

**JOGJA DIGITAL VALLEY DAN BUDAYA DIGITAL  
(STUDI PADA INDUSTRI KREATIF DIGITAL  
DI YOGYAKARTA)**

Oleh: Prima Ratih Tunjungsari / Grendi Hendrastomo UNY

primaratih.mail@gmail.com

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai keterkaitan antara pembangunan Jogja Digital Valley dengan budaya digital. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yaitu pelaku industri kreatif digital di Yogyakarta yang menjadi anggota Jogja Digital Valley. Teknik validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jogja Digital Valley (JDV) merupakan sebuah *Creative Centre* untuk pengembangan ide kreatif dan inovatif berbasis aplikasi digital. Pembangunan JDV berfungsi sebagai ruang kerja bersama (*co-working space*) dan inkubator bisnis digital. JDV memudahkan masyarakat untuk berinteraksi dalam bidang digital sehingga dan menjadi *trend* positif bagi perkembangan digital di Yogyakarta. JDV berupaya untuk mendorong dan mengarahkan industri digital, budaya digital dan gaya hidup digital. Peran JDV dalam mendorong pengembangan budaya digital yaitu sebagai *role model* digitalisasi. Pembangunan JDV bertujuan agar masyarakat dapat meningkatkan kualitas hidup dengan pemanfaatan teknologi digital sehingga dapat melakukan kegiatan produktif berbasis teknologi yang bermuara pada peningkatan kesejahteraan.

Kata kunci : Jogja Digital Valley, Budaya Digital, Industri Kreatif Digital

**Abstract**

**JOGJA DIGITAL VALLEY AND DIGITAL CULTURE ( STUDY ON DIGITAL  
CREATIVE INDUSTRY IN YOGYAKARTA )**

This study aimed to examine validity the relationship between development Jogja Digital Valley with digital culture. This study used qualitative research methods. Informants were selected using purposive sampling technique based on the criteria that the digital creative industry in Yogyakarta, a member of Jogja Digital Valley. Teknik validity of the data in this study using the technique of triangulation. Data analysis techniques in this study using qualitative data analysis with interactive model of Miles and Huberman. The results showed that the Jogja Digital Valley (JDV) is a Creative Centre for the development of creative and innovative ideas based digital applications. JDV development served as shared workspaces (*co-working space*) and digital business incubator. JDV easier for people to interact in the digital field and a trend that is positive for the digital development in Yogyakarta. JDV seeked to encourage and direct the digital industry, digital culture and digital lifestyle. JDV role in encouraging the development of digital culture that is as a role model digitization. JDV development aimed to enable communities to improve quality of life with the use of digital technology so that it can carry out productive activities based technology which leads to an increase in welfare.

Key words : Jogja Digital Valley, Digital Culture, Digital Creative Industry

## PENDAHULUAN

Penerapan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin intensif dan masif di semua lini kehidupan umat manusia telah memacu percepatan proses globalisasi. Percepatan globalisasi tersebut disebabkan oleh revolusi teknologi digital sehingga teknologi digunakan dalam semua lini kehidupan manusia. Fenomena tersebut disebut *Internet of Everything* atau IoE (Irianto,2015). Pada periode 2000-an, dengan adanya penemuan komunikasi digital dan internet, telah membawa implikasi terhadap kehidupan masyarakat dan ekonomi yang makin mengglobal. Pada periode ini, kondisi kehidupan masyarakat ditandai oleh perkembangan dan ketergantungan akan informasi yang cukup tinggi.

Seiring dengan perkembangan era ekonomi digital, roda ekonomi pun terus bergerak maju dan kini telah sampai pada orbit ekonomi kreatif (Moelyono,2010 :73).Ekonomi kreatif yang didalamnya terdapat ekonomi kreatif digital merupakan salah satu penggerak ekonomi dan inovasi di Indonesia. Sementara itu untuk menjadi negara maju, Indonesia harus memiliki banyak inovasi dimana *start up* (pelaku industri kreatif digital) dapat menjadi salah satu kunci dalam perwujudannya. (Dew, 2015)

Era ekonomi digital yang telah memasuki orbit ekonomi kreatif menumbuhkan peluang terciptanya industri kreatif berbasis teknologi informasi. Industri tersebut disebut industri kreatif digital.

Industri kreatif digital merupakan industri yang menggabungkan unsur kreatif dan unsur digital pada produk dan jasanya.Industri ini menghasilkan produk hasil dari teknologi informasi yang bersifat kreatif, lain dari biasa dan menjadi solusi dari kehidupan sehari-hari masyarakat (Kriesdinar, 2014).

Industri kreatif digital tersebut meliputi pengembangan *games,software* pendidikan, musik digital ,animasi, *software*, aplikasi dan lain sebagainya. (Kriesdinar, 2014).

Apabila meninjau lebih dalam lagi, Daerah Istimewa Yogyakarta menyimpan sebuah potensi besar pada industri kreatif digital.Potensi yang dimiliki Yogyakarta tersebut diperkuat dengan hasil Sensus Industri Kreatif Digital Jogja pada tahun 2014.

Sensus yang dilakukan oleh Jogja Digital Valley bekerjasama dengan Merah Institute mengumpulkan data tentang pelaku industri kreatif digital. Hasil sensus tersebut menyatakan bahwa selama lima tahun terakhir bermunculan berbagai perusahaan kreatif digital baru. Yogyakarta telah menjadi kota alternatif selain Jakarta dan Bandung dimana para penggiat industri kreatif digital mengembangkan karyanya. Hasil sensus tersebut menunjukkan gambaran umum mengenai industri kreatif digital di Yogyakarta.Gambaran data tersebut menunjukkan kuat dan berkembangnya industri kreatif digital yang memiliki ragam variasi perusahaan di berbagai bidang dan skala yang terkumpul dalam ruang bisnis yang solid. Salah satu yang berperan dalam pengembangan industri kreatif digital di Yogyakarta adalah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) dengan membangun Jogja Digital Valley (JDV).

Jogja Digital Valley merupakan sebuah tempat berupa ruang kerja bersama (*co-working space*) dan inkubator bisnis digital guna melengkapi ekosistem industri kreatif digital. Telkom Jogja Digital Valley memberikan fasilitas yang dinilai sangat membantu industri kreatif digital yaitu fasilitas kantor, bertemu dengan pihak-pihak yang berkepentingan, mendapat bimbingan, diskusi dengan *start-up* lain, koneksi dengan

*venture capital, marketing*, serta kompetisi pada tingkat nasional dan internasional. (Isti, 2014)

Jogja Digital Valley digunakan sebagai sebuah tempat bagi industri kreatif digital untuk mengembangkan ide kreatif dengan media digital. Pengembangan ide kreatif berbasis digital tersebut didorong oleh program inkubasi dan didukung aspek pendanaan dari Telkom Group sehingga dengan adanya hal tersebut, diharapkan dapat menghasilkan suatu produk atau jasa aplikatif yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Apabila ditinjau dari perspektif sosial budaya, pembangunan JDV merupakan salah satu program tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) Telkom Group untuk mengkampanyekan budaya digital dengan mengedepankan aspek bisnis. (dikutip dari wawancara dengan MA, 14 Agustus 2015).

Dalam Kanter (2001), didefinisikan bahwa budaya digital yaitu aspek manusia dari era informasi global yang mempunyai “kekuatan” terhadap ekonomi baru. Selanjutnya dalam Gere (2002) dijelaskan bahwa budaya digital tersebut mempunyai dampak pada aspek sosial, kebudayaan dan kehidupan politik. Seiring dengan berkembangnya budaya digital, terdapat *net generation* atau *digital natives*. Apabila ditinjau secara sosiologis, terjadi perubahan pola interaksi antar *net generation* maupun *digital natives* yang mendorong pada lahirnya generasi baru. Generasi baru tersebut adalah generasi C (Margiono, 2012). Budaya digital tersebut didominasi oleh generasi C yang memanfaatkan teknologi informasi secara dinamis.

## METODE PENELITIAN

### Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian telah dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih 3 bulan dan dilaksanakan pada bulan April sampai Juni 2015. Lokasi penelitian dilakukan di Jogja Digital Valley di Jalan Kartini No.7 Sagan, Yogyakarta.

### Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data berupa catatan lapangan, transkrip wawancara yang direkam dan dokumen yang ditulis oleh informan berupa autobiografi, surat kabar, dokumen kebijakan, filosofi, laporan tahunan, pernyataan pers dan artikel surat kabar elektronik.

### Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data kualitatif terdiri dari transkrip hasil wawancara, catatan lapangan, gambar, foto, rekaman video, dan lain sebagainya.

### Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam melakukan penelitian ini mengumpulkan data dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Peneliti mengamati secara langsung ke tempat penelitian mengenai kegiatan dan agenda yang dilakukan di Jogja Digital Valley

### Validitas Data

Dalam memeriksa keabsahan data, peneliti melakukannya dengan cara triangulasi sumber yaitu dengan menggunakan lebih dari satu orang sumber untuk mendapatkan data yang lebih valid.

### Teknik Analisa Data

Teknik analisis data model interaktif menurut Miles & Huberman terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan. Tahapan pertama adalah tahap pengumpulan data, tahapan kedua adalah tahap reduksi data, tahapan ketiga adalah tahap display

data, tahapan keempat adalah tahap penarikan kesimpulan dan tahap verifikasi

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Kesiapan Jogja Digital Valley dari Aspek Sosial Budaya untuk Mengembangkan Budaya Digital**

#### **a. Pembangunan JDV Sebagai Program CSR Telkom Group**

Guna memberikan ruang kepada masyarakat untuk mengembangkan ide kreatif dan inovatif berbasis aplikasi digital, Telkom Group melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. Program CSR tersebut bertema “Telkom Indonesia untuk Indonesia”. Telkom Group menyusun dan merealisasikan strategi pengembangan masyarakat sebagai salah satu bentuk tanggung jawab sosial. Tujuannya adalah “*enlightening society*,” yaitu mendukung kemajuan masyarakat Indonesia dalam memperoleh kesejahteraan melalui pelaksanaan tiga pilar utama kegiatan-kegiatan CSR antara lain guntuk menciptakan lingkungan digital, masyarakat digital, dan ekonomi digital. Sehubungan dengan hal tersebut, pembangunan Jogja Digital Valley merupakan salah satu bentuk perwujudan program CSR Telkom khususnya pada pilar masyarakat digital dan ekonomi digital. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pendekatan berdasarkan perspektif sosial budaya sehingga fokus penelitian ini menitikberatkan pada program CSR Telkom yakni Jogja Digital Valley dan budaya digital.

Program CSR Telkom tersebut bertujuan untuk menciptakan masyarakat digital dengan mendukung pemberdayaan komunitas melalui edukasi tentang pemanfaatan TIK secara optimal untuk

memudahkan aktivitas kehidupan masyarakat sehari-hari. Sehubungan dengan hal tersebut, Telkom Group menjalankan program Indigo (*Indonesia Digital Community*) bekerjasama dengan MIKTI (Masyarakat Industri Teknologi Informasi dan Komunikasi) melakukan kampanye budaya digital. Kampanye budaya digital tersebut dilaksanakan melalui berbagai kegiatan di Jogja Digital Valley.

Inisiatif Telkom Group dalam melaksanakan kampanye budaya digital tersebut cenderung mengedepankan aspek bisnis. Hal tersebut dilakukan dengan cara mendorong industri kreatif digital di Indonesia, sehingga kebutuhan aplikasi digital masyarakat Indonesia dapat dipenuhi oleh pengembang aplikasi digital dalam negeri.

Berkaitan dengan hal tersebut, secara nasional Telkom telah berupaya mendorong ekosistem industri kreatif digital di Indonesia dengan membangun *Creative Centre* dan *Creative Camp* sebagai ruang kreatifitas dan inovasi dalam pengembangan bidang kreatif digital.

Jogja Digital Valley merupakan sebuah *Creative Centre* untuk pengembangan ide kreatif dan inovatif berbasis aplikasi digital. Sebagai *Creative Centre* untuk masyarakat, pembangunan JDV berfungsi sebagai ruang kerja bersama (*co-working space*) dan inkubator bisnis digital.

JDV memberikan ruang koneksi sosial bagi masyarakat khususnya yang memiliki minat dan ketertarikan untuk pengembangan ide kreatif berbasis aplikasi digital. Sebagai pusat kreatif berbasis teknologi digital, pembangunan JDV mengakomodir dan menjawab kebutuhan sosial (*social needs*) yang diperlukan masyarakat untuk mengembangkan ide kreatif berbasis aplikasi digital.

Oleh sebab itu, pembangunan JDV sebagai *Creative Centre* menerapkan konsep

C2C *Start-up Model* yaitu suatu model praktikal sistem inkubasi bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja bisnis industri kreatif digital Indonesia (Yahya, 2014).

JDV sebagai *Creative Centre* menerapkan konsep *Creativity To Commerce (C2C) Start-up Model*. Konsep tersebut merupakan suatu sistem inkubasi usaha rintisan digital yang mengoptimalkan kreatifitas untuk komersialisasi. Konsep tersebut mengedepankan kreatifitas, ide dan gagasan sehingga dapat dikomersialisasikan dan bermanfaat untuk masyarakat. Konsep tersebut mempunyai nilai-nilai antara lain *Creativity, Collaboration, Networking to Support Collaboration* dan *Commerce*, atau nilai-nilai kreatifitas, kolaborasi dan jaringan kerja guna mendukung kolaborasi dan komersialisasi (Yahya, 2014).

Dengan kreatifitas, kolaborasi, kerjasama dan berbagai kegiatan yang terselenggara, pembangunan JDV ditujukan untuk mendorong pertumbuhan industri kreatif digital. Kolaborasi yang ada di JDV menumbuhkan berbagai peluang – peluang baru yang bermanfaat bagi perkembangan dan pertumbuhan industri kreatif digital. JDV sebagai *public space* terbuka untuk masyarakat sebagai ruang untuk mengembangkan ide, kreatifitas dan inovasi digital.

Melalui pembangunan JDV, literasi digital bagi masyarakat semakin meningkat dan masyarakat menjadi semakin produktif bersama teknologi yang bermuara pada peningkatan kesejahteraan.

#### **b. Pembangunan JDV Sebagai *Co-Working Space***

Pembangunan JDV berfungsi sebagai ruang kerja bersama atau *co-working space* yang terbuka untuk masyarakat dan untuk pelaku industri kreatif digital. Pembangunan JDV sebagai *co-working space* menimbulkan dampak yang

positif dan memberikan keuntungan bagi para pelaku industri kreatif digital di Yogyakarta, antara lain :

- 1) *co-working space* memberikan peluang pada para pelaku industri kreatif digital untuk saling berinteraksi satu sama lain. Interaksi yang terbangun dapat menciptakan *network*, dan menimbulkan inspirasi. Oleh sebab itu, *co-working space* memberikan ruang yang seluas-luasnya untuk tumbuh dan berkembang bersama. Selaras dengan tagline program Indigo Incubator 2015 yaitu *Building strong Indonesia's digitalpreneur with Silicon Valley mindset, work together grow together*.
- 2) *Co-working space* berfungsi sebagai pusat komunitas dan menawarkan kesempatan bagi dunia kreatif dan usaha kecil berkembang dengan pengadaan kelas atau seminar. JDV mendukung pengembangan ketrampilan dan edukasi teknologi digital dengan mengadakan seminar dan *workshop*
- 3) Dengan memanfaatkan *co-working space*, pelaku industri kreatif digital atau perintis usaha dengan perusahaan baru tidak perlu mengeluarkan dana besar untuk menyewa sebuah kantor yang sebenarnya belum tentu diperlukan untuk para *freelancer*
- 4) Industri kreatif digital membutuhkan *co-working space* sebagai kesempatan untuk menghindari bekerja sendirian. Perintis usaha dengan perusahaan baru membutuhkan area kantor yang efisien untuk menghemat uang serta berkesempatan untuk bertemu orang lain yang bisa diajak bekerja sama.
- 5) *Co-working space* menawarkan tempat dan fasilitas untuk bekerja. *Co-working space* di JDV menyediakan ruang kerja, jaringan internet, ruang rapat, *cafe, gadget* dsb

Pelaku industri kreatif digital dapat menggunakan *co-working space* untuk berdiskusi dengan anggota tim yang lain, bertemu mitra kerja, hingga aktivitas pelatihan dan berbagi pengetahuan yang biasa dilakukan diantara sesama individu di bidang industri kreatif digital. Selain itu, *co-working space* di JDV juga dilengkapi dengan fasilitas yang berfungsi untuk memberikan lingkungan yang nyaman dan kondusif untuk melakukan inovasi dan kreasi berbagai solusi ICT

### **c. Pembangunan JDV sebagai Perwujudan Budaya Digital**

Dipandang dari perspektif budaya, pembangunan JDV merupakan suatu budaya artifak sebagai perwujudan hasil karya program CSR Telkom Group. Sehubungan dengan perspektif budaya, JJ Honigmann membagi budaya menjadi tiga wujud yaitu *ideas, activities and artifact* (Setiadi, 2006).

Dengan demikian, berikut ini adalah penjelasan mengenai perwujudan nilai budaya Jogja Digital Valley, antara lain yaitu :

#### **1). Filosofi Pembangunan Jogja Digital Valley**

Filosofi pembangunan Jogja Digital Valley juga tertulis dalam prasasti peresmian yaitu “Dari Telkom untuk Kemajuan dan Kemandirian ICT Bangsa.” Filosofi yang mempunyai tujuan mulia untuk kemajuan dan kemandirian ICT bangsa tersebut, merupakan tujuan dan nilai-nilai yang diharapkan oleh Telkom sebagai perusahaan BUMN di bidang teknologi, sehingga dapat meningkatkan peradaban kehidupan dan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan ICT. Melalui pembangunan Jogja Digital Valley, filosofi tersebut diwujudkan dengan aktivitas bersama para pelaku industri kreatif digital dengan didasari oleh tujuan

dan nilai-nilai budaya yang mengadopsi mindset Sillicon Valley

#### **2). Mengadopsi Mindset Sillicon Valley**

Pembangunan JDV mengadopsi mindset Sillicon Valley. Mindset Sillicon Valley yang dimaksud adalah keyakinan akan pola pikir dan pola kerja di Sillicon Valley sebagai daerah pusat teknologi dunia. Mindset Sillicon Valley diperuntukan bagi pengusaha digital yang mengeksplorasi ide dan gagasan dengan berbagai inovasi modern. Mindset para pengusaha digital di Sillicon Valley bekerja setiap hari untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Pola pikir dan pola kerja pengusaha digital di Sillicon Valley menerapkan visi menjadi aksi yang terukur guna mendapatkan profit dari pengembangan aplikasi digital. Mindset Sillicon Valley tersebut diterapkan melalui pembangunan Jogja Digital Valley agar dapat mengejar ketertinggalan Indonesia dalam industri kreatif digital. Kekuatan mindset Sillicon Valley tersebut kemudian menjadi tagline program Indigo Incubator di Jogja Digital Valley yaitu “*Building Strong Digitalpreneur with Sillicon Valley Mindset*” atau Membangun Pengusaha Digital yang Kuat dengan Mindset Sillicon Valley. Keyakinan akan mindset Sillicon Valley tersebut disebabkan karena kesuksesan Sillicon Valley yang menghasilkan perusahaan IT terbesar di dunia menjadi harapan bagi tujuan-tujuan dan nilai-nilai Jogja Digital Valley. Harapannya, dengan menerapkan mindset Sillicon Valley maka pola pikir dan pola kerja dari para pelaku industri kreatif digital dapat megacu pada Sillicon Valley sehingga membentuk budaya kerja positif dan produktif yang bermuara pada filosofi pembangunan JDV yakni untuk kemajuan dan kemandirian ICT bangsa Indonesia.

### 3). Budaya berupa Gagasan dan Ide

Pembangunan JDV didasari oleh adanya ide – ide, dan gagasan tentang perspektif *ICT Minded*. Perspektif *ICT Minded* yaitu pola pikir masyarakat dalam berbagai bidang hendaknya mampu menempatkan ICT sebagai *power best solution*. Sebagai bentuk tanggung jawab sosial Telkom Group kepada masyarakat, melalui pembangunan JDV, Telkom berupaya untuk menumbuhkan *perspektif ICT Minded* kepada masyarakat. Ketika *ICT Minded* telah tertanam dalam diri masyarakat maka segala bentuk prosedur, sistem dan manajemen modern berbasis ICT apapun dapat diterima dan dijadikan sebagai payung pekerjaan yang akan mampu meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam meningkatkan kualitas kehidupan.

### 4). Budaya berupa Tindakan dan Aktifitas

Aktifitas di JDV terlihat dari serangkaian kegiatan pelaku industri kreatif digital yang berpola. Aktifitas dan tindakan berpola dalam menggunakan teknologi untuk memudahkan dan meningkatkan kualitas kehidupan merupakan salah satu ciri adanya budaya digital.

- a. **TechTalk** : Program bincang teknologi yang diadakan secara rutin dengan mendatangkan pembicara expert di bidang teknologi
- b. **BizTalk** : Program bincang bisnis teknologi yang mendatangkan pembicara expert di bidang industry kreatif digital
- c. **#Jagoongan** : Sebuah program rutin yang diadakan satu minggu sekali dengan konsep bincang-bincang (talkshow) dengan para pengembang kreatif digital (*developer startup*) Perbincangan tersebut di upload di youtube dan tersedia di website [www.jogjadigitalvalley.com](http://www.jogjadigitalvalley.com)
- d. **Seminar/Workshop/Talkshow**: Diadakan secara internal maupun eksternal dengan kolaborasi bersama

komunitas digital maupun instansi yang bergerak di industri kreatif digital

Pembangunan JDV menyediakan fasilitas untuk mendukung berbagai aktifitas yang berkaitan dalam bidang teknologi digital. Fasilitas tersebut dapat digunakan oleh industri kreatif digital maupun komunitas. Fasilitas tersebut mendukung aktifitas maupun kegiatan berpola di JDV.

### 5). Budaya berupa Artefak

Artefak adalah wujud kebudayaan fisik yang berupa hasil dari aktivitas, perbuatan, dan karya berupa benda-benda atau hal-hal yang dapat diraba, dilihat, dan didokumentasikan. Perwujudan kebudayaan fisik atau artifak di JDV diperlihatkan melalui fasilitas yang tersedia sebagai sarana dan prasarana yang mendukung aktifitas kreasi dan inovasi dalam pengembangan ide kreatif digital.

Tabel 1. Kebudayaan Fisik ( Artifak ) di JDV

Gedung bangunan JDV
<i>Co-working space</i> (ruang kerja bersama)
<i>Meeting room</i> ( ruang meeting )
<i>Gadget room</i> (ruang gadget)
<i>Incubation room</i> (ruang inkubasi)
<i>Private room</i> (ruang private)
<i>Lounge</i>
<i>Server room</i> ( ruang server )

Sumber : dokumentasi penulis

### d. Masyarakat Generasi C di Jogja Digital Valley

Menurut Profesor Rhenald Khasali, Generasi C atau Gen C merupakan generasi era digital yaitu generasi yang sangat dekat dengan teknologi informasi. Pengguna Jogja Digital Valley adalah para pelaku kreatif digital yang menampilkan ciri khas Gen C yang sangat dekat dengan teknologi informasi. Sesuai dengan konsep C2C

Startup Model, karakter pengguna JDV memiliki nilai- nilai kreasi, kurasi, koneksi dan komunitas. Masyarakat Gen C di JDV terwujud dari kehidupan dan aktifitas penggunaan teknologi digital. Artinya, keberadaan Gen C semakin mengukuhkan adanya budaya digital di JDV karena adanya kegiatan dalam aktifitas yang dimediasi oleh material internet. Disamping itu, apabila ditinjau secara positif, keberadaan masyarakat Gen C merupakan suatu peluang bagi pelaku industri kreatif digital karena Gen C yang selalu terkoneksi internet adalah pengguna dari produk *software* maupun aplikasi yang dihasilkan oleh industri kreatif digital. Fenomena masyarakat Gen C di JDV tersebut tidak bisa dihindari karena kebutuhan akan penggunaan teknologi digital semakin intensif dalam kehidupan. Keberadaan masyarakat Gen C di JDV tersebut menandakan bahwa masyarakat khususnya industri kreatif digital di JDV telah masuk dalam budaya digital. Oleh sebab itu, yang menjadi tantangan bagi masyarakat Gen C adalah bagaimana langkah yang tepat dalam memanfaatkan teknologi digital tersebut.

## **2. Ekosistem yang dikembangkan JDV untuk mengembangkan budaya digital**

### **a. Potensi Industri Kreatif Digital**

Sebelum membahas mengenai potensi industri kreatif digital di Yogyakarta, pertama-tama perlu diketahui bahwasanya kategori yang termasuk ke dalam industri kreatif digital tersebut, antara lain yaitu :

Animator, Blogger, Content Writer, Digital Creative Agency, Internet Marketing, Developer Web/ Desktop/ Mobile/ Game, Startup, Social Media, E-Commerce dan Media Digital.

Yogyakarta mempunyai potensi dalam pengembangan ekosistem kreatif digital.

Potensi tersebut karena Yogyakarta memiliki ekosistem yang sudah sangat lengkap, mulai dari pelaku industri kreatif digital dan pelaku akademis dengan banyaknya kampus IT. Potensi ekosistem tersebut dinilai sudah sangat lengkap, namun tidak saling berkoneksi , tidak ada koordinasi dan bergerak secara sendiri-sendiri.

Dengan potensi industri kreatif digital yang cukup besar tersebut, pembangunan JDV memberikan berbagai manfaat bagi pengembangan potensi industri kreatif digital. JDV memberikan ruang untuk saling berinteraksi bagi pengembangan potensi industri kreatif digital. Dengan demikian, potensi industri kreatif digital dapat semakin berkembang melalui adanya kreatifitas, kolaborasi dan inovasi serta berbagai kegiatan pelatihan dan seminar yang diselenggarakan. Modal utama dalam industri kreatif digital adalah sumber daya manusia (SDM), sejak adanya JDV, talenta-talenta SDM tersebut semakin berkembang karena sebagai wadah interaksi, segala informasi mengenai pengembangan SDM menjadi lebih terbuka. Sejak dibangunnya JDV, kegiatan industri kreatif digital di Yogyakarta menjadi terpusat dan tidak sporadic. Melalui JDV para perusahaan rintisan digital (*start-up*) maupun pencari kerja (*job hunter*) bisa saling berkumpul, berdiskusi, dan berkolaborasi tentang IT, desain dan lain-lain, sehingga hubungan yang tercipta di Jogja Digital Valley bisa saling menguntungkan.

Dengan potensi industri kreatif digital yang besar tersebut, JDV berperan untuk mendorong dan mengembangkan potensi industri kreatif digital sehingga dapat menciptakan ekosistem yang kuat. Dengan ekosistem yang kuat maka industri kreatif digital dapat mensuplai konten digital kreatif untuk masyarakat sehingga aplikasi digital semakin berkembang dan menjadi solusi digital

untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Pada akhirnya apabila masyarakat telah terbiasa bergantung dengan pemanfaatan teknologi digital maka dapat dikatakan telah terjadi perwujudan budaya digital

### **b. Ekosistem Industri Kreatif Digital**

Membangun budaya digital di sebuah wilayah membutuhkan ekosistem yang saling terintegrasi. Ekosistem industri kreatif digital merupakan fondasi yang akan menguatkan terwujudnya budaya digital dalam masyarakat. Hal tersebut karena industri kreatif digital merupakan industri yang mensuplai konten aplikasi digital kepada masyarakat. Apabila dikaitkan dengan terwujudnya budaya digital, untuk membangun suatu ekosistem industri kreatif digital yang kuat, ekosistem industri kreatif digital di Yogyakarta perlu belajar dari ekosistem industri kreatif digital di Silicon Valley. Disisi lain, Manajemen JDV pun menyadari bahwa JDV bukan entitas milik Jogja, melainkan milik Telkom. Oleh sebab itu kendali JDV berada dibawah Telkom dan bukan pada industri kreatif digital

Oleh sebab itu, Pemerintah melalui Menkominfo mendorong pelaku industri kreatif digital di Yogyakarta untuk membentuk Asosiasi Digital Kreatif (ADITIF). Tujuan pembentukan Aditif yaitu untuk mempererat hubungan antara sesama pelaku industri kreatif berbasis digital di Indonesia. Aditif bertujuan membangun ekosistem industri yang baik dengan cara bersinergi dengan berbagai pihak seperti Pemerintah Daerah, Pemerintah Pusat, Lembaga Pendidikan, Investor. Rencana jangka panjang Aditif adalah mengembangkan ekosistem industri kreatif digital di Indonesia yang secara tidak langsung meningkatkan perekonomian daerah. Dengan tujuan tersebut, Aditif akan berperan aktif dalam menjalin hubungan baik dengan seluruh *stakeholder* dalam

industri kreatif digital yaitu pelaku industri, pemerintah, lembaga akademis dan investor. Aditif berharap agar masyarakat Yogyakarta bisa merasakan manfaat dalam bidang digital.

ADITIF mengajak pelaku industri kreatif digital di Jogja untuk membangun ekosistem industri kreatif digital bersama-sama demi mewujudkan “Jogja Kota Digital Valley”. Dapat disimpulkan bahwa dengan mewujudkan ekosistem industri kreatif digital yang saling berintegrasi, berkoneksi dan berkolaborasi antara industri, akademisi dan pemerintah maka industri kreatif digital menjadi semakin berkembang dan produktif dalam menyediakan konten digital kreatif kepada masyarakat. Dengan demikian, diharapkan agar konten digital kreatif semakin banyak memberikan manfaat dan kontribusi positif kepada masyarakat.

### **c. Tantangan dalam Mewujudkan Budaya Digital**

JDV merupakan sebuah wadah yang diperuntukan bagi pelaku industri kreatif digital untuk mengembangkan ide dan inovasi berbasis digital. Pembangunan JDV terbuka bagi kalangan masyarakat yang memiliki potensi dan ketertarikan dalam bidang kreatif digital. Oleh sebab itu, guna mewujudkan budaya digital melalui JDV, hendaknya JDV membuka pintu seluas-luasnya kepada seluruh elemen masyarakat sehingga terbentuk sinergi positif yang bermuara pada perwujudan budaya digital. Untuk mewujudkan ekosistem budaya digital yang saling bersinergi. JDV hendaknya berperan sebagai jembatan penghubung antara masyarakat, universitas, pemerintah dan industri dalam bidang kreatif digital.

JDV yang diibaratkan sebagai kawah candradimuka dalam ‘menggodok’ inovasi teknologi hendaknya dapat menjadi pusat yang menghubungkan elemen masyarakat, universitas, pemerintah dan industri dalam

mengkampanyekan budaya digital. Kampanye budaya digital bertujuan agar teknologi digital dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Akan tetapi, pemanfaatan teknologi digital tersebut baru dapat dimanfaatkan oleh sebagian orang saja, sehingga muncul jarak atau kesenjangan digital. Kesenjangan digital (*digital divide*) terjadi antara masyarakat yang memiliki kemampuan dan pengetahuan mengenai teknologi dan dengan masyarakat yang tidak memiliki (Hubeis, 2010). Untuk meminimalisir kesenjangan digital tersebut, JDV berperan dalam mensosialisasikan manfaat produk dan jasa teknologi digital kepada masyarakat, universitas dan pemerintah. Dengan hal tersebut diharapkan fenomena kesenjangan digital (*digital divide*) dapat diminimalisir. Sehubungan dengan hal tersebut, JDV berperan untuk :

- a. Melakukan sosialisasi produk IT dan manfaatnya kepada masyarakat
- b. Melakukan sosialisasi dengan *roadshow* ke universitas dan mengenalkan dunia IT-preneur
- c. Melakukan sosialisasi IT dalam forum Pemerintah Daerah dalam konteks memberi masukan

Sejauh ini selain masih terjadi fenomena kesenjangan digital, hubungan antar elemen tersebut belum bersinergi, sehingga untuk mewujudkan budaya digital, seluruh elemen tersebut perlu membiasakan diri dalam penggunaan teknologi digital. JDV sebagai entitas milik Telkom berupaya melakukan literasi digital kepada elemen – elemen tersebut sehingga diharapkan dapat mewujudkan budaya digital dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

### **3.Peran Jogja Digital Valley dalam Mengembangkan Budaya Digital di Yogyakarta**

Peran JDV dalam mendorong pengembangan budaya digital yaitu sebagai

pelopor, penggerak dan inovator digital di Indonesia. Sebagai percontohan dalam bidang digital, pembangunan JDV berupaya untuk mendorong dan mengarahkan industri digital, budaya digital dan gaya hidup digital. Dengan demikian, sebagai *role model* digitalisasi, melalui peran JDV diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan pemanfaatan teknologi digital.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai peran JDV dalam pengembangan budaya digital

#### **a. Mendorong Industri Kreatif Digital untuk Mengembangkan Produk dan Jasa Aplikasi**

Peran JDV dalam mendorong pengembangan budaya digital antara lain dengan mendorong industri kreatif digital untuk mengembangkan produk dan jasa aplikasi. Pelaksanaan program tersebut adalah melalui program Inkubasi. Inkubasi adalah wahana komersialisasi riset dan penciptaan lapangan kerja baru yang pada akhirnya tercipta rantai susulan lapangan kerja yang diharapkan terciptanya suatu usaha yang mempunyai nilai tambah, mampu menciptakan lapangan kerja dan jalinan kerjasama yang erat antara universitas-industri-masyarakat-pemerintah.

Program inkubasi yang dilaksanakan di JDV adalah Indigo Incubator. Indigo Incubator adalah wadah inovasi ide kreatif berbasis digital. Selain itu, Indigo Incubator merupakan program apresiasi kepada *startup* / entrepreneur yang dinilai berhasil membuat ide, produk, maupun bisnis inovatif digital yang diinginkan pelanggan serta mendorong tumbuhnya *digitalpreneur* baru dalam industri digital. Dengan demikian Indigo Incubator merupakan program komprehensif yang didesain khusus untuk mendukung perkembangan startup Indonesia. Pada tahun 2015, Program Indigo Incubator mengusung tema “*Building Strong*

*Indonesia's Digitalpreneur with Silicon Valley Mindset*” dan tagline “*Work Together Grow Together*”. Calon *tenant* untuk program Indigo Inkubator tidak dibatasi hanya untuk startup yang telah memiliki produk saja namun juga terbuka bagi startup yang baru memiliki ide produk.

Tim *start-up* yang lolos pada Indigo Incubator 2015, resmi diinkubasi di Jogja Digital Valley. Tim startup tersebut, antara lain :

#### 1) Layerfarm

*Layer Farm* adalah aplikasi untuk memonitor dan menganalisa performansi produksi telur harian dari suatu kandang yang dimiliki peternak ayam petelur. Dengan aplikasi ini diharapkan peternak dapat mengoptimalkan produksi telurnya untuk mendapatkan profit yang maksimal dan melakukan antisipasi dini atas hal-hal yang tidak sesuai dengan rencana. Platform Layerfarm membantu para peternak ayam petelur memonitor dan menganalisis performa produksi telur harian ternak mereka. Peternak juga bisa memonitor pengeluaran pakan, berat ternak, hingga membantu pengelompokan ternak.

#### 2). GoPos

GoPos membawa ide kreatif yang berawal dari kesulitan UKM dan retailer owner dalam mengoperasikan kasir versi desktop untuk mencatat penjualan dan mencetak struk belanja. Produk GoPos berupa aplikasi kasir prabayar offline dengan biaya sewa Rp 1.700 per harinya. GoPos merupakan aplikasi kasir instan yang memudahkan pemilik bisnis mencatat dan merekap laporan, serta mencetak struk penjualan mereka. Untuk saat ini aplikasi GoPos masih dalam tahap pengembangan.

#### 3). DecaDeco

DecaDeco adalah sebuah startup yang bergerak di bidang *e-commerce* untuk dekorasi rumah. DecaDeco menyediakan *marketplace*

husus untuk produk dekorasi rumah. Untuk itu, visi DecaDeco adalah memfasilitasi desainer dan entrepreneur muda Indonesia yang bergerak di bidang interior dan dekorasi rumah khususnya UKM untuk dapat menjual produk mereka ke pasar yang lebih luas. DecaDeco tengah mengembangkan fitur yang memungkinkan penggunanya membuat desain 3D ruangan dengan mudah.

#### 4). Pora

Pora merupakan *game* Android besutan NED Studio. Pora merupakan *game puzzle* yang mengharuskan penggunanya “membersihkan” danau toba dengan berbagai *game play* yang menarik. Pora The Lake Rescuer adalah produk gamesnya.

#### b. Memberikan Sosialisasi dan Edukasi Mengenai Berbagai Macam Produk Teknologi Digital kepada Masyarakat

Peran JDV dalam mendorong pengembangan budaya digital yaitu dengan memberikan sosialisasi dan edukasi mengenai berbagai macam produk teknologi digital kepada masyarakat. Program tersebut dilaksanakan melalui program *Indonesian Digital Community* (INDIGO). Melalui program tersebut Telkom Group berupaya untuk mengkampanyekan budaya digital. Kampanye budaya digital tersebut salah satunya dilakukan melalui kegiatan-kegiatan di Jogja Digital Valley.

Untuk mencapai tujuan dalam membangun budaya digital, JDV melalui program *Indonesia Digital Community* mendefinisikan tahapan program kampanye budaya digital, antara lain :

**a. Awake** :Menumbuhkan *awareness* kepada publik dan menginspirasi masyarakat terhadap peluang baru dalam industri kreatif digital. Dengan pelaksanaan program *awake*, diharapkan dapat mewujudkan tujuan utama

pembangunan JDV yaitu untuk merubah *mindset* generasi muda mengenai peluang pekerjaan di industri kreatif digital yang menjanjikan dan prospektif di masa depan. Melalui sosialisasi dan edukasi mengenai peluang pekerjaan dalam bidang industri kreatif digital kepada generasi muda, diharapkan dapat menumbuhkan ketertarikan dan minat untuk menjadi pelaku industri kreatif digital yang potensial dan prospektif di masa depan.

- b. **Inspire** :Program inspire dilakukan melalui *story telling* mengenai bagaimana dan mengapa industri kreatif tumbuh dan berkembang.
- c. **Connect** :Pelaksanaan program *connect* dilakukan melalui program Indigo Incubator di JDV. Telkom Group mencari bibit-bibit unggul dan potensi yang diharapkan akan sukses mengelola bisnis atau industri kreatif digital melalui ide kreatif dan *network* yang ada. Program ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem industri kreatif digital sehingga menjadi produk atau layanan yang akan dipasarkan.
- d. **Engage** :Pelaksanaan program *engage* antara lain dengan mengajak partisipasi masyarakat dan komunitas pencinta digital untuk membangun hubungan emosional yang harmonis dan *sustainable* dengan pelaku atau tokoh industri kreatif digital. Keterlibatan partisipasi masyarakat dan komunitas digital tersebut diawali dengan sosialisasi dan edukasi melalui pengenalan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat

### **Beberapa Temuan Pokok Penelitian**

Beberapa pokok temuan penelitian yang didapat peneliti dari pengumpulan data yang dilakukan di lapangan adalah sebagai berikut :

1. Pembangunan JDV merupakan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) Telkom Group untuk kemajuan dan kemandirian Indonesia melalui pengembangan teknologi informasi dan komunikasi.
2. JDV merupakan ruang publik sebagai kesatuan integratif dan pusat segala sumber daya dalam bidang teknologi informasi yang tercipta dari ide dan gagasan Telkom Group. JDV merupakan ruang kerja bersama (*co-working space*) dan inkubator bisnis ICT untuk pengembangan teknologi digital berbasis aplikasi.
3. Telkom Group berharap dengan adanya JDV akan memudahkan masyarakat untuk berinteraksi dalam bidang digital. Dengan hal tersebut diharapkan akan menjadi *trend* positif bagi perkembangan digital di Indonesia khususnya di Yogyakarta
4. Pengembangan aplikasi teknologi digital yang dihasilkan oleh industri kreatif digital di JDV dapat bermanfaat untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat.
5. Dengan menggunakan fasilitas di JDV diharapkan masyarakat dapat melakukan kegiatan produktif berbasis teknologi
6. Aspek budaya dalam pembangunan JDV yaitu dengan mengadopsi *mindset* Silicon Valley sehingga diharapkan dapat memberikan semangat dan dorongan untuk tumbuh bersama bagi para pengusaha digital.
7. Perwujudan budaya digital di JDV ditandai dengan keberadaan masyarakat Gen C yang selalu terkoneksi dengan jaringan internet. Generasi C atau *digital natives* tersebut menunjukkan nilai-nilai,

- perilaku dan sikap yang digambarkan sebagai generasi yang optimis dan berbasis pada usaha kerja bersama yang mempunyai kemahiran dalam hal teknologi.
8. JDV berupaya untuk mengembangkan ekosistem yang mendukung perwujudan budaya digital diantaranya dengan mendorong ekosistem industri kreatif digital. Dengan ekosistem industri kreatif digital yang kuat, maka produk dan jasa aplikasi digital semakin banyak dihasilkan dan dapat menyuplai konten kreatif digital untuk masyarakat.
  9. Tantangan dalam pemanfaatan teknologi digital yaitu terjadinya kesenjangan digital ditengah – tengah masyarakat, oleh sebab itu JDV berperan melakukan literasi digital agar hal tersebut dapat diminimalisir.
  10. Program *Indonesia Digital Community* (Indigo) Telkom Group berupaya mengkampanyekan budaya digital melalui kegiatan –kegiatan di JDV. Kampanye budaya digital melalui JDV dilakukan melalui sosialisasi dan edukasi dalam berbagai *event* seperti seminar, workshop, talkshow, forum- forum, pelatihan- pelatihan, dsb.
  11. Aktifitas dan kegiatan di JDV dilakukan guna menumbuhkan ketertarikan masyarakat terhadap potensi dan peluang dalam industri kreatif digital, sehingga dapat mengubah *mindset* generasi muda untuk sukses menjadi pengusaha dalam bidang industri kreatif digital. Hal tersebut karena industri kreatif digital dinilai porspektif untuk depan.
  12. Peran JDV dalam mendorong pengembangan budaya digital yaitu sebagai pelopor, penggerak dan innovator digital di Indonesia. Sebagai percontohan dalam bidang digital, pembangunan JDV berupaya untuk mendorong dan mengarahkan industri digital, budaya digital dan gaya hidup digital. Dengan demikian, sebagai *role model* digitalisasi, melalui peran JDV diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan pemanfaatan teknologi digital.
  13. Peran JDV dalam mengembangkan budaya digital di Yogyakarta yaitu dengan mendorong industri kreatif digital untuk mengembangkan produk dan jasa aplikasi. Sementara itu, di sisi masyarakat memberikan sosialisasi dan edukasi mengenai berbagai macam produk teknologi digital yang dapat digunakan. Dengan demikian diharapkan agar masyarakat menjadi lebih terbiasa dengan pemanfaatan teknologi digital.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Jogja Digital Valley (JDV) dibangun atas prakarsa program CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. Telekomunikasi Tbk atau Telkom Group. Jogja Digital Valley merupakan ruang kerja bersama (*co-working space*) dan inkubator bisnis teknologi.

Apabila ditinjau berdasarkan perspektif budaya, pembangunan JDV merupakan suatu perwujudan kebudayaan digital hasil karya program CSR Telkom Group yang memiliki *ideas, activities* dan *artifact*. Perwujudan budaya digital di JDV ditandai dengan keberadaan masyarakat Gen C yang selalu terkoneksi dengan jaringan internet. Generasi C atau *digital natives* tersebut menunjukkan nilai-nilai, perilaku dan sikap yang digambarkan sebagai generasi yang optimis dan berbasis pada

usaha kerja bersama yang mempunyai kemahiran dalam hal teknologi.

Apabila ditinjau berdasarkan perspektif sosial, pembangunan JDV bertujuan untuk mengkampanyekan budaya digital yang mengedepankan aspek bisnis. Melalui program *Indonesia Digital Community* (Indigo), JDV berupaya untuk mengkampanyekan budaya digital yang didukung oleh potensi dan ekosistem industri kreatif digital.

JDV sebagai ‘ruang representasi’ budaya digital, ruang inovasi teknologi digital dikomunikasikan, didiseminasi, dan disosialisasikan kepada masyarakat yang di dalamnya berlangsung ‘pencerdasan bangsa’. JDV menyediakan ruang bagi pengayaan pengetahuan dan pengembangan inovasi (*space of creativity*).

JDV sebagai ruang representasi inovasi teknologi berupaya untuk membangun inovasi teknologi yang tinggi. Dengan demikian, kesejahteraan masyarakat dapat terwujud apabila setiap orang mengonsentrasikan energinya dalam membangun budaya kreatif digital untuk menghasilkan inovasi yang diperlukan dalam mencapai kesejahteraan bangsa. Masyarakat diharapkan dapat mengambil manfaat dan fungsi teknologi tersebut sebagai media inovasi dalam memecahkan permasalahan yang sering dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.

Rangkaian proses inovasi teknologi yang dilaksanakan di JDV akan mampu mengubah penemuan-penemuan baru menjadi inovasi, sehingga terjadi proses penciptaan nilai (*value creation*), yang akan memberikan dampak positif pada munculnya komersialisasi teknologi yang mampu mendorong penciptaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (*social wealth creation and social wealth improvement*)

Teknologi dalam bentuk aplikasi digital diharapkan dapat digunakan sebagai

sarana meningkatkan kualitas kehidupan dan menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan. Selain itu dapat membuat kehidupan menjadi efisien dan nyaman, sehingga meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat. Dengan demikian peradaban bangsa Indonesia semakin maju dan menjadi bangsa yang mandiri. Hal tersebut selaras dengan filosofi pembangunan JDV yaitu untuk kemajuan dan kemandirian ICT bangsa Indonesia.

## **Saran**

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang Jogja Digital Valley dan Budaya Digital (Studi pada Industri Kreatif Digital di Yogyakarta), berikut ada beberapa saran yang dapat diajukan antara lain:

### **1. Bagi Jogja Digital Valley**

Meningkatkan intensitas kampanye budaya digital melalui sosialisasi dan edukasi pemanfaatan teknologi dengan seminar, workshop, promosi maupun kompetisi. Dengan demikian diharapkan agar masyarakat lebih terbiasa dengan penggunaan teknologi aplikasi digital, sehingga dapat terwujud suatu budaya digital.

### **2. Bagi Industri Kreatif Digital**

Meningkatkan peran serta Asosiasi Digital Kreatif (Aditif) untuk mendorong dan mengembangkan ekosistem industri kreatif digital sehingga bisa saling bersinergi, berkoordinasi dan terhubung. Selanjutnya dapat memberikan manfaat kepada pengembangan budaya digital agar Yogyakarta dapat menjadi “kota digital valley” sehingga masyarakat Yogyakarta dapat merasakan manfaat teknologi digital.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Dikarenakan sedikitnya penelitian mengenai budaya digital khususnya mengenai *co-working space* dan inkubator bisnis ICT dalam disiplin ilmu sosiologi, peneliti berharap agar penelitian selanjutnya

dapat meneliti lebih lanjut mengenai budaya digital yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi sehingga dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan ilmu sosiologi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aprilani. (2011). *Radio Internet Dalam Perspektif Determinisme Teknologi*. Program Studi Ilmu Komunikasi – STAIN, Kediri. Jurnal Komunikasi, Volume 1 Nomor 2.
- Hartono. (1991). *Ilmu Budaya Dasar*. Surabaya : PT Bina Ilmu
- Hernandez Ross, Javier. (2013). *Digital Culture Challenges & Opportunities*. Dublin : DG Connect
- Irianto, Hendro. (2015). *Masa depan teknologi informasi dan komunikasi*. NEC Innovative Solutions Fair 2015. Tersedia di: <http://indonesianreview.com/widi-amanasto/mengantisipasi-lahirnya-budaya-digital#sthash.XvtUBGAj.dpuf>. Diakses pada Sabtu 14 November 2015. *Just Classroom Learning. Sweden University*
- Ishthifa, Muhammad I. (2015). *Social Construction of Technology*. Diakses dari <http://komunikasi.us/index.php/course/3617-social-construction-of-technology> Pada 28 November 2015
- Isti, Bambang. (2014). *Industri Kreatif Digital dalam Genggaman Arief*. Diakses dari <http://www.suamerdeka.com/v1/index.php/read/layar/2014/06/13/1156/Industri-Kreatif-Digital-dalam-Genggaman-Arief> Pada 25 November 2015
- Kriesdinar, Mona. (2014). *Yogya Surga Baru Industri Kreatif Digital*. Tersedia di <http://jogja.tribunnews.com/2014/09/01/yogya-surga-baru-industri-kreatif-digital/> . diakses pada 24 Desember 2014
- Margiono, Ari. (2012). *Investasi Bersama Generasi C*. Harian Bisnis Indonesia Edisi Minggu 5/8/2012.
- Mesch, Gustavo S. (2001). *The Internet and Youth Culture* “. *The Hedgehog Journal Review*, Vol 11 No. 1. 50-60
- Pinontoan, Denni. (2012). *Beberapa Masalah Teologis Dalam Budaya Digital*. Yogyakarta: Lintang Rasi Aksara.
- Priambada, Adjie. (2015). *Inovasi, Regulasi Pemerintah, dan Dilema Pelaku Industri Digital Kreatif Indonesia*. Diakses dari <http://dailysocial.id/post/inovasi-regulasi-pemerintah-dan-dilema-pelaku-industri-digital-kreatif-indonesia> Pada Jumat 26 November 2015
- Purnamasari, Dinda. (2012). *10 Negara Terbaik di Era Digital Economy*. *Warta Ekonomi* No.10 / XXIV/ 17-30 Mei 2012. Halaman 70.
- Setiadi E & Hakam K. (2006). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta : Kencana

