

## POTENSI EKONOMI DIGITAL DAN TANTANGANNYA DALAM PENGELOLAAN KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK YANG DITAWARKAN

Hasim

hasim.kbm@gmail.com, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

***Abstract.** The need for job opportunities in Indonesia is currently not commensurate with the increasing number of job seekers, this indicator can be seen from every job fair opening activity which is always filled with job seekers. The potential of the digital economy can actually be explored and maximized to be used as an alternative to meet limited job opportunities. The researcher's observation is that the existence of opportunities for economic potential in the digital space is widely spread on the internet, but the question remains whether the Indonesian people are aware of this potential or not. The research entitled the potential of the digital economy and its challenges in managing marketing communications for the products offered aims to explore information about the potential of digital platforms that can make money and what marketing communications strategies are carried out by digital platform managers. The methodology used in the research is designed qualitatively, this is based on research topics that require a special and in-depth approach. Based on observations and extracting information, researchers found a picture that the economic potential in the digital space is very large. In this research, researchers examined five digital platforms which are considered to have quite large financial potential, namely YouTube, Instagram, Woilo, Shopee Affiliate, Fizzo Novel. The marketing communication strategy carried out in introducing products from this digital platform uses social media to reach target markets from all corners of the world. Another finding in this research is that there are still inconsistencies in digital platform users so they are not yet seen making big money.*

**Keywords:** *Economy, Digital, Communication*

**Abstrak.** Kebutuhan akan lapangan pekerjaan di Indonesia saat ini belum sebanding dengan pencari kerja yang terus bertambah, indikator ini dapat dilihat dari setiap kegiatan pembukaan *job fair* yang selalu dipenuhi pencari kerja. Potensi ekonomi digital sesungguhnya dapat digali dan dimaksimalkan untuk dijadikan alternatif dalam memenuhi kebutuhan lapangan pekerjaan yang terbatas. Pengamatan peneliti bahwa keberadaan peluang dari potensi ekonomi di ruang digital ini tersebar luas dimedia internet, namun yang masih menjadi pertanyaan apakah masyarakat Indonesia sudah mengetahui akan potensi tersebut atau belum. Penelitian dengan judul potensi ekonomi digital dan tantangannya dalam pengelolaan komunikasi pemasaran produk yang ditawarkan bertujuan untuk menggali informasi potensi platform digital yang dapat menghasilkan uang dan bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan pengelola platform digital tersebut. Metodologi yang digunakan dalam penelitian didesain secara kualitatif, hal ini didasarkan pada topik penelitian yang memerlukan pendekatan secara khusus dan mendalam. Berdasarkan observasi dan penggalian informasi peneliti menemukan sebuah gambaran bahwa potensi ekonomi diruang digital sangat besar, dalam penelitian ini peneliti mengkaji lima platform digital yang dianggap memiliki potensi keuangan yang cukup besar yaitu youtube, instagram, woilo, shopee affiliate, fizzo novel. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dalam mengenalkan produk dari platform digital tersebut menggunakan media sosial untuk menjangkau target pasar dari seluruh penjuru dunia. Temuan lain dalam penelitian ini adalah masih adanya ketidakkonsistenan pengguna platform digital sehingga belum terlihat menghasilkan uang yang besar.

**Kata Kunci:** Ekonomi, Digital, Komunikasi

## PENDAHULUAN

Perubahan sosial masyarakat Indonesia yang cepat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan termasuk dalam ruang lingkup ekonomi dan pemasaran. Kemajuan dan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang pesat pada dewasa ini telah memunculkan cara yang baru dalam mengelola komunikasi pemasaran yaitu di antaranya dengan memanfaatkan berbagai macam platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile. Potensi ekonomi digital ini sangat besar dan memberikan peluang yang masih langka bahkan belum ada sebelumnya bagi perusahaan maupun perseorangan dalam memasarkan produknya secara lebih efektif. Ekonomi digital merujuk pada aktifitas ekonomi yang didorong oleh teknologi digital, termasuk internet, aplikasi, dan platform online. Dikutip dari *Internasional Data Corporation (IDC) 2024*, pertumbuhan ekonomi digital global diperkirakan mencapai triliunan dolar dalam beberapa tahun mendatang.

Platform digital menawarkan akses yang lebih luas dan lebih efisien kepada konsumen, dan memungkinkan perusahaan menjangkau target pasar yang lebih luas dengan biaya yang murah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Digitalisasi memungkinkan personalisasi komunikasi pemasaran yang lebih mendalam melalui analisis data konsumen, melalui informasi yang diperoleh dari perilaku online perusahaan dapat menyusun pesan pemasaran yang lebih relevan dan sesuai dengan preferensi individu. Hal ini tidak hanya meningkatkan efektifitas pemasaran, tetapi juga membantu dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.

Potensi ekonomi di ruang digital menghadirkan alternatif bagi masyarakat Indonesia untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar daripada harus terpaku dengan lapangan pekerjaan kantoran dengan peluang yang terbatas karena harus bersaing dengan banyak pencari pekerjaan yang sejenis, sehingga peluang untuk mendapatkan pekerjaan menjadi sulit. Kehadiran teknologi komunikasi dan informasi diiringi perkembangan platform digital dapat menjawab kebutuhan akan pekerjaan sebagian masyarakat Indonesia yang melek teknologi. Platform dan aplikasi yang dapat menghasilkan uang pada saat ini sudah mulai banyak bermunculan baik tanpa iklan maupun beriklan di jejaring internet, dengan demikian kehadiran platform dan aplikasi tersebut seharusnya dapat dijadikan pilihan masyarakat luas untuk mendapatkan penghasilan yang layak.

Kerbermanfaatannya dari adanya platform dan aplikasi tersebut dapat dimungkinkan belum banyak diketahui oleh masyarakat hal ini dapat peneliti lihat pada kegiatan *jobfere* yang selalu dipenuhi pengunjung, pengetahuan dan pengalaman yang terbatas terhadap informasi tersebut maupun karena keenggannya untuk menekuni pekerjaan di ruang digital dapat menjadi faktor kurang mintanya masyarakat terhadap pekerjaan di ruang digital. Melihat gambaran masyarakat yang demikian patut untuk peneliti kaji lebih dalam tentang peluang dan tantangannya dalam mengeksplorasi potensi ekonomi di ruang digital yang mengfokuskan pada platform dan aplikasi penghasil uang.

## KAJIAN TEORITIS

Kajian pustaka ini merupakan tinjauan terhadap literatur yang relevan dengan topik penelitian dengan tema potensi ekonomi digital dan tantangannya dalam pengelolaan komunikasi pemasaran produk yang ditawarkan, tujuan dengan adanya literatur ini adalah untuk memahami dan mencari sudut pandang yang belum dikaji dalam penelitian sebelumnya, dengan demikian akan ditemukan *novelty* yang nantinya akan dikaji lebih dalam lagi dalam penelitian ini.

### **Komunikasi pemasaran**

Komunikasi pemasaran merupakan pendekatan multidisiplin yang menggabungkan dua teori dan konsep yaitu ilmu komunikasi dan ilmu pemasaran dan menghasilkan kajian baru yang disebut komunikasi pemasaran, kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi dengan tujuan memberikan informasi perusahaan kepada calon konsumennya (Priansa, 2017, hlm. 30-31). Produk digital yang merupakan objek tak berwujud secara fisik namun dalam praktek pemasarannya diperlukan sebuah strategi dalam memasarkan produknya. Melalui komunikasi pemasaran produk digital dapat di promosikan dan disebarluaskan secara massif dengan memanfaatkan media internet untuk menjangkau target pasar dari seluruh penjuru dunia.

### **Era digital**

Era digital bukanlah digitalisasi konten media ke bit, tetapi kehidupan yang dinamis dari “new media” isi dan hubungan interaktif dengan konsumen media itu sendiri sebagaimana digambarkan Lev Monovich. Jadi terletak pada pengaksesannya secara *realtime* (kapan saja dengan mudah). Jadi (New media ) adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak, (Rustam Aji 2016). Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memacu dengan cepat peralihan dari cara yang sederhana dan konvensional ke dalam era digital, pergeseran ini dengan sendirinya akan mendorong masyarakat untuk menyesuaikan dengan perubahan yang ada di era yang semakin canggih pada saat ini.

### **Data Pengguna Internet**

Dunia sekarang sudah memasuki era digitalisasi termasuk Indonesia sudah mulai menerapkan digitalisasi. Digitalisasi ini bisa dilihat dari beberapa program pemerintah yang berhubungan dengan digital. Digitalisasi tentunya memerlukan internet. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2023 disebutkan penetrasi penggunaan internet di Indonesia adalah 78,19% hasil ini naik 1,17% yang pada tahun 2022 adalah 77,02% (Lavinda, 2023). Kemudian Badan Pusat Statistik (BPS) dalam menyebutkan pada dokumen statistika indonesia 2023 bahwa banyaknya desa/kelurahan menurut provinsi dan penerimaan sinyal internet telepon seluler, 2020 dan 2021 yang menerima sinyal 4G terdapat 61.926 daerah, menerima sinyal 3G terdapat 10.416, menerima sinyal 2,5G/GPRS terdapat 3.551, sedangkan yang tidak ada sinyal 3.045 daerah (Badan Pusat Statistik, 2023), dalam Yafie 2023. Data penggunaan internet diatas dapat dijadikan indikator bahwa masyarakat Indonesia merupakan konsumen pengguna yang internet yang aktif dengan demikian dapat dijadikan rujukan era perubahan konvensional ke dalam eranya digitalisasi aspek-aspek dalam kehidupan bermasyarakat.

### **Teknologi dan Pemasaran**

Kolaborasi teknologi digital dan pemasaran dalam konsep digital marketing telah mengubah persepsi banyak perusahaan bahwa Internet marketing *has been described simply as ‘achieving marketing objectives through applying digital technologies. Digital marketing is the use of technologies to help marketing activities in order to improve customer knowledge by matching their needs* Chaffey dalam Arifin 2029. Pengamatan peneliti, pada saat ini perubahan dari cara lama ke cara yang baru dalam pemasaran ditunjang oleh teknologi yang

semakin canggih dan tentunya hal ini menguntungkan para pebisnis, keuntungan-keuntungan ini salah satu diantaranya jangkauan pasar yang luas bahkan tidak terbatas karena dapat menjangkau seluruh penjuru dunia. Selaian itu, konsep digital marketing dapat memangkas biaya iklan yang tinggi menjadi sangat murah sehingga dapat menaikkan potensi pendapatan yang lebih tinggi dari pada menggunakan konsep konvensional.

### **Internet**

Dijelaskan dalam Arbaien 2023 bahwa Bisnis yang menggunakan media internet semakin maju dan nyaman. Bahkan hingga saat ini, internet memiliki berbagai jenis layanan yang menyediakan berbagai fasilitas *utilitas* dengan penghasilan tidak terbatas, salah satunya bidang bisnis dalam internet yaitu menggunakan *platform* youtube dan periklanan Google AdSense. Pihak bekerja sama hanya dengan memonitor di depan komputer serta hanya mengikuti arahan dan kebijakan yang dikeluarkan oleh Google tanpa bertemu secara langsung. Kesempatan kerja di Indonesia yang terbatas pada saat ini menjadi salah satu masalah yang serius untuk angkatan kerja baru karena harus bersaing dengan ribuan sesama pencari kerja, dengan perkembangan media internet yang semakin canggih dapat dijadikan alternatif dan solusi yang nyata untuk memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat Indonesia terutama angkatan baru. Platform penghasil uang pada saat ini sudah banyak tersebar di media internet, namun apakah kita sudah memahami akan peluang tersebut, itulah salah satu yang menjadi pertanyaan penulis saat ini dalam mengkaji peluang ekonomi yang dapat dijadikan sebagai sumber penghasilan.

### **Pemasaran**

Menurut McCarthy dalam Sukirno (2014:179) mengemukakan, “pemasaran sebagai marketing mix terdiri dari empat variable yang dikenal dengan empat p, yaitu produk (product); tempat (place); promosi (promotion); harga (price) keempat tersebut merupakan baura pemasaran dimana semuanya saling berkaitan antara satu sama lainnya dalam sebuah sistem. Produk dalam pemasaran merupakan sesuatu yang dibutuhkan oleh pelanggan. Tempat merupakan jalan untuk mencapai pelanggan sasaran. Promosi merupakan kegiatan untuk memberitahu kepada pelanggan tentang produk dan kegunaannya. Dan harga adalah nilai dari produk yang diukur dengan mata uang”

### **METODE PENELITIAN**

Definisi metode penelitian kualitatif dalam Adiwijaya, dkk (2024) penelitian yang menggunakan metode ilmiah untuk mengungkapkan suatu fenomena dengan cara mendeskripsikan data dan fakta melalui kata-kata secara menyeluruh terhadap subjek penelitian. Metode penelitian ini disusun menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan konstruktifisme.

Pemilihan desain dan paradigma pendekatan ini peneliti ambil berdasarkan sifatnya dari objek penelitian ini yang membutuhkan suatu penjabarkan detail dan mendalam dan sisi subjektifitas yang tinggi. Dalam Fadli 2021 dijelaskan penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan setting tertentu yang ada di dalam kehidupan nyata dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi literatur pada buku-buku ilmu komunikasi yang terkait erat dengan pembahasan peneliti, studi literatur artikel ilmiah yang topik pembahasannya mirip dengan topik pembahasan peneliti, observasi di jejaring internet lebih khusus pada platform dan aplikasi digital yang dapat menghasilkan uang, wawancara kepada lima orang pengguna platform dan aplikasi. Analisa data yang

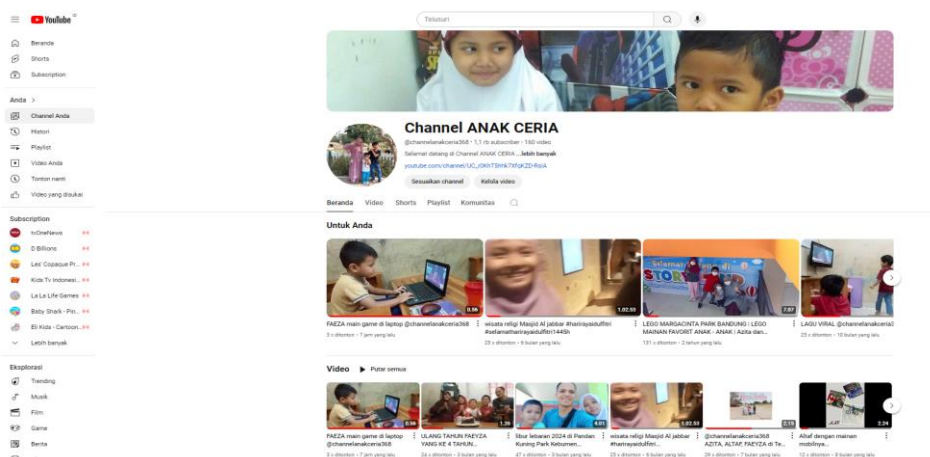
dilakukan peneliti yaitu diawali dengan mereduksi data yang diperoleh, melakukan perbandingan data atau triangulasi data, melakukan verifikasi data, sampai pada tahap penyajian data yang diperoleh baik dari hasil wawancara, studi literatur, maupun observasi lapangan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peluang dan kesempatan untuk mendapat sumber penghasilan dari internet pada saat ini terbuka lebar dan sangat dimungkinkan penghasilan dari internet akan lebih besar dari pekerjaan yang konvensional tetapi yang menjadi masalah adalah apakah mereka mengetahui hal ini atau apakah mereka tertarik dengan peluang-peluang ini ?. Pertanyaan tersebut menjadi fokus peneliti dalam mengkaji topik ini. Dipembahasan ini peneliti sajikan beberapa daftar platform digital yang mempunyai potensi untuk menghasilkan penghasilan / uang:

No	Nama Platform /Aplikasi	Keterangan Potensi Penghasilan
1	Media sosial youtube	Melalui program kemitraan (monetisasi)
2	Media sosial instagram	Sebagai influencer (endorsement produk)
3	Aplikasi fizzo novel	Program kemitraan sebagai penulis dan pembaca
4	Aplikasi woilo	Pengguna aplikasi woilo, upload video, dll (interaksi)
5	Shopee	Program kemitraan sebagai affliator e-commerce

Peluang ekonomi kreatif berbasis digital sangat besar dan bahkan belum bisa tergarap dengan baik, tantangan lapangan kerja yang terbatas namun angkatan kerja yang terus bertambah banyak bahkan melebihi jumlah kebutuhan lapangan kerja, ekonomi berbasis digital ini dapat dijadikan sebuah solusi untuk memenuhi kekurangan jumlah lapangan pekerjaan pada saat ini. Salah satu alternatif yang dapat dikerjakan generasi muda terlebih untuk generasi z adalah dengan menjadi konten kreator.

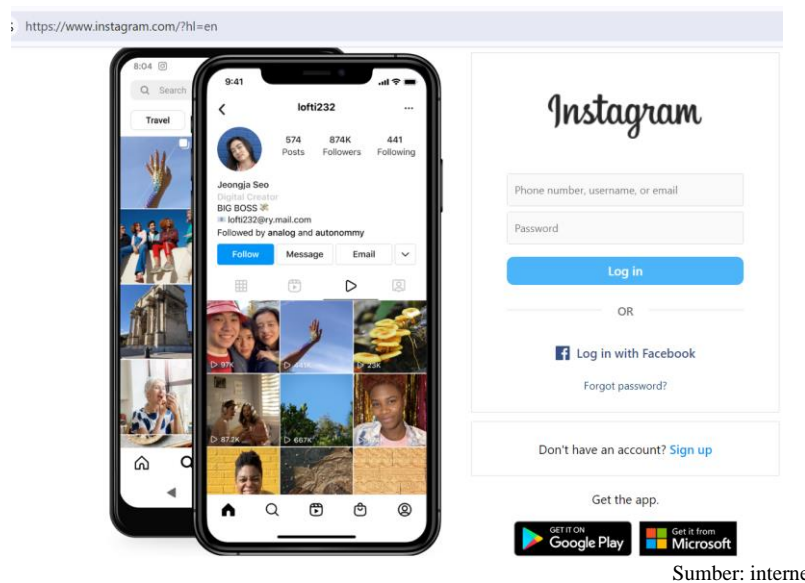


Sumber: internet

Gambar 1  
Media sosial youtube

Media sosial youtube merupakan salah satu platform terkemuka di dunia yang dapat dimanfaatkan sebagai media berkreasi dan tentunya dapat menghasilkan pendapatan berupa uang. Meningkatnya popularitas youtube, banyak generasi muda maupun lembaga atau organisasi memanfaatkannya sebagai saluran informasi untuk mengekspresikan diri mereka dan berusaha juga untuk menghasilkan pendapatan dari youtube. Program kemitraan youtube merupakan salah satu program yang mengikat dari pengelola youtube kepada konten kreator untuk bekerjasama dengan cara memonetisasi video yang di unggah oleh konten kreator yang kemudian nantinya akan mendapatkan penghasilan melalui iklan yang masuk ke tanyangan video tersebut.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, video menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk akun instagram milik sendiri. Dari sekian banyak media sosial yang strategis untuk digunakan berjualan adalah instagram, karena di Instagram terdapat banyak sekali orang biasa yang bukan seorang artis biasanya disebut selebgram. Selebgram ini biasanya memiliki banyak pengikut di akun instagram mereka dan mampu memberikan pengaruh terhadap para pengikutnya, termasuk dalam memberikan referensi toko online untuk membeli suatu produk atau menggunakan sebuah jasa. Sekarang dengan menjadi seorang selebgram kita bisa menghasilkan uang. Biasanya selebgram ini memiliki tariff atau bayaran yang lebih murah daripada artis, dan hal ini yang dimanfaatkan oleh para pemilik usaha untuk mempromosikan produk mereka.

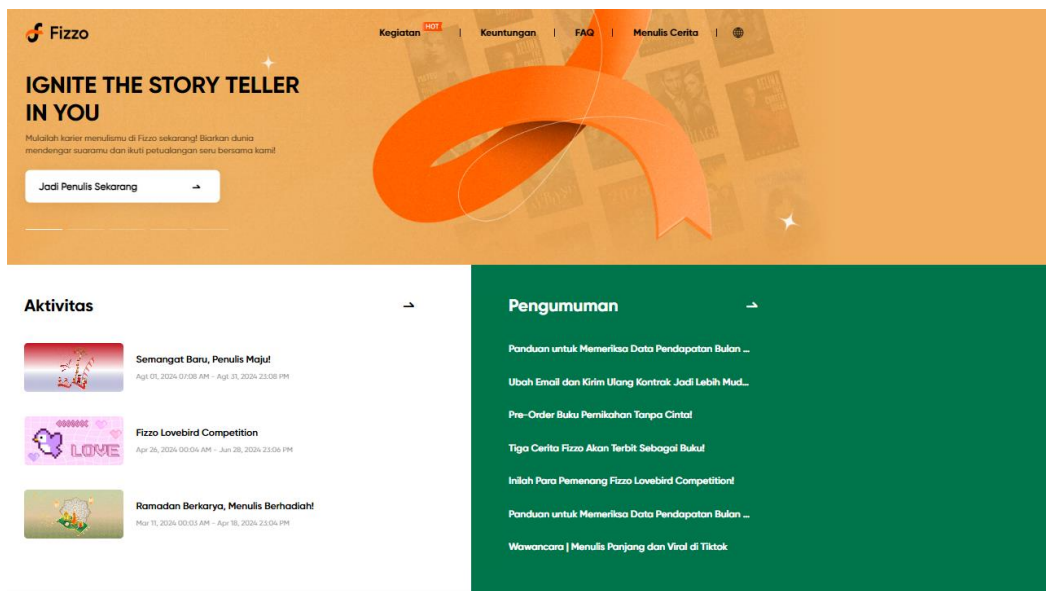


Sumber: internet

Gambar 2  
Media social instagram

Perkembangan teknologi yang luar biasa hari ini telah membuat kita semakin mudah untuk mendapatkan penghasilan tanpa harus melamar pekerjaan ke sebuah perusahaan, dengan menulis dan membaca yang dilakukan secara elektronik melalui aplikasi fizzo kita berkesempatan untuk mendapatkan uang dengan nilai yang tidak terbatas. Membaca melalui Fizzo novel bukan hanya cara untuk meningkatkan minat orang dalam membaca sebuah

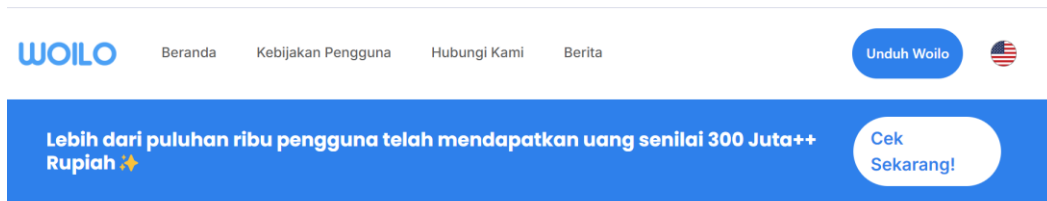
cerita namun dengan membaca bisa mendapatkan uang, dalam Haris dan Hasanuddin, 2022: 122. Selain membaca, aplikasi fizzo novel juga menyediakan fitur bagi penulis novel yang tertarik untuk mempublikasikan karyanya secara elektronik, lebih khusus untuk karya novel, selain itu kita juga akan mendapatkan bayaran yang cukup tinggi dari karya kita tersebut dan tentunya dengan berbagai macam ketentuan yang harus kita penuhi.



Sumber: internet

Gambar 3  
Aplikasi Fizzo novel

Apikasi penghasil uang yang berikutnya adalah WoiLo, WaiLo adalah aplikasi media sosial untuk mengunggah foto maupun video, selain itu WoiLo juga dapat digunakan untuk NFT (*non fungible token*) dan *random chatting*. Aplikasi woiLo didirikan oleh tiga orang pemuda asal kota Surabaya yaitu Kevin ciang, Andy kurnia, dan Michail Francesco pada tahun 2019. Sebelum woiLo aplikasi ini diberinama Sestyc, namun dalam perjalanan waktu dengan berbagai macam pertimbangan aplikasi ini berubah nama pada tahun 2021 menjadi WoiLo. Fitur terbaru yang diluncurkan adalah Lo-wallet, fitur ini dibuat agar pengguna bisa mendapatkan penghasilan dari bermain media social di woiLo, pengguna hanya perlu membuat postingan dan melakukan interaksi dengan pengguna lainnya. Semakin lama menggunakan aplikasi woiLo maka akan semakin banyak uang yang didapatkannya. Pengguna aplikasi woiLo dapat berkomunikasi dengan orang lain melalui pesan teks, suara, dan video. Selain itu, woiLo juga memiliki beberapa fitur lainnya, diantaranya group chat, live streaming, dan permainan game.



## Cari Teman Baru, Jadi Viral & Dapat Uang Jajan 🙌

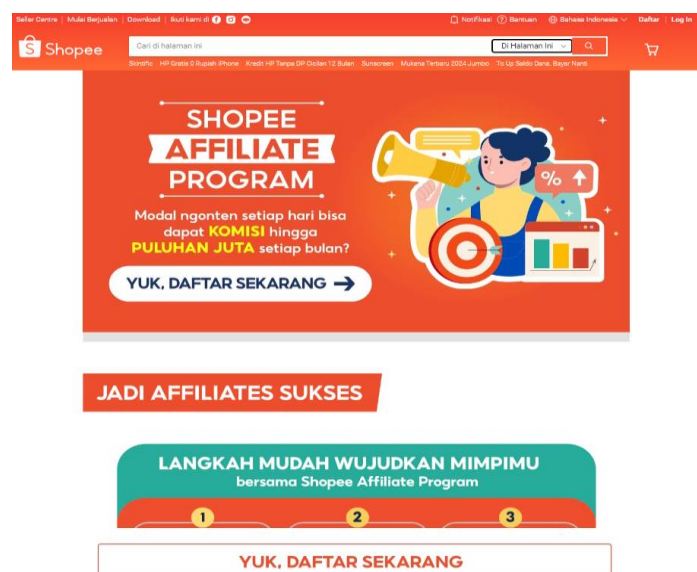
Pengalaman baru untuk cari teman baru, berbagi momen berharga kamu, dan jadi viral di Woilo

Sumber: internet

Gambar 4  
Aplikasi Woilo

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan woilo dalam usahanya untuk menarik pengguna baru yaitu dengan membuat konten promosi yang menarik dan informatif, konten ini di disebarluaskan melalui media social, situs web woilo, dll. Menariknya woilo juga membuat konten yang berisi tentang manfaat woilo, cara penggunaan, cerita tentang pengguna, dan fitur-fitur yang ada dalam aplikasi tersebut. <https://www.bernas.id/2021/07/10097/80832-woilo-aplikasi-medsos-karya-anak-bangsa-yang-jadi-pesaing-instagram/>

Pada saat ini banyak banyak *e-commerce* yang menawarkan program affiliate, kesempatan dan peluang ini dapat dijadikan alternatif masyarakat dalam mencari pekerjaan dan peluang mendapatkan penghasilan yang cukup besar. Affiliate merupakan pemasaran produk dan layanan yang dikembangkan sedemikian rupa dengan sistem pembagian keuntungan biasanya program affiliate ini berasal dari *e-commerce*, Aninda, 25: 2022.



Sumber: internet

Gambar 5

### Program affiliate shoppe

Secara sederhana program affiliate merupakan program yang memberikan komisi penjualan kepada orang yang berhasil memberikan rekomendasi kepada pelanggan untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkannya. Salah satu e-commerce yang menawarkan program affiliate dengan komisi yang cukup menjanjikan adalah shopee. Berdasarkan pengamatan peneliti, shopee merupakan e-commerce yang banyak melakukan aktifitas promosi, baik di media televisi nasional maupun di media online, dengan demikian peluang untuk mendapatkan konsumen dengan jumlah yang banyak sangat dimungkinkan. Untuk mendapatkan komisi penjualan dari e-commerce shopee tersebut seorang affliator perlu melakukan promosi yang menarik perhatian orang dan selanjutnya untuk menjangkau target pasar yang luas dalam menarik konsumen konten promosi dapat dikemas dalam bentuk video yang unik dan mempunyai kekhasan yang kemudian di share melalui media sosial, diantaranya instagram, youtube, tiktok, dll. Konten video yang di unggah di media social tersebut berupa detail produk yang direkomendasikan kepada target calon konsumen, dengan menggunakan video diharapkan konsumen dapat memahami produk yang akan dibeli secara detail dan spesifik.

Platform online dalam pembahasan penelitian ini adalah media sosial youtube, media sosial instagram, aplikasi fizzo novel, aplikasi woilo, dan Shopee mempunyai karakteristik dan cara kerja yang berbeda-beda serta dengan aturan yang berbeda juga dengan menyesuaikan dari target pasar platform online tersebut. Calon pengguna platform online diatas dapat menentukan pilihannya yang cocok dengan kemampuan yang dimiliki dalam hal teknis atau cara operasionalnya maupun pemahaman yang mendalam tentang kelebihan dan kekurangan dari masing-masing platform online yang ada. Hasil observasi peneliti terhadap 5 (lima) platform online tersebut dapat dipaparkan bahwa potensi untuk mendapatkan penghasilan melalui program kemitraan sangat besar, tetapi yang menarik pengguna aplikasi tersebut belum semuanya dapat memaksimalkan dalam usahanya untuk mendapatkan penghasilan yang besar, hal ini disebabkan belum konsistennya dalam menggunakan satu platform online dan masih cenderung mencoba-coba.

Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh ke lima platform media online tersebut sesungguhnya tidak jauh berbeda, dan bahkan media social youtube dan instagram tidak menunjukkan aktifitas promosi yang massif seperti platform online shopee, woilo, dan fizzo novel. Media social youtube sudah banyak dikenal oleh masyarakat bahkan dari anak-anak sampai orang dewasa tahu tentang youtube, tetapi belum banyak orang yang mengetahui bagaimana caranya mendapatkan uang dari platform tersebut. Demikian halnya dengan instagram yang masih dianggap sebatas unjuk eksistensi pribadi saja atau hanya sebatas personal branding, belum dimaksimalkan sepenuhnya dalam mencari penghasilan melalui media sosial Instagram. Kelima platform online tersebut memanfaatkan media sosial dan website tertentu untuk menjangkau target penggunanya yang beragam.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa platform media online; media sosial youtube, media sosial instagram, aplikasi fizzo novel, aplikasi woilo, e-commerce shopee memiliki potensi ekonomi digital yang besar dan dapat dimaksimalkan untuk memberikan solusi yang nyata bagi masyarakat luas yang sedang membutuhkan pekerjaan untuk mendapatkan uang atau penghasilan yang cukup besar. Selain itu strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan kelima platform digital tersebut sudah sangat baik dan efektif dengan memanfaatkan berbagai macam media sosial untuk menjangkau pengguna dari penjuru dunia dan salah satu indikator dapat dikatakan strategi komunikasi pemasarannya sudah bagus adalah secara teknis jumlah

penggunanya sudah cukup banyak. Saran untuk menyempurnakan hasil penelitian ini diperlukan penelitian yang lebih spesifik terhadap kelima platform online tersebut sehingga dihasilkan penelitian yang lebih komprehensif dan lebih mendalam.

#### DAFTAR REFERENSI

- Adiwijaya, Dkk, Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif, 2024, PT. Sonpedia Publishing Indonesia
- Azmi Ali Yafie, Temali: Jurnal Pembangunan Sosial eISSN: 2615-5028, Vol 6, No 2, 2023, pp153-160 <http://dx.doi.org/10.15575/jt.v6i2.26890>  
[journal.uinsgd.ac.id/index.php/temali/index](http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/temali/index) © Yafie & Rahman 153 Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Digital untuk Desa Wisata
- Arifin, EKOMBIS Sains Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Volume 4, Nomor 02, Desember 2019 E-ISSN : 2502 - 1798 P-ISSN : 2527 - 4198 1 KONSEP DIGITAL MARKETING BERBASIS SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) DALAM STRATEGI PEMASARAN
- Arbaien, Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 10 No. 1 (2023), 51-64 E-ISSN:2716-0610, P-ISSN:2086-3225 [10.15575/am.v10i1.21242](https://doi.org/10.15575/am.v10i1.21242) Analisis Program Monetisasi Youtube Menurut Hukum Ekonomi Syariah
- Ajani Restianty, Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media, Jurnal Kehumasan/GUNAHUMAS, ISSN – 2655-1551, Volume 1, Nomor 1, Edisi, Agustus, Tahun 2018, <https://ejournal.upi.edu/index.php/gunahumas/article/view/28380>
- Fadli, Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, ISSN: 1412-1271 (p); 2579-4248 (e). Vol. 21. No.1. (2021). pp. 33-54 doi: 10.21831/hum.v21i1.38075. 33-54, Memahami desain metode penelitian kualitatif
- Nur Arbaien MF, Nurhasanah E. Analisis Program Monetisasi Youtube Menurut Hukum Ekonomi Syariah. Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah. 12 Februari 2023;10(1):51–64.
- Sudirman, Rekonstruksi Pola Perilaku Ekonomi dan Krisis Pesona yang Dihadapi Produsen di Masa Pandemi covid-19, jurnal: FORUM EKONOMI, 24 (1) 2022, 73-80  
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>

#### Sumber internet:

- <https://www.bernas.id/2021/07/10097/80832-woilo-aplikasi-medsos-karya-anak-bangsa-yang-jadi-pesaing-instagram/> diakses 19 Agustus 2024
- [https://youtube.com/channel/UC\\_r0KhT5hhk7XfqKZD-RsIA](https://youtube.com/channel/UC_r0KhT5hhk7XfqKZD-RsIA) diakses 21 Agustus 2024
- <https://www.instagram.com/?hl=en> diakses 21 Agustus 2024
- <https://woilo.com/> diakses 22 Agustus 2024
- <https://fizzo.org/> diakses 22 Agustus 2024