

KESENJANGAN DIGITAL ; DAMPAK AKSES DAN LITERASI TEKNOLOGI TERHADAP PARTISIPASI EKONOMI PEMUDA DESA DAN KOTA DI KABUPATEN JEMBER

Mila Mufira¹, Elegi Nur Aisah², Ainul Mutrofin³

Email: mufiramila122@gmail.com¹, eleginuraisah2502@gmail.com², ainunmutrofin2@gmail.com³

Universitas Jember

Abstract: *Globalization is a worldwide phenomenon that has significant impacts on various aspects of human life. One of the tangible effects of globalization is digital development, which has now become an inseparable part of daily life, especially in the economic sector. Young people, whether in rural or urban areas, are the main actors in utilizing digital technology in economic activities. However, this digital development also brings about disparities in economic participation among the youth, particularly in Jember Regency. The difference in access and utilization of technology between rural and urban youth results in disparities in their lifestyles and economic potentials. This research aims to elucidate the phenomenon of digital divide in youth economic participation using the perspective of modernization theory by George Ritzer. This study employs a qualitative approach with data collection techniques including observation, interviews, and document studies. The research results are expected to provide a comprehensive picture of the impact of digital globalization on the economic participation gap among the youth of Jember.*

Keyword: *Gap, Digital, Youth, Modernization.*

PENDAHULUAN

Globalisasi merupakan fenomena yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia karena dampaknya telah meluas ke berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Globalisasi mendorong percepatan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, seperti ekonomi, sosial, budaya, dan lainnya. Indonesia sebagai bagian dari komunitas global juga mengalami perubahan signifikan sebagai konsekuensi dari kemajuan iptek tersebut.

Tentunya dampak globalisasi ini tidak memandang usia, termasuk para pemuda saat ini yang menunjukkan eksistensi dari teknologi itu sendiri dan ini merupakan salah satu dampak nyata dari globalisasi yang mana munculnya peningkatan peran strategis pemuda sebagai agen perubahan. Hal ini didorong oleh posisi mereka yang berada pada usia produktif serta kemampuan dalam mengakses dan memanfaatkan perkembangan teknologi, khususnya teknologi digital. Sebagai produk utama globalisasi, teknologi terus mengalami perkembangan pesat dan telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan pemuda yang bersifat lintas ruang dan waktu.

Fenomena perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi ini juga dapat diamati secara nyata di Kabupaten Jember, dimana pemuda, baik yang berasal dari wilayah desa maupun kota, menunjukkan keterlibatan aktif dalam memanfaatkan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Digitalisasi telah merasuk ke berbagai aspek kehidupan pemuda, mulai dari pola komunikasi, hiburan, hingga cara mereka berinteraksi dan membentuk identitas sosial.

Pengaruh teknologi digital tampak jelas dalam perubahan gaya hidup mereka, di mana interaksi sosial tidak hanya berlangsung secara langsung, tetapi juga melalui berbagai platform media sosial yang memfasilitasi pertukaran informasi secara instan dan lintas batas geografis. Salah satu faktor utama yang mendorong perilaku adaptif ini adalah dorongan kuat dari pemuda untuk tetap relevan di tengah percepatan perkembangan teknologi digital, terutama dalam konteks Revolusi Industri 4.0 yang menuntut keterampilan digital sebagai bagian dari kompetensi dasar. Dalam konteks ini, pemanfaatan teknologi digital tidak lagi terbatas pada komunikasi dan hiburan semata,

melainkan telah meluas ke ranah produktif, khususnya sektor ekonomi. Namun demikian tidak menutup kemungkinan bahwa dengan modernisasi yang berdampak adanya pembangunan itu juga berpotensi menimbulkan ketimpangan seperti keuntungan terpusat pada kelompok tertentu. Dengan demikian fenomena pembangunan diharuskan adanya kritik, mengingat pembangunan dan modernitas memang benar adanya; namun penerapan konsep pembangunan harus dibongkar sebagai narasi yang berorientasi jangka lama kedepannya dan bertujuan untuk menciptakan ruang bagi kemanusiaan. (Rosa, 2022).

Perkembangan digitalisasi ini sesuai konteks diatas dapat dilihat dari meningkatnya penggunaan ruang publik seperti kafe atau co-working space yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat bersosialisasi, tetapi juga menjadi ruang kreatif dan produktif untuk bekerja jarak jauh, mengembangkan bisnis daring, membangun jejaring profesional, hingga melakukan aktivitas ekonomi berbasis digital seperti pemasaran produk melalui e-commerce atau media sosial. Dan dengan perkembangan teknologi ini, serta ada dukungannya di media sosial ini turut menimbulkan adanya banyaknya tempat nongkrong yang digunakan para pemuda (Ramadhani dan Rosa, 2023)

Hal ini menunjukkan bahwa pemuda Jember telah menjadi bagian dari transformasi digital yang lebih luas, meskipun tingkat akses dan pemanfaatan teknologi masih dipengaruhi oleh kondisi geografis dan sosial-ekonomi masing-masing wilayah. Namun demikian, terdapat perbedaan orientasi dan pemanfaatan teknologi digital antara pemuda desa dan kota. Perbedaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi sosial, budaya, ekonomi yang berpengaruh pada akses mereka terhadap teknologi. Karakteristik yang berbeda antara pemuda desa dan kota menyebabkan adanya kesenjangan dalam partisipasi mereka di bidang ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis kesenjangan digital antara pemuda desa dan kota di Kabupaten Jember. Bukan tanpa alasan, tentunya kesenjangan ini memiliki pendorong akan adanya perbedaan mereka dalam partisipasi dalam dunia digital, dan masing-masing memiliki corak kehidupan yang menyebabkan perbedaan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana kesenjangan tersebut memengaruhi pola partisipasi ekonomi pemuda serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong terjadinya perbedaan tersebut dalam konteks globalisasi dan modernisasi.

Penelitian yang dilakukan kali ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan guna mengetahui dan memahami fenomena apa saja yang dialami subjek penelitian (Creswell, 2003). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan etnografi realis. Etnografi realis adalah laporan objektif mengenai situasi, penelitian ditulis menggunakan sudut pandang orang ketiga dan laporan ditulis secara objektif berdasarkan dari data yang diperoleh dari informan (Creswell, 2015).

Peneliti memutuskan menggunakan daerah desa dan kota di Kabupaten Jember yang berpotensi memiliki fenomena adanya peran pemuda dalam pemanfaatan teknologi digital dan untuk menjadi lokasi tempat penelitiannya yakni daerah kota tepatnya di Kecamatan Sumbersari sedangkan terkait dengan daerah desa yakni salah satu desa di Kecamatan Ambulu. Obyek penelitian kali ini adalah corak aktivitas pemuda desa dan kota akan partisipasi mereka pada dunia digitalisasi serta teknologi yang menunjukkan perbedaan atau kesenjangan. Kegiatan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan cara wawancara mendalam serta observasi lapangan. Wawancara yang dilakukan kali ini menggunakan wawancara responsif. Wawancara responsif dipilih karena dengan wawancara ini pertanyaan bisa dirubah saat penelitian berlangsung. Hal ini karena wawancara responsif bisa menyesuaikan dengan situasi di lapangan (Creswell, 2015). Informan yang dipilih oleh peneliti adalah pemuda di desa dan kota Kabupaten Jember yang memiliki peran dalam dunia digitalisasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini

menggunakan model interaktif yaitu dengan mereduksi data wawancara yang sudah dikumpulkan menjadi transkrip dan menampilkan data serta menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori McDonaldisasi (McDonaldization)

Dalam konsep sosiologis teori ini menjelaskan tentang bagaimana sebuah prinsip-prinsip yang berkembang dalam era modern mulai mempengaruhi cara kerja dalam berbagai sektor di masyarakat. Hal ini dijelaskan oleh Ritzer bahwa prinsip-prinsip operasional restoran cepat saji seperti McDonald's telah menyebar dan terus berkembang untuk mempengaruhi pola pikir dalam berbagai sektor masyarakat modern. Teori ini menyangkut beberapa hal di dalamnya seperti, efisiensi, kalkulabilitas, prediktabilitas, serta daya kontrol.

Efisiensi (Efficiency) menjadi upaya yang secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara yang lebih cepat dan praktis dengan tetap menggunakan sumber daya yang rendah. Dalam hal ini, Efisiensi jelas akan menguntungkan konsumen, yang bisa mendapatkan apapun yang mereka butuhkan dengan lebih cepat dan tidak ngoyo. Demikian halnya, para pekerja yang efisien dapat melaksanakan tugas mereka dengan lebih cepat dan mudah. (Ritzer, 2014). Prinsip efisiensi menjadi tolak ukur keberhasilan operasional dalam beberapa aspek seperti pelayanan, pengolahan, maupun ketenagakerjaan. Kalkulabilitas (Calculability) yang menekankan pada aspek kuantitas atau menjadikan angka sebagai tolak ukur dan bukan makna, yang kemudian akan mendorong terjadinya sistem evaluasi dan penilaian yang bersifat seragam dan mekanis.

Prediktabilitas (Predictability), berkaitan dengan keseragaman dan konsistensi dalam harapan untuk pengalaman yang serupa di semua tempat serta waktu. konteks ini dijelaskan oleh Ritzer yang dimana Mcdonald juga menawarkan daya prediksi yaitu, jaminan bahwa produk dan pelayanan akan tetap sama sepanjang waktu dan diseluruh lokasi. (Ritzer, 2014). Hal ini tentu saja akan menyebabkan hasil produk serta proses layanan yang akan terstandarisasi. Kekurangan dalam prinsip ini akan menjadi ancaman karena seiring waktu akan mengikis dinamika sosial, keberagaman budaya, serta kreativitas lokal.

Kontrol (Control through Non-Human Technologies) mencerminkan upaya yang sistematis untuk secara sadar mengatur perilaku individu yang dilakukan melalui penerapan teknologi serta sistem prosedur. Dalam hal ini manusia akan diharapkan untuk selalu dapat memenuhi prosedur serta standar operasional yang telah ditetapkan. Hal seperti ini akan menyebabkan meningkatnya depersonalisasi dan berkurangnya otonomi individu dalam proses sosial maupun ekonomi.

Kesenjangan Akses Dan Literasi

Dalam masyarakat sosial kesenjangan menjadi hal yang tidak dapat dihindari. Hal ini disebabkan adanya perbedaan sumber daya dalam bidang ekonomi, pendidikan, kekuasaan, serta status sosial. Perbedaan yang sangat terlihat adalah adanya kesenjangan sosial antara kota dan desa. Kesenjangan sosial yang dialami kedua lapisan masyarakat tersebut dari berbagai aspek, salah satunya adalah budaya yang berbeda dalam pola hidup (life style). Salah satu contohnya tentang pengelolaan manajemen produk serta pola struktur yang diterapkan.

Kesenjangan akses budaya dalam masyarakat kota dan desa akan semakin memperjelas adanya perbedaan kesempatan dan kemampuan dalam pemahaman produk, nilai, serta praktik budaya modern yang terkhusus pada hal teknologi dan media. Konteks literasi budaya yang merujuk pada kemampuan untuk membaca, memahami, dan merespons produk budaya. Contohnya dalam teknologi digital, media sosial, serta bagaimana operasional pada manajemen modern saat ini.

Perbedaan masyarakat kota dan desa mengacu pada beberapa hal, antara lain akses teknologi yang digunakan, masyarakat kota umumnya memiliki fasilitas serta informasi teknologi yang memadai sedangkan masyarakat desa memiliki akses teknologi yang

mungkin terbatas dan akan bergantung pada infrastruktur. Sebagai contoh nyatanya dapat diambil salah satu bidang manajemen kafe. Kota dan desa memiliki perbedaan yang cukup jauh, mengambil contoh di salah satu kafe Kota Jember, kafe Alokasia yang menonjolkan pengenalan tempat mereka dengan menggunakan teknologi dalam basis media sosial, seperti instagram, tiktok, facebook, dan lain-lain. Sedangkan salah satu kafe di desa Ambulu, kafe SOP hanya mengandalkan dari relasi yang dimiliki atau dari mulut ke mulut. Hal ini terjadi menyangkut adanya kurangnya literasi yang dilakukan oleh masyarakat desa yang masih belum memadai. Sebagaimana yang dijelaskan oleh narasumber yakni

“Untuk pengembangan cafe di Ambulu ini saya juga menyesuaikan dengan karakteristik masyarakat desa mbak, kan di kalo di daerah ini itu sebagian besar adalah petani dan pelajar jadi kami fokus untuk kenyamanan mereka yakni dengan harga yang murah serta rasa yang pas di selera mereka” (Wawancara Wildhany, 1 Mei 2025)

Dan berbeda dengan masyarakat kota akan mengunjungi kafe Alokasia karena adanya rekomendasi dari platform media sosial, sedangkan masyarakat desa akan mengunjungi kafe SOP karena berdasarkan interaksi antara masyarakat.

Dalam teori McDonalisasi dapat menjelaskan fenomena tersebut dalam empat konsep, yang meliputi, efisiensi yang dimana masyarakat kota akan memahami proses manajemen kafe agar terlihat efisien mungkin dengan menerapkan self service, pemesanan via aplikasi, pembayaran digital, dan lain sebagainya. Melihat masyarakat desa akan masih menggunakan sistem manajemen yang manual yang mungkin tidak dapat dikatakan efisien, karena umumnya masyarakat desa lebih membutuhkan nilai sosial yang terkandung di dalamnya. Kalkulabilitas pada kedua aspek tersebut juga sangat berbeda, masyarakat kota melakukan pengukuran kesuksesan dari jumlah penjualan, rating online, ataupun pendapatan harian. Sedangkan masyarakat desa akan merasa sukses jika terdapat manfaat sosial, kesinambungan, serta keterlibatan komunitas.

Dalam konteks prediktabilitas, masyarakat kota sering kali menyeragamkan segalanya dan tetap sesuai prediksi, yang tentunya mengacu pada penciptaan standarisasi. Jika dibandingkan dengan masyarakat desa hal ini akan berbeda karena masyarakat desa sering kali akan melakukan variasi serta adaptasi yang mungkin lebih bisa dihargai dan diterima dan tentunya tidak memunculkan standarisasi. Dengan hal tersebut dalam kontrol sendiri masyarakat kota dapat mengontrol perilaku konsumennya dengan menggunakan teknologi, sedangkan masyarakat desa akan lebih mengutamakan basis kepercayaan serta interaksi secara langsung.

Ketimpangan pemanfaatan dalam menggunakan media sosial sebagai alat ekonomi digital.

Ketimpangan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam ekonomi digital merupakan isu krusial di tengah berlangsungnya transformasi digital. Media sosial, yang kini berperan strategis dalam kegiatan ekonomi seperti pemasaran, penjualan daring, dan pengembangan merek, belum dimanfaatkan secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat. Masyarakat di wilayah perkotaan umumnya memiliki keunggulan dalam hal akses terhadap infrastruktur digital, literasi teknologi, serta kapasitas kewirausahaan, yang memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan media sosial secara produktif. Sebaliknya, masyarakat di wilayah pedesaan masih menghadapi hambatan berupa keterbatasan akses internet, rendahnya literasi digital, serta kurangnya pengalaman dalam memanfaatkan teknologi untuk kegiatan ekonomi, sehingga memperbesar kesenjangan partisipasi dalam ekonomi digital.

Perbandingan antara Kafe SOP di Ambulu (wilayah desa) dan Kafe Alokasia di Jalan Riau (wilayah kota) menunjukkan perbedaan signifikan dalam strategi promosi. Kafe di desa cenderung mengandalkan promosi berbasis relasi sosial dan komunikasi lisan antar masyarakat. Dan hal ini sebagaimana disampaikan oleh narasumber yakni untuk promosi atau pengembangan cafe SOP ini menggunakan relasi mbak, soalnya saya juga merupakan orang organisasi jadi untuk pertemanan alhamdulillah ya ada, temen saya lumayan

banyak. jadi melalui banyak kenalan ini saya mencoba memanfaatkan kesempatan untuk memperkenalkan cafe ini kepada mereka. (Wawancara Wildhany, 1 Mei 2025)

untuk promosi atau pengembangan cafe SOP ini menggunakan relasi mbak, soalnya saya juga merupakan orang organisasi jadi untuk pertemanan alhamdulillah ya ada, temen saya lumayan banyak. jadi melalui banyak kenalan ini saya mencoba memanfaatkan kesempatan untuk memperkenalkan cafe ini kepada mereka. (Wawancara Wildhany, 1 Mei 2025).

Pemanfaatan media sosial masih terbatas dan tidak dilakukan secara konsisten, dengan fokus pasar yang sempit dan citra usaha yang tidak dibangun secara visual. Sebaliknya, kafe di kota secara aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai media utama promosi, dengan strategi konten yang terencana, tampilan visual yang menarik, serta kolaborasi dengan influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan demikian, hal ini menunjukkan adanya perkembangan media pemasaran yang mana setelah adanya promosi media cetak dan elektronik dan masyarakat pada beberapa tempat menggunakan teknologi internet sehingga dapat mengakses informasi dari mana saja dan kapan saja (Rosa, Raharsono, dan Prasetyo 2021)

Dalam perspektif teori McDonaldisasi oleh George Ritzer, perbedaan ini dapat dianalisis melalui empat elemen: efisiensi, kalkulabilitas, prediktabilitas, dan kontrol. Kafe di kota menunjukkan tingkat efisiensi dan kalkulabilitas yang tinggi melalui penggunaan media sosial yang terukur dan sistematis, sedangkan kafe di desa masih mengedepankan pendekatan relasional yang sulit diukur secara statistik.

“penggunaan media sosial seperti instagram kami tidak terlalu mengutamakan ya mbak, soalnya untuk promosi kami menggunakan relasi, rasa kopi untuk pengembangan cafe SOP yang di Ambulu ini. Kami juga kekurangan tenaga kerja mbak untuk menghandle media sosial, jadi fokus kami saat ini adalah memberi harga yang murah, kopi dengan rasa yang pas, serta mengandalkan relasi” (Wawancara Wildhany, 1 Mei 2025)

Dari segi prediktabilitas dan kontrol, kafe di kota menampilkan konsistensi visual dan penggunaan sistem digital, sementara kafe di desa lebih bersifat manual dan variatif. Secara keseluruhan, ketimpangan ini mencerminkan tantangan struktural yang harus diatasi melalui peningkatan literasi digital, pembangunan infrastruktur teknologi yang merata, dan pemberdayaan masyarakat agar transformasi digital dapat berlangsung secara inklusif dan berkeadilan di seluruh wilayah Indonesia.

Solusi

Dalam rangka meningkatkan efektivitas promosi dan daya saing kafe di wilayah pedesaan, pemanfaatan media sosial secara optimal menjadi hal yang sangat penting di era ekonomi digital. Dalam hal ini pemilik dan staf kafe disarankan untuk mengikuti pelatihan dasar mengenai pemasaran digital. Materi pelatihan dapat mencakup pengelolaan akun media sosial, pembuatan konten yang menarik, hingga pemahaman tentang segmentasi target pasar. Kegiatan pelatihan ini dapat difasilitasi oleh komunitas lokal, lembaga pendidikan, atau instansi pemerintah yang memiliki program pemberdayaan UMKM.

Akun media sosial yang telah dibuat sebaiknya mulai diaktifkan dan digunakan secara konsisten. Konten yang diunggah dapat berupa foto menu yang tersedia, suasana kafe, serta momen interaksi pelanggan selama berada di kafe. Konsistensi dalam mengunggah konten akan membantu membangun citra dan kehadiran daring yang kuat. Tidak hanya itu, pemilik usaha dapat mengajak pelanggan untuk membagikan pengalaman mereka di media sosial masing-masing. Unggahan tersebut kemudian dapat dibagikan ulang (repost) oleh akun resmi kafe sebagai bentuk testimoni. Sebagai bentuk apresiasi, kafe dapat memberikan insentif seperti potongan harga atau produk gratis bagi pelanggan yang berpartisipasi.

Menggandeng kreator konten lokal, seperti influencer, fotografer, atau videografer muda di sekitar daerah, dapat menjadi strategi promosi yang efektif dan relatif terjangkau. Kolaborasi ini dapat membantu meningkatkan eksposur kafe kepada audiens yang lebih

luas, khususnya di media sosial. Selain itu, Salah satu daya tarik yang dapat dimanfaatkan adalah suasana khas pedesaan. Elemen lokal seperti pemandangan alam, desain tradisional, atau hidangan khas daerah dapat diangkat sebagai nilai jual yang membedakan kafe desa dari kafe-kafe yang ada di kota. Pendekatan ini juga dapat menarik minat konsumen yang mencari pengalaman autentik.

Perencanaan konten yang sistematis sangat penting untuk menjaga keterlibatan audiens. Misalnya, kafe dapat menetapkan jadwal unggahan sebanyak tiga kali dalam seminggu. Untuk mendukung tampilan visual yang menarik, pemilik dapat memanfaatkan aplikasi desain. Selain itu, respons cepat dan ramah terhadap komentar maupun pesan dari pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas. Interaksi yang baik secara daring juga mencerminkan profesionalisme dan kepedulian terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menerapkan strategi-strategi di atas, kafe yang berada di wilayah desa dapat lebih kompetitif dalam menghadapi dinamika pasar digital, sekaligus memperkuat keterlibatan dengan pelanggan secara berkelanjutan melalui media sosial.

KESIMPULAN

Globalisasi merupakan fenomena yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, termasuk generasi muda di berbagai belahan dunia. Keberadaan globalisasi telah mendorong terciptanya sistem kehidupan digital yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam bidang ekonomi, tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dalam konteks ini, pemuda baik yang tinggal di wilayah pedesaan maupun perkotaan menunjukkan karakteristik yang beragam atau menunjukkan perbedaan dalam sikap dan tingkat partisipasi mereka dalam ekonomi digital.

Perbedaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti latar belakang budaya, tingkat literasi digital, serta akses terhadap teknologi dan informasi. Dengan adanya berbagai faktor yang disebutkan diatas, turut membuat partisipasi ekonomi antara pemuda desa dan kota ini berbeda serta berujung pada kesenjangan antarwilayah. Meskipun kesenjangan antara pemuda desa dan kota dalam memanfaatkan ekonomi digital masih terlihat, kondisi ini seharusnya tidak menyebabkan sebuah problematika serta tidak dipandang sebagai hambatan, melainkan sebagai peluang dan bahan evaluasi baik ditujukan oleh pemuda desa maupun kota. Mengingat masing-masing pemuda baik antara pemuda kota dan desa memiliki karakteristik dan ciri khas yang berbeda.

Dengan kesadaran serta solusi yang tepat, kesenjangan tersebut dapat dijadikan dasar untuk meningkatkan kemampuan adaptasi dan partisipasi pemuda di Kabupaten Jember dalam ekonomi digital secara inklusif sehingga mampu berkembang secara beriringan. Diharapkan melalui proses ini, para pemuda, baik yang tinggal di perkotaan maupun di pedesaan, dapat memanfaatkan teknologi secara optimal. Mereka juga didorong untuk mengembangkan bidang minat dan perhatian masing-masing, dengan tetap menyesuaikan diri terhadap kondisi dan potensi lingkungan tempat mereka berada. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup para pemuda, serta membentuk pribadi yang fleksibel, adaptif, dan tanggap terhadap dinamika serta perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Ritzer, G. (2014). *McDonaldisasi Masyarakat (Pertama)*. Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih di antara Lima Pendekatan (pertama)*. Pustaka Pelajar.
- Rosa, Dien Videa dan Ramadhani, Dimas Enggar. 2023. *Fashion Skena : Kontestasi Tampilan Kaum Muda di Coffee Shop Jember*. Jurnal Tentang pemuda vol 12 no 1 tahun 2023.
- Rosa, D. V. (2022). Editor's introduction: Securing the society. *Journal of Contemporary Sociological Issues*, 2(1), i-iv.
- ROSA, D. V., Raharsono, L. S., & Prasetyo, H.(2021). Increased Sales of Tofu Dregs Crackers Through Marketing Strategy Assistance and Promotional Innovations. *Instastawit Journal*, 2(1).
- Ritzer, G. (2013). *The McDonaldization of society* (8th ed.). SAGE Publications.
- Kumalasari, R. D. (2024, Desember 10). Peran Media Sosial dalam Pemasaran Kewirausahaan. *BBS*

- EBC Malang. <https://binus.ac.id/malang/ebc/peran-media-sosial-dalam-pemasaran-kewirausahaan/>
- Srirejeki, Kiky (2016.) Analisis Manfaat Media Sosial Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk). <https://media.neliti.com/media/publications/233770-aplikasi-media-sosial-untuk-pemberdayaan-8768e77d.pdf>
- Rifai, Danang, dkk. (2022). Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi.
- Permadi, Ricky Noor, dkk. 2022. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Utama Pemasaran Produk UMKM. https://www.researchgate.net/profile/Ricky-Noor-Permadi/publication/363641861_Pemanfaatan_Media_Sosial_Sebagai_Platform_Utama_Pemasaran_Produk_UMKM/links/65b85a7e79007454974bca5a/Pemanfaatan-Media-Sosial-Sebagai-Platform-Utama-Pemasaran-Produk-UMKM.pdf