



GENERASI MILENIAL SEBAGAI AGEN TRANSFORMASI SOSIAL-EKONOMI: MENGURAI PERAN DALAM DIGITALISASI DAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI PERKOTAAN JAKARTA

¹Pramudita Cahya Ningrum

¹ Universitas Satyagama

Jl. Kamal Raya No.2A, Cengkareng Tim., Kecamatan Cengkareng, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11730

Email: pramudita2703@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received

12 Desember 2024

Revised

01 Januari 2024

Accepted

21 Januari 2024

Kata Kunci: Generasi Milenial, Transformasi Sosial-Ekonomi, Digitalisasi, Ekonomi Kreatif, Jakarta.

Keywords: Millennial Generation, Socio-Economic Transformation, Digitalization, Creative Economy, Jakarta.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis peran krusial generasi milenial sebagai agen transformasi sosial-ekonomi di wilayah perkotaan Jakarta. Fokus utama kajian adalah kontribusi signifikan mereka dalam dua aspek utama: digitalisasi dan pengembangan ekonomi kreatif. Melalui pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan analisis data sekunder, penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik unik milenial seperti penguasaan teknologi, jiwa kewirausahaan, dan adaptabilitas terhadap perubahan memungkinkan mereka menjadi motor penggerak inovasi. Dalam konteks digitalisasi, mereka mendorong adopsi teknologi di berbagai sektor, menciptakan ekosistem digital baru, serta memimpin tren media sosial dan e-commerce. Sementara itu, dalam ekonomi kreatif, mereka berperan sebagai inisiator dan pelaku utama dalam industri seperti desain, media, seni, dan kuliner, yang tidak hanya membuka lapangan kerja tetapi juga membentuk identitas ekonomi kota yang modern. Hasil penelitian ini menyoroti bahwa peran milenial tidak hanya bersifat *top-down*, tetapi juga sebagai kekuatan transformatif yang muncul dari bawah, membentuk lanskap sosial dan ekonomi Jakarta secara fundamental.

Abstract

This study analyzes the crucial role of the millennial generation as agents of socio-economic transformation in the urban area of Jakarta. The primary focus is on their significant contributions to two key aspects: digitalization and the development of the creative economy. Through a qualitative approach involving literature review and secondary data analysis, this research demonstrates that the unique characteristics of millennials such as their technological proficiency, entrepreneurial spirit, and adaptability to change enable them to be drivers of innovation. In the context of digitalization, they promote the adoption of technology across various sectors, creating new digital ecosystems, and leading trends in social media and *e-commerce*. Meanwhile, within the creative economy, they act as primary initiators and actors in industries such as design, media, arts, and culinary, which not only create jobs but also shape the city's modern economic identity. The findings highlight that the role of millennials is not just *top-down* but also a transformative force emerging from the bottom up, fundamentally shaping Jakarta's social and economic landscape.

PENDAHULUAN

Jakarta, merupakan ibukota negara Indonesia yang merupakan pusat pemerintahan, ekonomi, dan kebudayaan yang sangat dinamis. Perubahan perilaku atau sikap pada masyarakat di perkotaan terjadi dengan sangat cepat biasanya disebabkan oleh hubungan antara masyarakat perkotaan dengan masyarakat luar. Perubahan ada seiring berjalannya waktu dan begantinya zaman, banyak sekali perubahan di perkotaan mulai dari perubahan dari segi ekonomi, cara berkomunikasi, gaya hidup, budaya maupun cara berpakaian (Indra, 2023)

Perubahan perilaku atau sikap pada masyarakat bisa berdampak pada nilai dan norma-norma yang ada pada tatanan masyarakat. Perubahan perilaku pada masyarakat di Jakarta terjadi dengan sangat cepat dibanding dengan di desa karena masyarakat di perkotaan atau Jakarta datang dari berbagai latar belakang yang cenderung lebih terbuka dengan adanya perubahan. Perubahan perilaku dan sikap juga memiliki kelebihan dan kekurangan (Santoso & Dewi, 2022).

Salah satu faktor utama penyebab perubahan perilaku masyarakat di perkotaan adalah urbanisasi yang pesat, migrasi penduduk dari desa ke perkotaan untuk mencari pekerjaan, pendidikan, dan kehidupan yang lebih baik seringkali menyebabkan perubahan pola hidup, norma, dan nilai masyarakat. Ada banyak sekali faktor yang menyebabkan perubahan sikap atau perilaku pada masyarakat Jakarta (BPS Provinsi DKI Jakarta, 2021).

Digitalisasi dan teknologi generasi milenial di Jakarta memiliki peran besar dalam mempercepat digitalisasi di berbagai sektor, mulai dari e-commerce, fintech, hingga layanan berbasis aplikasi. Penguasaan teknologi dan pemanfaatan internet membuat mereka menjadi penggerak utama dalam perkembangan platform digital. Misalnya, milenial mendominasi penggunaan aplikasi seperti Tokopedia, Gojek, dan Traveloka, yang telah mengubah cara berbisnis dan berinteraksi di Jakarta. Inovasi digital ini menciptakan lapangan pekerjaan baru, termasuk di sektor startup, dan membawa berbagai produk lokal ke pasar global (PwC Indonesia, 2024).

Jakarta adalah pusat dari berbagai industri kreatif seperti desain grafis, musik, film, fashion, dan seni digital. Milenial banyak terlibat dalam pengembangan konten digital yang inovatif, mulai dari influencer media sosial, pembuat konten di YouTube dan TikTok, hingga desainer grafis dan pengusaha di bidang fashion. Jakarta juga menjadi rumah bagi banyak agensi kreatif dan studio digital yang memperkenalkan karya-karya lokal ke dunia internasional. Generasi ini memiliki kemampuan dalam memanfaatkan platform media sosial untuk memasarkan karya seni, produk, dan jasa kreatif mereka secara luas (CNN Indonesia, 2023).

Milenial Jakarta telah menjadi pendorong utama lahirnya berbagai startup, terutama di bidang teknologi dan ekonomi digital. Perusahaan-perusahaan baru yang berbasis teknologi, seperti fintech (Go-Pay, OVO), e-commerce (Bukalapak, Shopee), dan aplikasi

transportasi (Gojek, Grab), sering kali diciptakan dan dipimpin oleh generasi ini. Ekosistem startup yang berkembang pesat di Jakarta juga didorong oleh peran mereka dalam mengembangkan ide bisnis yang relevan dengan kebutuhan zaman, seperti layanan berbasis aplikasi yang mempermudah aktivitas sehari-hari (Firmansyah, 2023).

Milenial di Jakarta juga berperan dalam pemberdayaan ekonomi lokal melalui digitalisasi. Misalnya, mereka mengembangkan platform e-commerce yang mendukung UKM dan produk-produk lokal untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, mereka turut serta dalam inisiatif sosial yang melibatkan teknologi, seperti crowdfunding atau platform untuk donasi dan penggalangan dana yang berbasis online. Digitalisasi memungkinkan banyak pelaku usaha kecil dan menengah untuk mendapatkan visibilitas lebih luas di pasar yang lebih besar (Wahyudi, 2022).

Milenial Jakarta semakin menyadari pentingnya pendidikan dan pembekalan keterampilan di bidang teknologi dan kreativitas. Banyak dari mereka yang mengikuti kursus-kursus digital, pelatihan coding, dan bootcamp untuk meningkatkan kemampuan teknis mereka. Selain itu, mereka juga aktif dalam berbagi pengetahuan melalui media sosial dan platform pembelajaran seperti Udemy, Coursera, dan LinkedIn Learning, yang turut mempercepat adopsi keterampilan baru di kalangan masyarakat Jakarta (Sari, 2024).

Narasi publik seringkali menggambarkan generasi milenial di Jakarta sebagai pahlawan digital yang akan memimpin bangsa menuju era inovasi tanpa batas. Milenial dengan kecakapan digitalnya, diharapkan menjadi motor penggerak utama transformasi ekonomi. Mereka diasumsikan mampu menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif, membuka lapangan kerja baru di berbagai sektor, dan memastikan setiap lapisan masyarakat dapat merasakan manfaat dari digitalisasi. Di atas kertas, peran mereka adalah arsitek masa depan, yang akan menjembatani kesenjangan sosial dan ekonomi melalui teknologi, dari *e-commerce* hingga *fintech*, sehingga pertumbuhan ekonomi tidak hanya terkonsentrasi di satu tempat.

Namun, ketika dicermati lebih dalam, realitas di lapangan menunjukkan adanya kompleksitas yang belum terurai sepenuhnya. Meskipun kontribusi milenial sangat signifikan, transformasi yang mereka bawa masih terfokus pada sektor-sektor yang sudah memiliki ekosistem kuat, seperti transportasi, perdagangan, dan keuangan digital. Ini meninggalkan sektor-sektor esensial lain seperti pertanian, pendidikan, dan kesehatan yang masih lambat dalam beradaptasi.

Akibatnya, terjadi disparitas adopsi teknologi yang memperlebar jurang inovasi antar sektor. Di samping itu, ada kesenjangan keterampilan yang nyata. Banyak milenial memiliki literasi digital dasar, namun kekurangan kemampuan teknis tingkat lanjut seperti *data science* atau *machine learning* yang sangat dibutuhkan oleh industri. Kesenjangan ini

menciptakan anomali, di mana tingkat pengangguran terdidik tetap tinggi meskipun lapangan kerja di sektor digital terus bertambah.

Kondisi ini menegaskan bahwa peran milenial sebagai agen transformasi masih jauh dari kata merata. Dampak yang mereka hasilkan, alih-alih inklusif, justru cenderung terkonsentrasi pada segmen masyarakat yang sudah melek digital. Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tradisional yang tidak terhubung dengan ekosistem digital menghadapi risiko tergerus oleh persaingan pasar yang didominasi oleh platform-platform besar.

Di sisi lain, akses terhadap pendidikan dan pelatihan digital berkualitas sering kali terbatas pada kalangan milenial dengan latar belakang ekonomi yang lebih mapan. Fenomena ini menciptakan kesenjangan sosial-ekonomi baru, di mana potensi transformasi digital tidak dapat dinikmati oleh semua. Oleh karena itu, penelitian yang mendalam tentang fenomena ini menjadi sangat mendesak untuk memahami secara utuh tantangan yang dihadapi milenial, dan merumuskan strategi yang lebih tepat guna untuk mewujudkan transformasi sosial-ekonomi yang adil dan merata di Jakarta.

Giddens, A. (1991) dalam bukunya "Sociology". Cambridge: Polity Press. Memberikan gambaran teori perubahan sosial dari perspektif sosiologi umum, termasuk teori modernisasi dan fungsionalisme. Menurutnya modernisasi mendorong masyarakat tradisional untuk bergerak menuju pola hidup yang lebih rasional dan berbasis teknologi. Namun, dalam masyarakat nelayan, modernisasi sering kali dihadapkan pada tantangan pelestarian budaya lokal, sehingga transformasi tidak selalu diterima dengan mudah.

Kemudian Manuel Castells, dalam karyanya "The Rise of the Network Society" (1996), berfokus pada bagaimana masyarakat telah bertransformasi dalam era digital. Ia menyatakan bahwa teknologi digital dan komunikasi telah menciptakan "jaringan sosial" yang melampaui batas-batas fisik dan geografis, yang sangat relevan bagi milenial di masyarakat urban. Dalam konteks ekonomi kreatif dan digitalisasi, milenial memanfaatkan teknologi untuk berkolaborasi, berinovasi, dan menghasilkan produk kreatif, baik dalam bidang desain, musik, teknologi, dan sebagainya.

Clay Shirky, seorang ahli dalam studi media dan komunikasi digital, berfokus pada bagaimana teknologi memungkinkan orang untuk berkolaborasi dalam skala besar melalui platform digital. Dalam konteks ini, milenial memanfaatkan platform seperti media sosial, marketplace online, dan aplikasi berbasis teknologi untuk mengembangkan dan memasarkan produk kreatif mereka. Shirky mengemukakan bahwa "teknologi memberi peluang untuk kolaborasi tanpa batas" yang sangat cocok dengan semangat wirausaha milenial yang berbasis di dunia digital.

Brynjolfsson dan McAfee, dalam bukunya "The Second Machine Age" (2014), menyatakan bahwa teknologi digital, terutama dalam bentuk otomatisasi dan AI, telah mengubah lanskap ekonomi. Milenial yang terlibat dalam ekonomi kreatif sering kali menggunakan teknologi ini untuk menciptakan produk-produk baru atau memperbaiki cara-cara tradisional dalam bekerja. Mereka

menggabungkan kreativitas dan inovasi dengan alat digital, menciptakan ekosistem yang dinamis dalam masyarakat urban yang berfokus pada digitalisasi.

Howard Rheingold dalam karyanya "The Virtual Community" (1993) menekankan bagaimana komunitas-komunitas virtual yang terbentuk di dunia maya dapat menciptakan peluang ekonomi baru. Milenial, yang tumbuh dengan keakraban terhadap teknologi dan media sosial, menggunakan platform-platform ini untuk membangun jaringan bisnis dan pasar mereka sendiri. Ekonomi kreatif dan digitalisasi menjadi semakin terhubung melalui komunitas-komunitas ini, di mana milenial berkolaborasi dan menghasilkan karya-karya inovatif.

Meskipun teori-teori ini memberikan landasan kuat untuk memahami peran milenial dalam transformasi sosial-ekonomi, masih ada kesenjangan signifikan antara kerangka teoretis dan realitas di lapangan. Teori Shirky tentang kolaborasi tanpa batas, misalnya, mengasumsikan akses yang merata ke teknologi, padahal kenyataannya tidak semua milenial memiliki sumber daya yang sama.

Begitu pula dengan pandangan Brynjolfsson dan McAfee yang berfokus pada transformasi ekonomi, yang seringkali mengabaikan disparitas sosial dan ekonomi yang muncul sebagai akibat dari otomatisasi. Sementara itu, konsep komunitas virtual Rheingold tidak sepenuhnya menjamin bahwa peluang yang tercipta dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat, terutama bagi mereka yang berada di luar "komunitas" tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat urgen untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Kami tidak hanya akan menggunakan teori-teori ini sebagai alat analisis, tetapi juga untuk menguji validitasnya dalam konteks spesifik milenial di Jakarta. Dengan menganalisis secara mendalam bagaimana milenial sebenarnya memanfaatkan teknologi, berkolaborasi, dan menciptakan peluang ekonomi, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih akurat dan komprehensif.

Pada akhirnya, hasil penelitian ini akan menjadi landasan untuk merumuskan kebijakan yang lebih tepat guna, memastikan bahwa transformasi sosial-ekonomi yang dibawa oleh generasi milenial dapat terwujud secara lebih inklusif dan merata, tidak hanya di atas kertas, tetapi juga dalam kehidupan nyata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi dokumentasi. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena peran generasi milenial dalam digitalisasi dan ekonomi kreatif di Jakarta. Fokus pada studi dokumentasi bertujuan untuk menganalisis data sekunder yang telah ada secara sistematis dan komprehensif.

Data penelitian akan dikumpulkan dari sumber-sumber dokumentasi yang relevan, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Data yang diambil biasa berupa data sekunder, contohnya Laporan penelitian, Publikasi resmi, media massa dan dokumen lainnya (dokumen kebijakan, data statistik, profil perusahaan atau komunitas kreatif yang tersedia secara publik).

Teknik utama yang digunakan adalah studi dokumentasi (*documentary study*) di mana peneliti akan mengumpulkan, mengkategorikan, dan menganalisis data yang sudah tersedia. Pertama, pengumpulan dokumen: Mengidentifikasi dan mengunduh atau menyalin dokumen yang relevan dari berbagai sumber daring maupun luring. kedua, verifikasi sumber: Memastikan validitas dan kredibilitas sumber-sumber dokumentasi yang digunakan. Ketiga, kategorisasi data: Mengelompokkan dokumen berdasarkan tema-tema yang relevan dengan judul penelitian, seperti peran milenial dalam *startup*, dampak sosial, atau tren industri kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap sosial dan ekonomi secara fundamental, terutama di wilayah perkotaan. Jakarta, sebagai pusat gravitasi ekonomi Indonesia, menjadi studi kasus yang menarik untuk mengamati bagaimana generasi milenial, dengan kedekatan alaminya terhadap teknologi, berperan sebagai agen transformasi. Bagian ini akan mengurai peran krusial milenial dalam digitalisasi dan pengembangan ekonomi kreatif. Analisis dimulai dengan mengamati data tentang akses internet di Jakarta, yang menjadi fondasi bagi segala bentuk aktivitas digital. Data yang disajikan dalam tabel berikut akan menjadi titik awal untuk memahami infrastruktur digital yang digunakan oleh masyarakat, termasuk milenial, dan bagaimana hal ini memengaruhi dinamika sosial dan ekonomi di ibu kota.

Persentase Penduduk yang Mengakses Internet menurut Media yang Digunakan dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Persen)

Kabupaten/Kota	PC/Desktop		Laptop/Notebook		Tablet		HP/Ponsel		Lainnya	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Kep Seribu	0,35	1,47	7,45	4,77	-	-	98,06	98,09	0,70	0,47
Jakarta Selatan	2,86	5,02	20,81	25,78	-	-	96,65	97,99	1,61	0,54
Jakarta Timur	3,16	3,39	22,20	26,98	-	-	96,46	96,39	0,52	1,09
Jakarta Pusat	3,63	3,35	16,71	16,77	-	-	96,31	98,14	0,13	0,22
Jakarta Barat	4,77	4,77	20,16	22,43	-	-	97,59	97,95	0,42	0,21
Jakarta Utara	4,22	3,71	14,08	18,38	-	-	96,16	97,46	0,87	0,93

DKI Jakarta	3,70	4,13	19,57	23,21	-	-	96,72	97,46	0,76	0,65
-------------	------	------	-------	-------	---	---	-------	-------	------	------

Sumber: Data diolah oleh penulis dari Badan Pusat Statistik (BPS), Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas)

Tabel di atas menunjukkan data tentang persentase penduduk yang mengakses internet di Provinsi DKI Jakarta pada tahun 2022 dan 2023 berdasarkan media yang digunakan. Data ini bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) melalui Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas). Dari tabel ini, terlihat bahwa penggunaan HP/Ponsel mendominasi sebagai media utama akses internet di seluruh wilayah Jakarta, dengan persentase yang sangat tinggi, bahkan mendekati 100%. Data ini menegaskan bahwa perangkat seluler adalah jembatan utama bagi masyarakat Jakarta untuk terhubung ke dunia digital (Badan Pusat Statistik, 2023).

Data pada tersebut juga menunjukkan tren yang konsisten, dominasi ponsel sebagai media utama akses internet. Pada tahun 2023, persentase penggunaan HP/Ponsel di seluruh Jakarta mencapai 97,46%, meningkat dari 96,72% pada tahun 2022. Angka ini jauh melampaui penggunaan perangkat lain seperti laptop/notebook (23,21%) dan PC/desktop (4,13%). Ini menunjukkan bahwa infrastruktur digital yang paling mudah diakses dan digunakan oleh masyarakat Jakarta adalah melalui perangkat seluler (Badan Pusat Statistik, 2023).

Fenomena ini sangat relevan dengan peran generasi milenial. Sebagai digital native, milenial memiliki kedekatan alami dengan teknologi seluler. Mereka tidak hanya menggunakan internet untuk konsumsi informasi, tetapi juga untuk menciptakan nilai ekonomi. Dominasi penggunaan HP/Ponsel ini memfasilitasi berbagai aktivitas ekonomi kreatif, seperti pembuatan konten digital, penjualan daring, dan pemasaran melalui media sosial, yang semuanya dapat dilakukan hanya dengan perangkat seluler.

Dengan demikian, milenial dapat menjadi agen transformasi sosial-ekonomi, memanfaatkan ketersediaan akses digital untuk membangun dan mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif di perkotaan Jakarta. Data ini menjadi landasan kuat untuk menganalisis bagaimana digitalisasi, yang diwadahi oleh perangkat seluler, telah mengubah cara milenial berinteraksi dengan ekonomi dan masyarakat.

Analisis data yang menunjukkan dominasi penggunaan perangkat seluler sebagai media akses internet di Jakarta memberikan gambaran jelas mengenai fondasi digitalisasi di ibu kota. Fondasi inilah yang menjadi katalisator bagi peran generasi milenial sebagai agen transformasi sosial-ekonomi. Dengan infrastruktur digital yang mudah diakses, milenial tidak hanya menjadi konsumen pasif, melainkan juga produsen aktif yang mendorong munculnya tren baru dan model

bisnis inovatif. Salah satu dampak paling signifikan dari fenomena ini adalah transformasi ekonomi, perubahan gaya hidup, perubahan sosial budaya, urbanisasi dan mobilitas.

1. Transformasi Ekonomi

Pertumbuhan Sektor Ekonomi Kreatif: Jakarta telah menjadi pusat utama bagi pertumbuhan sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Perkembangan ini tak lepas dari peran krusial generasi milenial yang mengintegrasikan kreativitas dengan teknologi digital. Munculnya berbagai *startup* dan bisnis rintisan yang didirikan oleh anak muda telah mengubah lanskap ekonomi kota. Mereka tidak hanya menawarkan produk dan layanan konvensional, tetapi juga menciptakan nilai tambah melalui inovasi di berbagai bidang.

Bidang-bidang seperti seni, desain, musik, film, *fashion*, dan kuliner mengalami perkembangan pesat. Di sektor seni, galeri-galeri baru dan ruang kreatif bermunculan, memberikan wadah bagi seniman muda untuk memamerkan karya mereka. Industri musik dan film pun semakin dinamis dengan kehadiran talenta-talenta baru yang memanfaatkan platform digital untuk distribusi dan promosi. Hal ini memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas tanpa harus melalui jalur konvensional (Kompas, 2023)

Selain itu, industri *fashion* dan kuliner di Jakarta juga menjadi magnet bagi pelaku ekonomi kreatif. Berbagai merek pakaian lokal dan kafe-kafe unik yang digerakkan oleh para milenial menawarkan konsep yang segar dan berbeda. Mereka memanfaatkan media sosial dan pemasaran digital untuk membangun komunitas dan menarik pelanggan. Kombinasi antara ide-ide kreatif dan pemanfaatan teknologi ini tidak hanya memperkaya pilihan konsumen, tetapi juga membuka lapangan kerja baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di ibu kota (Detik, 2023).

Dengan infrastruktur digital yang semakin mapan, Jakarta telah memantapkan posisinya sebagai pusat ekosistem startup dan inovasi digital di Indonesia. Kehadiran dan pesatnya pertumbuhan perusahaan-perusahaan teknologi besar seperti Gojek dan Tokopedia menjadi bukti nyata. Perusahaan-perusahaan ini tidak hanya menawarkan platform untuk transaksi dan layanan, tetapi juga menciptakan ribuan lapangan pekerjaan baru, mulai dari pengemudi daring hingga pengembang perangkat lunak, yang sebelumnya tidak ada. Transformasi ini menunjukkan bagaimana ekonomi konvensional bergeser ke arah ekonomi digital, membuka peluang usaha yang lebih luas bagi masyarakat urban (CNN Indonesia, 2023).

Selain itu, geliat ini mendorong perkembangan sektor-sektor ekonomi digital lainnya. Sektor *e-commerce* berkembang pesat dengan munculnya berbagai *marketplace* dan toko daring yang memfasilitasi kegiatan jual beli. Begitu pula dengan *fintech* (*financial technology*), yang

menghadirkan solusi pembayaran digital dan layanan keuangan yang lebih efisien dan mudah diakses. Sektor-sektor lain seperti *edtech* (pendidikan), *healthtech* (kesehatan), dan *agritech* (pertanian) juga turut berkembang, menawarkan solusi berbasis teknologi untuk berbagai permasalahan sosial dan ekonomi.

Perkembangan startup ini tidak hanya berfokus pada sisi komersial, tetapi juga memiliki dampak sosial. Mereka sering kali berperan dalam menyelesaikan masalah sehari-hari masyarakat, seperti kemacetan, akses transportasi, dan layanan keuangan. Dengan demikian, kehadiran perusahaan-perusahaan teknologi ini tidak hanya mengubah lanskap ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada transformasi sosial yang signifikan di Jakarta, menegaskan peran milenial sebagai motor penggerak utama di balik inovasi-inovasi ini.

2. Perubahan Gaya Hidup dan Konsumsi

Digitalisasi telah mengubah cara masyarakat Jakarta berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya, dengan generasi milenial sebagai motor utamanya. Perubahan ini paling kentara terlihat pada pola konsumsi mereka. Jika sebelumnya aktivitas berbelanja, belajar, dan bekerja cenderung dilakukan secara fisik, kini semua dapat diakses melalui satu sentuhan jari pada perangkat seluler.

Fenomena ini didorong oleh pesatnya pertumbuhan *e-commerce*, layanan transportasi *online*, dan berbagai aplikasi berbasis teknologi lainnya. Milenial, sebagai *digital native*, mengadopsi layanan ini dengan sangat cepat. Mereka kini lebih memilih berbelanja daring, tidak hanya karena praktis, tetapi juga karena adanya variasi produk yang lebih luas dan kemudahan dalam membandingkan harga. Aplikasi pesan-antar makanan dan transportasi daring juga telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, menghemat waktu dan tenaga, serta menciptakan model bisnis baru yang fleksibel.

Pergeseran pola konsumsi ini memiliki implikasi yang signifikan. Secara ekonomi, perubahan ini mendorong pertumbuhan ekonomi *gig* dan menciptakan banyak peluang kerja non-tradisional, mulai dari pengemudi daring hingga *influencer* yang mempromosikan produk. Secara sosial, ketergantungan pada layanan digital juga mengubah cara masyarakat berinteraksi. Kebutuhan untuk keluar rumah dan bersosialisasi secara fisik untuk memenuhi kebutuhan dasar berkurang, yang berpotensi memengaruhi dinamika sosial di ruang publik. Oleh karena itu, digitalisasi tidak hanya mengubah cara milenial berbelanja, tetapi juga memodifikasi struktur sosial dan ekonomi kota secara menyeluruh.

Digitalisasi dan ekonomi kreatif telah melahirkan berbagai tren baru di Jakarta yang secara fundamental mengubah pola konsumsi dan perilaku sosial. Munculnya fenomena seperti *foodpreneurship* dan *fashion* lokal yang berkembang pesat adalah contoh nyata. Milenial, dengan

kemampuan mereka memanfaatkan platform digital, tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga produsen aktif yang menciptakan merek-merek baru dan unik. Makanan dan minuman kekinian, pakaian dengan desain otentik, serta produk-produk kreatif lainnya kini meramaikan pasar, didukung oleh pemasaran yang inovatif melalui media sosial.

Secara akademis, fenomena ini dapat dianalisis melalui konsep ekonomi pengaruh (*influencer economy*). Kemunculan *influencer* dan *content creator* yang sukses di Jakarta telah menciptakan ekosistem baru yang sangat berpengaruh. Mereka berfungsi sebagai jembatan antara merek dan konsumen. Melalui konten yang autentik dan personal, mereka mampu membangun kepercayaan dan memengaruhi keputusan pembelian *followers* mereka. Ini merupakan pergeseran dari model pemasaran tradisional yang mengandalkan iklan massal ke pendekatan yang lebih personal dan *targeted*.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa keberhasilan *influencer* dan *content creator* tidak hanya didasarkan pada jumlah *followers*, tetapi juga pada kemampuan mereka untuk menciptakan narasi dan identitas yang resonan dengan audiens. Mereka tidak hanya menjual produk, tetapi juga gaya hidup, nilai, dan aspirasi. Hal ini menunjukkan bagaimana platform digital telah memberdayakan individu untuk menjadi *brand* mereka sendiri, mengubah dinamika pasar dan menciptakan peluang ekonomi yang sebelumnya tidak terbayangkan. Oleh karena itu, tren ini tidak hanya sekadar fenomena budaya pop, melainkan juga manifestasi dari transformasi struktural dalam cara ekonomi bekerja di era digital.

3. Perubahan Sosial dan Budaya

Digitalisasi tidak hanya mengubah aspek ekonomi, tetapi juga secara mendalam memodifikasi struktur sosial dan budaya di Jakarta, dengan generasi milenial sebagai aktor utamanya. Perubahan paling signifikan terlihat pada cara masyarakat berinteraksi dan memelihara hubungan sosial. Media sosial dan aplikasi komunikasi telah menjadi platform utama yang memediasi komunikasi, menggantikan interaksi tatap muka konvensional. Fenomena ini, yang sering disebut sebagai *digital mediation of social relations*, memiliki implikasi yang kompleks dan paradoks terhadap kehidupan sosial milenial di perkotaan.

Dari satu sisi, platform digital menawarkan kemudahan yang luar biasa dalam menjalin dan memelihara koneksi. Milenial dapat dengan mudah berkomunikasi dengan teman, keluarga, dan kolega yang berada di lokasi geografis berbeda. Aplikasi *chat* dan media sosial memungkinkan mereka untuk tetap terhubung secara *real-time* tanpa hambatan jarak. Hal ini dapat dilihat sebagai perluasan jaringan sosial yang tidak terbatas pada lingkungan fisik semata. Kemudahan ini juga memfasilitasi pembentukan komunitas *online* yang berlandaskan minat, hobi, atau profesi, menciptakan ruang-ruang baru untuk kolaborasi dan ekspresi diri.

Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat dilema sosial yang patut dicermati secara akademis. Ketergantungan pada interaksi digital menimbulkan kekhawatiran serius tentang degradasi interaksi tatap muka. Meskipun komunikasi *online* dapat memperkuat ikatan, ia tidak sepenuhnya dapat menggantikan nuansa emosi, bahasa tubuh, dan empati yang hadir dalam percakapan langsung. Hal ini berpotensi menyebabkan keterasingan sosial meskipun individu *terlihat* selalu terhubung. Fenomena ini, yang dikenal sebagai paradoks konektivitas, menunjukkan bahwa semakin banyak orang terhubung secara digital, semakin besar pula potensi mereka merasa terisolasi secara sosial.

Lebih lanjut, analisis akademis menunjukkan adanya hubungan antara penggunaan media sosial yang berlebihan dengan isu kesehatan mental, seperti kecemasan, depresi, dan *Fear of Missing Out* (FOMO). Milenial kerap kali membandingkan kehidupan mereka dengan representasi ideal yang disajikan di media sosial, memicu perasaan tidak puas dan *self-esteem* yang rendah. Tekanan untuk selalu *online* dan menciptakan *persona* yang sempurna di dunia maya juga dapat menimbulkan stres dan kelelahan mental. Dengan demikian, meskipun digitalisasi membuka pintu bagi konektivitas tanpa batas, ia juga menghadirkan tantangan signifikan terhadap kesejahteraan psikologis individu, menjadikannya isu kritis yang perlu dipertimbangkan dalam studi tentang transformasi sosial di Jakarta.

Ekonomi kreatif, yang dipelopori oleh generasi milenial, memiliki peran signifikan dalam membentuk kembali identitas budaya di Jakarta. Fenomena ini menghadirkan sebuah paradoks: di satu sisi, terjadi keterbukaan masif terhadap arus globalisasi, dan di sisi lain, muncul upaya yang kuat untuk melestarikan dan merevitalisasi warisan budaya lokal. Milenial Jakarta secara aktif terlibat dalam proses hibridasi budaya, di mana elemen-elemen global dan lokal dicampurkan untuk menciptakan ekspresi budaya yang baru dan otentik.

Analisis ini menunjukkan bahwa milenial tidak sekadar menerima budaya asing, melainkan melakukan adaptasi dan reinterpretasi. Mereka mengambil inspirasi dari tren global, seperti desain minimalis atau genre musik tertentu, lalu menggabungkannya dengan kekayaan lokal. Contohnya dapat dilihat dalam industri *fashion*, di mana desainer muda mengintegrasikan motif batik atau kain tradisional ke dalam desain modern yang relevan. Hal yang sama terjadi di industri musik, di mana seniman memadukan instrumen tradisional atau lirik berbahasa daerah dengan genre musik kontemporer, seperti *hip-hop* atau elektronik. Proses ini tidak hanya menjaga warisan budaya agar tetap relevan, tetapi juga membuatnya lebih menarik bagi audiens yang lebih muda.

Upaya untuk merevitalisasi budaya lokal oleh generasi milenial ini tidak lepas dari dinamika komodifikasi budaya. Dalam konteks ekonomi kreatif, elemen-elemen budaya, yang sebelumnya dianggap sakral atau tradisional, diubah menjadi produk yang dapat diperjualbelikan.

Di satu sisi, komodifikasi ini memberikan nilai ekonomi baru bagi warisan budaya dan mendorong pertumbuhan bisnis. Namun, di sisi lain, muncul pertanyaan kritis tentang otentisitas dan makna budaya itu sendiri. Apakah esensi budaya lokal masih terjaga ketika ia telah diolah menjadi produk komersial?

Selain itu, digitalisasi juga berperan besar dalam menyebarluaskan identitas budaya baru ini. Platform media sosial dan *e-commerce* menjadi etalase bagi produk-produk budaya kreatif, memungkinkan mereka menjangkau pasar yang lebih luas dan menciptakan *branding* yang kuat. Fenomena ini, yang dapat dianalisis melalui lensa *cultural marketing*, menunjukkan bagaimana budaya kini tidak hanya dikonsumsi melalui tradisi, tetapi juga melalui produk dan konten yang sengaja dirancang untuk pasar. Dengan demikian, peran milenial di Jakarta dalam ekonomi kreatif tidak hanya mengubah lanskap ekonomi, tetapi juga secara aktif membentuk kembali identitas budaya kota, menciptakan sintesis yang dinamis antara tradisi dan modernitas.

Dengan demikian, analisis terhadap peran generasi milenial dalam digitalisasi dan pengembangan ekonomi kreatif di Jakarta menunjukkan bahwa mereka bukan sekadar konsumen pasif, melainkan aktor utama yang mendorong perubahan fundamental. Mereka memanfaatkan infrastruktur digital, terutama akses melalui ponsel, untuk membangun ekosistem ekonomi baru yang inovatif, mulai dari *startup* teknologi hingga bisnis kreatif lokal.

Pergeseran ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memengaruhi cara hidup, pola konsumsi, serta dinamika sosial dan budaya masyarakat urban. Peran milenial dalam hibridasi budaya dan komodifikasi kreatif menunjukkan adanya sintesis antara tradisi dan modernitas, yang pada akhirnya membentuk identitas baru bagi kota Jakarta di era digital. Seluruh temuan ini menggarisbawahi urgensi untuk memahami dan memberdayakan peran milenial sebagai agen transformasi yang berpotensi menentukan arah pembangunan sosial-ekonomi di masa depan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa generasi milenial di Jakarta telah bertransformasi dari sekadar kelompok demografi menjadi agen utama transformasi sosial-ekonomi. Penelitian ini menggarisbawahi bagaimana kedekatan mereka dengan teknologi digital, yang tercermin dari dominasi penggunaan perangkat seluler sebagai media akses internet, menjadi fondasi bagi perubahan fundamental di ibu kota. Peran mereka tidak terbatas pada konsumsi, melainkan meluas ke produksi dan kreasi nilai, yang secara signifikan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif dan sektor digital.

Analisis menunjukkan bahwa milenial menjadi motor penggerak di balik munculnya *startup* dan bisnis kreatif yang mengubah lanskap pasar dan menciptakan peluang kerja baru.

Fenomena ini juga membawa konsekuensi sosial dan budaya yang kompleks, seperti perubahan pola konsumsi, munculnya komodifikasi budaya, dan redefinisi interaksi sosial. Meskipun digitalisasi memfasilitasi konektivitas yang belum pernah terjadi sebelumnya, ia juga menghadirkan tantangan terkait kesehatan mental dan otentisitas hubungan.

Secara kritis, peran milenial dalam hibridasi budaya menunjukkan kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan globalisasi sambil tetap merevitalisasi warisan lokal. Hal ini membuktikan bahwa identitas budaya di era digital tidak bersifat statis, melainkan dinamis dan terus berkembang. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa pemahaman atas peran milenial adalah kunci untuk merumuskan kebijakan yang responsif dan inklusif dalam menghadapi tantangan dan peluang di masa depan. Peran mereka sebagai *digital native* dan *creative class* menempatkan mereka sebagai arsitek utama yang membentuk wajah baru Jakarta, mengintegrasikan teknologi, ekonomi, dan budaya secara harmonis.

DAFTAR REFERENSI

- Amin, M. (2022). Digitalisasi dan Transformasi Sosial: Studi Kasus Jakarta pada Era Milenial. *Jurnal Studi Sosial*, 10(3), 67-79.
- Antoni, S. (2020). Digitalisasi dan Perekonomian Jakarta: Dari Tradisional ke Era Kreatif. *Jurnal Teknologi dan Ekonomi*, 12(3), 112-130.
- BPS (Badan Pusat Statistik). (2020). *Statistik Indonesia 2020*. Jakarta: BPS.
- BPS Provinsi DKI Jakarta. (2021). *Laporan Migrasi Penduduk dan Urbanisasi di Jakarta*. Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta.
- Firmansyah, R. (2023). *Pengaruh Generasi Milenial terhadap Perkembangan Startup di Ibukota* (Tesis tidak dipublikasikan). Universitas Indonesia.
- Ghozali, I. (2017). *Sosial Media dan Perubahan Sosial di Jakarta*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Giddens, A. (2001). *Sosiologi: Edisi Indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Indra, A. (2023). *Dinamika Perkotaan: Studi Perubahan Sosial di Jakarta*. Penerbit Cahaya Ilmu.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020). *Laporan Tahunan Ekonomi Kreatif Indonesia 2020*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Nugroho, R. (2021). Perkembangan Ekonomi Kreatif di Jakarta: Tantangan dan Peluang di Era Digital. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 10(2), 45-62.

- Nugroho, Y. (2016). *Globalisasi dan Pengaruhnya terhadap Perubahan Sosial di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Prasetyo, A. (2020). Transformasi Ekonomi Digital dan Dampaknya terhadap Sektor Kreatif di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(2), 113-125.
- Pratama, M. A. (2019). *Transformasi Digital dalam Ekonomi Kreatif di Jakarta*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- PwC Indonesia. (2024). *Laporan Tren Digitalisasi Indonesia*. PwC Indonesia.
- Rachmawati, E. (2020). Perilaku Konsumen di Era Digital: Studi Kasus di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 24-39.
- Sambodo, P. (2021). Ekonomi Kreatif di Jakarta: Meninjau Perkembangan dan Tantangan Pasca Digitalisasi. *Jurnal Pembangunan Kota*, 5(1), 48-59.
- Santoso, A., & Dewi, P. (2022). Perbandingan Perilaku Sosial: Studi Komparatif Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 15(2), 45-60.
- Sari, T. (2024). *Peningkatan Keterampilan Digital Generasi Muda Jakarta*.
- Sidiq, R. (2018). *Perubahan Sosial Masyarakat Urban: Studi Kasus Jakarta*. Jakarta: LP3M Press.
- Soerjono Soekanto. (2009). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Suryana, Y. (2018). *Kreativitas Anak Muda dalam Mendorong Perekonomian di Jakarta*. Jakarta: Gramedia.
- Suyanto, R. (2019). *Perubahan Sosial di Jakarta: Dampak Ekonomi Kreatif dan Digitalisasi pada Gaya Hidup Generasi Milenial*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- CNN Indonesia. (2023). RI belum tembus 5 besar startup terbanyak di dunia. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240223195337-206-1066675/ri-belum-tembus-5-besar-startup-terbanyak-dunia>
- CNN Indonesia. (2023, Maret 20). *Jakarta Jadi Pusat Kreatif Asia Tenggara dengan Dukungan Konten Digital*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/jakarta-pusat-kreatif>
- Kompas. (2023). Perkembangan seni dan industri kreatif di Jakarta semakin pesat. Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2023/12/07/155227526/mengapa-ekonomi-kreatif-penting-dibangun-di-indonesia?page=all>
- Detik. (2023). 17 Subsektor Ekonomi Kreatif di Indonesia Apa Saja?. Diakses dari <https://finance.detik.com/solusiukm/d-7061869/17-subsektor-ekonomi-kreatif-di-indonesia-apa-saja>

