. Scopus. <https://doi.org/10.3389/fnut.2022.996158>
- Dhawan, P., Saini, A., Goel, S., Tyagi, N., & Yadav, H. (2022). A systematic study of the third-order nonlinear optical co-crystal of bis-((diisopropyl)ammonium) dichromate: X-ray, Hirshfeld surface, Optical, and Mechanical analysis. *Journal of Molecular Structure*, 1270. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.molstruc.2022.133869>
- Dziba, K., Enslin, C., & Ndzwayiba, N. (2022). QUEER MARGINALITY AND PLANNING FOR BRAND RESONANCE: A QUALITATIVE CRITIQUE OF THE SOUTH AFRICAN ADVERTISING INDUSTRY. *Communitas*, 27, 106–124. Scopus. <https://doi.org/10.18820/24150525/Comm.v27.8>
- Fu, Q., Liu, P., Qi, F., Li, W., Niu, C., Li, W., Guo, L., Wang, Y., & Liu, Z. (2022). Characteristics of Mirror Misalignment of Plane-Parallel Cavity-Based Optical Parametric Oscillators.

- Zhongguo Jiguang/Chinese Journal of Lasers*, 49(24). Scopus. <https://doi.org/10.3788/CJL202249.2408002>
- Gao, Q., Wang, Z., Li, J., Liu, B., & Liu, C. (2022). Facile synthesis of ternary dual Z-scheme g-C₃N₄/Bi₂MoO₆/CeO₂ photocatalyst with enhanced 4-chlorophenol removal: Degradation pathways and mechanism. *Environmental Pollution*, 315. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.envpol.2022.120436>
- Gao, Q., Zhou, L., Xu, S., Dai, S., Zhu, Q., & Li, Y. (2022). Significant improvement and mechanism of tetracycline degradation with the synergistic piezoelectric effect of ZnO/CuS Z-scheme heterojunction photocatalysts. *Environmental Science: Nano*, 10(2), 581–594. Scopus. <https://doi.org/10.1039/d2en01033j>
- Gao, Y., Jiang, X., Xu, M., & Li, Y. (2022). Proton Imaging Diagnosis of Spontaneous Magnetic Field in Long-Pulse Laser-Plasma Interactions Simulated by FLUKA Program. *Zhongguo Jiguang/Chinese Journal of Lasers*, 49(24). Scopus. <https://doi.org/10.3788/CJL202249.2401001>
- Lian, Y., Peng, S., Yang, X., Jia, J., Li, J., Wang, A., Yang, S., Zheng, R., & Zhou, S. (2022). The vitellogenin receptor gene is involved in lifespan regulation of *Zeugodacus cucurbitae* (Coquillett) after short-term high-temperature treatment. *Frontiers in Physiology*, 13. Scopus. <https://doi.org/10.3389/fphys.2022.1090348>
- Liu, J., Lee, M.-H., Li, C., Meng, X., & Yao, J. (2022). Growth, Structure, and Optical Properties of a Nonlinear Optical Niobium Borate Crystal CsNbOB₂O₅ with Distorted NbO₅ Square Pyramids. *Inorganic Chemistry*, 61(48), 19302–19308. Scopus. <https://doi.org/10.1021/acs.inorgchem.2c03083>
- Liu, K., Zhang, B., Zhang, J., Lin, W., Wang, J., Xu, Y., Xiang, Y., Hisatomi, T., Domen, K., & Ma, G. (2022). Synthesis of Narrow-Band-Gap GaN:ZnO Solid Solution for Photocatalytic Overall Water Splitting. *ACS Catalysis*, 12(23), 14637–14646. Scopus. <https://doi.org/10.1021/acscatal.2c04361>
- Luo, Y., Guo, Q., Xu, J., Zhou, H., Wang, Z., & He, H. (2022). Growth of BaTa_{0.2}Nb_{0.8}O₇-BaNa_{0.25}Ta_{0.75}O₃ Solid Solution Photocatalyst for Visible Light-Driven Z-Scheme Overall Water Splitting. *Energy Material Advances*, 2022. Scopus. <https://doi.org/10.34133/ENERGYMATADV.0003>
- Miao, G., Zhou, M., Zhang, Y., Yang, Z., & Liu, Y. (2022). Nanoarchitectonic composites with direct z-scheme heterojunction of CsPbBr₃ quantum dot/CuCo₂O₄ nanosheet for efficient photocatalytic CO₂ reduction. *Journal of Alloys and Compounds*, 925. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.jallcom.2022.166733>
- Mishra, R. (2022). Changing tourist behavior with growing technology usage: The entry of generation Z tourists. *Dalam Tour. Behav.: Past, Present, and Future* (hlm. 189–202). Apple Academic Press; Scopus. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85152186401&partnerID=40&md5=6f2e47d8f84457b0cf41fec53684ccbe>

- Mu, L., Han, Z., Yu, S., Wang, A., Chen, D., Kong, S., Gu, Y., Xu, L., Liu, A., Sun, R., & Long, Y. (2022). Pan-cancer analysis of ASB3 and the potential clinical implications for immune microenvironment of glioblastoma multiforme. *Frontiers in Immunology*, 13. Scopus. <https://doi.org/10.3389/fimmu.2022.842524>
- Mundy, R. W. (2022). Managing Generational Differences in the Utility Workplace. *Journal of the New England Water Works Association*, 136(4), 17–29. Scopus.
- O'Neill, D. E., Bradley, H. R., Hull, B., Pierce, W., Grewal, I. S., Starr, A. J., & Sathy, A. (2022). Percutaneous screw fixation of the pubic symphysis versus plate osteosynthesis: A biomechanical study. *OTA International*, 5(4), E215. Scopus. <https://doi.org/10.1097/OI9.0000000000000215>
- Pan, J., Teng, Y.-M., Wu, K.-S., & Wen, T.-C. (2022). Anticipating Z-generation tourists' green hotel visit intention utilizing an extended theory of planned behavior. *Frontiers in Psychology*, 13. Scopus. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1008705>
- Pan, J.-J., Fan, W., Wang, Y.-K., Wang, Y.-Y., Wang, W.-H., Li, Y.-F., Wang, R.-L., Qi, M.-G., Wang, H.-F., Ye, Y., & Huang, X.-Y. (2022). Analysis of COVID-19 cases tested positive 14 days later after the entry and re-positive after discharge in Henan Province. *Modern Preventive Medicine*, 49(24), 4519–4523. Scopus. <https://doi.org/10.20043/j.enki.MPM.202207050>
- Panyam, P. K. R., & Buchmeiser, M. R. (2022). Effect of liquid confinement on regioselectivity in the hydrosilylation of alkynes with cationic Rh(i) N-heterocyclic carbene catalysts. *Faraday Discussions*, 244, 39–50. Scopus. <https://doi.org/10.1039/d2fd00152g>
- Shao, T., Chang, Y., Li, Z., Song, Y., Jin, D., Gao, J., Sun, L., & Hou, J. (2022). A chemically bonded and plasmonic Z-scheme junction for high-performance artificial photosynthesis of hydrogen peroxide. *Journal of Materials Chemistry A*, 11(3), 1199–1207. Scopus. <https://doi.org/10.1039/d2ta09122d>
- Sreedevi, P. D., & Ravindran, P. (2022). Elucidating the photovoltaic effect of monoclinic K₂SnBr₆ by mixed-cation mixed-halide substitution from first-principles calculations. *Journal of Physics D: Applied Physics*, 56(3). Scopus. <https://doi.org/10.1088/1361-6463/ac9ec9>
- Stockerl, W. J., & Gschwind, R. M. (2022). Photo enhancement reveals (E,Z) and (Z,Z) configurations as additional intermediates in iminium ion catalysis. *Chemical Communications*, 59(10), 1325–1328. Scopus. <https://doi.org/10.1039/d2cc05976b>
- Swamynayaka, A., Srinivas, M. S., M, V. V., Khamees, H. A., Madegowda, M., Hegde, V. N., Hegde, T. A., & Vinitha, G. (2022). Third-order nonlinear optical studies of Bis(4-methylbenzylammonium) tetrachloridocuprate metal-organic crystal with optical limiting behavior: Experimental and theoretical investigations. *Journal of Molecular Structure*, 1269. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.molstruc.2022.133827>
- Thilaga, K., Selvarajan, P., & Kader, S. M. A. (2022). Crystal growth and physicochemical characterization of urea doped 4-methoxyaniline (U-4MOA) single crystals for NLO and

- antimicrobial applications. *Journal of Molecular Structure*, 1270. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.molstruc.2022.133841>
- Wang, H., Guan, N., Feng, Z., Xiang, W., Zhao, H., & Zhang, X. (2022). Constructing defect engineered 2D/2D MoO₃/g-C₃N₄ Z-scheme heterojunction for enhanced photocatalytic activity. *Journal of Alloys and Compounds*, 926. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.jallcom.2022.166964>
- Welz, O., Pfeifle, M., Plehiers, P. M., Sure, R., & Deglmann, P. (2022). Reaction of OH with Aliphatic and Aromatic Isocyanates. *Journal of Physical Chemistry A*, 126(50), 9333–9352. Scopus. <https://doi.org/10.1021/acs.jpca.2c06011>
- Wills, J. (2022). Sorting out proto-bantu *j. Dalam *On reconstr. Proto-Bantu gramm.* (hlm. 59–101). Language Science Press; Scopus. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7575817>
- Yang, Y., Wang, Q., Zhang, X., Deng, X., Guan, Y., Wu, M., Liu, L., Wu, J., Yao, T., & Yin, Y. (2022). Photocatalytic generation of H₂O₂ over a Z-scheme Fe₂O₃@C@1T/2H-MoS₂ heterostructured catalyst for high-performance Fenton reaction. *Journal of Materials Chemistry A*, 11(4), 1991–2001. Scopus. <https://doi.org/10.1039/d2ta08145h>
- Yin, J., & Birman, V. B. (2022). Phenazine-Based Molecular Actuators: The Second Generation. *Organic Letters*, 24(48), 8759–8763. Scopus. <https://doi.org/10.1021/acs.orglett.2c03450>
- Zeng, Q., Zhao, Z., Du, H., Xiong, X., Zhang, W., Wang, P., Zhang, Z., & Guo, Y. (2022). Separation and compensation of nonlinear errors in sub-nanometer grating interferometers. *Optics Express*, 30(26), 1–21. Scopus. <https://doi.org/10.1364/OE.471714>
- Zhang, Q., Lyu, X., Liu, Z., Li, J., Wang, K., & Guo, X. (2022). Comparison of Raindrop Spectrum Characteristics of Rainfall Caused by Two Typhoons. *Meteorological Monthly*, 48(12), 1617–1628. Scopus. <https://doi.org/10.7519/j.issn.1000-0526.2022.071501>
- Zhang, Y., Qi, S., Yu, J., Zhang, R., Liu, X., & Zhang, K. (2022). Theoretical Study on two Direct Z-scheme Heterostructure Photocatalysts for Efficient Photohydrolysis and Catalytic Oxidation of Formaldehyde, CdS/BiOF and g-C₃N₄/BiOF. *ChemistrySelect*, 7(48). Scopus. <https://doi.org/10.1002/slct.202202723>