

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penurunan minat mahasiswa terhadap organisasi kemahasiswaan telah menjadi fenomena yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Data survei dari Pusat Kajian Sosial dan Budaya UIN SSC menunjukkan bahwa hanya 25% mahasiswa Generasi Z yang tertarik bergabung dengan organisasi daerah mengalami penurunan sebesar 45% dari empat tahun sebelumnya (Widodo & Santoso, 2024). Faktor-faktor seperti struktur organisasi yang terlalu birokratis dan kurangnya inovasi dalam program-program yang dijalankan berkontribusi terhadap stagnasi organisasi kemahasiswaan. Selain itu, survei dari *Centre of Millennial Studies* dalam (Hernawan, 2024) menunjukkan bahwa sekitar 65% mahasiswa lebih memilih mencari pengalaman kerja paruh waktu, *freelance*, atau magang daripada mengikuti kegiatan organisasi. Artinya, cara mereka mengakses informasi dan berpartisipasi dalam kegiatan juga mengalami pergeseran. Perubahan ini turut memengaruhi pola keterlibatan mahasiswa dalam organisasi kemahasiswaan, yang kini menghadapi tantangan dalam mempertahankan minat dan partisipasi anggotanya. Perubahan preferensi ini dapat disebabkan oleh kurangnya inovasi dalam organisasi kemahasiswaan untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan pola komunikasi digital yang digemari oleh mahasiswa saat ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa organisasi kemahasiswaan perlu melakukan pembaruan strategi agar tetap relevan dan menarik bagi mahasiswa.

Tren ini semakin diperkuat oleh riset dari McKinsey (2023), yang mengungkapkan bahwa Generasi Z lebih memilih fleksibilitas dalam mengembangkan keterampilan dan cenderung mencari komunitas berbasis digital yang membantu mereka untuk belajar, berjejaring, dan berkolaborasi tanpa terikat pada struktur organisasi tradisional. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan teknologi digital dalam pengelolaan organisasi guna menarik kembali minat mahasiswa untuk berpartisipasi. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas, profesional dan industri juga dapat menjadi daya tarik tersendiri karena mahasiswa cenderung mencari pengalaman yang memiliki nilai tambah langsung bagi pengembangan karier

mereka (Putra & Kurniawan, 2023). Di sisi lain, minimnya inovasi dalam program organisasi juga berkontribusi pada penurunan minat mahasiswa. Hal ini dikarenakan adanya jadwal kuliah yang padat, tekanan akademik yang tinggi, serta preferensi terhadap aktivitas yang lebih fleksibel menjadi faktor yang berkontribusi terhadap rendahnya partisipasi mahasiswa dalam berorganisasi (Widodo & Santoso, 2024). Artinya, keberadaan platform digital menawarkan peluang pengembangan diri tanpa batasan waktu dan tempat semakin menggeser ketertarikan mahasiswa terhadap organisasi kampus yang cenderung memiliki aturan formal dan struktur yang kurang dinamis.

Menurut Baihaqi (2025), generasi Z kini memiliki prioritas untuk meningkatkan pengembangan diri agar lebih berkualitas. Beberapa individu berusaha untuk mengembangkan diri dan kemampuan dengan pelatihan sehingga dapat memperoleh peningkatan kualitas diri yang lebih baik. Namun, walaupun demikian, masih terdapat beberapa individu yang tidak tertarik untuk melakukan pengembangan diri. Hal ini dikarenakan beberapa individu merasa nyaman pada lingkungan yang sedang dijalani. Selain itu, para individu juga merasa takut untuk gagal ketika mencoba hal baru. Sebanyak 14% responden yang merasa nyaman pada satu zona tidak akan menunjukkan ketertarikannya dalam mengembangkan diri. 12% lainnya yang merasa takut akan kegagalan tidak akan berani untuk mencoba meningkatkan kemampuan yang dimiliki (Wafa, 2025).

Seiring dengan pergeseran preferensi mahasiswa dalam berorganisasi, muncul berbagai inisiatif berbasis digital yang menawarkan fleksibilitas dan aksesibilitas lebih luas. Inisiatif-inisiatif ini tidak hanya memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengembangkan diri, tetapi juga memungkinkan kolaborasi yang lebih inklusif dan efisien. Artinya, adaptasi teknologi digital bukan hanya merupakan respons terhadap perkembangan zaman, melainkan juga langkah strategis untuk menghadapi dinamika persaingan. Integrasi berbagai platform digital memungkinkan organisasi menciptakan interaksi yang lebih dinamis, mempercepat penyebaran informasi, dan meningkatkan *engagement* antar anggota. Hal tersebut tercermin pada lima komunitas yang berfokus pada pengembangan anak muda, sebagaimana terlihat pada Tabel 1.1, di mana masing-

masing komunitas telah menerapkan program inovasi melalui berbagai platform digital, seperti webinar, forum diskusi, dan kolaborasi secara virtual.

Perubahan yang sudah terlihat pada kehadiran teknologi membuat komunitas terbagi menjadi dua jenis yaitu *offline* dan *online* (Vancsó & Kovács-Magosi, 2024). Komunitas offline menyediakan ruang interaksi untuk bertemu sementara komunitas online berinteraksi dari platform. Komunitas online kini lebih digemari karena adanya kemudahan bagi audiens untuk mengikuti kegiatan kapan saja. Tidak dapat dihindari bahwa waktu adalah bagian yang penting dalam kehidupan manusia. Adanya fleksibilitas membuat audiens lebih tertarik untuk mengikuti komunitas online. Tidak hanya itu, komunitas online juga membantu interaksi dan komunikasi secara online (Luo et al., 2021).

Tabel 1. 1 Komunitas yang Berfokus pada Pengembangan Orang Muda

| Nama Komunitas | Fokus | Kegiatan |
|----------------------------|--|---|
| Youtz Community Hub | Pengembangan diri dan Kepemimpinan para Pemuda | Festival Komunitas dan Duta Komunitas Indonesia |
| Youth Ranger Indonesia | Aksi lingkungan dan pemberdayaan anak muda | Kampanye lingkungan, edukasi, dan aksi nyata di lapangan |
| Duta Inspirasi Indonesia | Pengembangan potensi pemuda melalui inspirasi dan edukasi | Program Mentoring |
| Youth Break the Boundaries | Memfasilitasi pengembangan diri pemuda melalui program-program internasional | Konferensi Internasional, Program Pertukaran, dan Proyek Kolaborasi |
| Istanbul Youth Summit | Mempersatukan pemuda dari seluruh dunia untuk membahas isu-isu global | Konferensi, diskusi panel, dan presentasi proyek |

(Sumber: Olahan Peneliti, 2025)

Pada Tabel 1.1 terlihat bahwa komunitas tersebut memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan diri anak muda melalui berbagai program dan kegiatan yang inspiratif. Pada penelitian ini berfokus pada kegiatan yang dilakukan oleh Youtz Community Hub pada peningkatan kepemimpinan pemuda melalui Festival Komunitas dan Duta Komunitas Indonesia. Alasan peneliti memilih Youtz Community Hub sebagai objek penelitian karena terbukti berkontribusi dalam pengembangan kepemimpinan dan pemberdayaan komunitas melalui Festival Komunitas secara Digital. Laporan dari Youth Development Report 2023 menunjukkan bahwa komunitas berbasis digital memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan keterlibatan anak muda dalam kegiatan sosial dan kepemimpinan, terutama melalui pendekatan yang fleksibel dan berbasis teknologi. Selain itu, hasil survei Indonesia Millennial and Gen Z Report (2024) mengungkapkan bahwa lebih dari 70% anak muda lebih tertarik bergabung dalam komunitas yang menyediakan akses pengembangan diri secara daring, seperti program mentoring, *networking*, dan pelatihan keterampilan.

Keberadaan Youtz Community Hub mencerminkan transformasi pola berorganisasi pemuda di era digital melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi yang adaptif. Efektivitas program yang dijalankan oleh Youtz Community Hub juga dapat dibuktikan melalui analisis data media sosial yang diperoleh dari platform analitik seperti phlanx.com dan brand24.com mengindikasikan adanya peningkatan interaksi, jangkauan, serta keterlibatan audiens terhadap konten yang dipublikasikan, sebagaimana diterapkan dalam Gambar 1.1.

Ringkasan numerik

| | | | |
|---|--|--|---|
|  72 MENYEBUTKAN |  72 SEBUTAN MEDIA SOSIAL |  0 SEBUTAN NON-SOSIAL |  150 K JANGKAUAN MEDIA SOSIAL |
|  0 JANGKAUAN NON MEDIA SOSIAL |  1215 INTERAKSI |  72 KONTEN BUATAN PENGGUNA |  993 SUKA |
|  4 57% SEBUTAN POSITIF |  3 43% SEBUTAN NEGATIF |  \$ 10 155 AVE |  51 SEBUTAN DARI X (TWITTER) |

Detailed Analysis

| # | Date | Followers | Growth | Eng. Rate | Growth | Likes |
|---|------------|-----------|---------|-----------|--------|-------|
| 1 | 03/16/2025 | 34.1K | +34.068 | 0.31% | +0.31% | 97.3 |

Gambar 1. 1 Total Jangkauan Media Sosial @youtz.comhub

(sumber: www.brand24.com, diakses xpada 16 Maret 2025, 11.57)

Data yang diperoleh dari kedua platform tersebut, sebagaimana ditampilkan dalam Gambar 1.1, menunjukkan bahwa Youtz Community Hub mengalami peningkatan signifikan dalam interaksi dan jangkauan audiens. Hal ini berarti lonjakan keterlibatan pengguna pada setiap unggahan terkait kegiatan komunitas, seperti seminar inovasi, pelatihan keterampilan digital, dan program inkubasi startup. Selain itu, tingkat responsivitas komunitas terhadap diskusi daring dan inisiatif kolaboratif juga mengalami peningkatan, menandakan bahwa model pengembangan berbasis digital yang diterapkan berhasil menarik minat dan partisipasi generasi muda. Temuan ini semakin memperkuat urgensi untuk memahami lebih dalam visi dan misi di balik pendirian Youtz Community Hub serta pendekatan yang digunakan dalam membangun ekosistem komunitas yang inklusif dan berkelanjutan.

Fildzah Izzati Ishmah selaku *Head of Corporate Relations and Development* menyatakan bahwa latar belakang pendirian Youtz Community Hub bertujuan untuk menghimpun dan berkomitmen dalam menjangkau seluruh komunitas atau pegiat komunitas yang ada di Indonesia. Pendekatan kolaboratif yang diterapkan oleh Youtz Community Hub tidak hanya melibatkan pemerintah, perusahaan swasta, dan organisasi non-pemerintah, tetapi juga institusi akademik, startup teknologi, serta platform media digital. Selain itu, penggunaan teknologi digital dalam pemberdayaan komunitas sejalan dengan konsep *Digital Social Innovation (DSI)* yang menekankan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan solusi sosial yang inklusif dan berkelanjutan (Bria, 2018). Model ini tidak hanya memfasilitasi peningkatan keterampilan individu, tetapi juga membangun ekosistem kolaboratif yang mempercepat pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals - SDGs*). Fokus utamanya terletak pada poin 9 (*Industry, Innovation, and Infrastructure*) dan poin 17 (*Partnerships for the Goals*), yang menekankan inovasi berbasis teknologi serta kemitraan lintas sektor untuk menciptakan dampak sosial yang lebih luas (United Nations, 2020). Strategi

komunikasi dan pemberdayaan komunitas yang diterapkan tidak hanya menghubungkan berbagai pihak, tetapi juga memperkuat pemanfaatan teknologi dan inovasi digital guna mencapai keberlanjutan dalam pembangunan sosial dan ekonomi.

Berdasarkan poin SDGs yang telah dijelaskan sebelumnya, Youtz Community Hub telah memperkuat kapasitas dan keberlanjutan komunitas melalui penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial menjadi salah satu strategi penting yang diterapkan dalam membangun hubungan yang lebih erat antara komunitas dengan berbagai pihak. Penggunaan media sosial sebagai sarana utama penyebaran informasi, membangun *engagement*, serta menciptakan ruang diskusi yang interaktif. Pernyataan tersebut didukung oleh (Andhani, et al., 2023) media sosial membantu proses komunikasi yang lebih efektif antara anak muda dengan pemangku kepentingan lainnya dan media sosial juga membantu komunitas untuk menjangkau lebih banyak audiens serta meningkatkan kesadaran tentang isu-isu sosial. Dengan demikian, komunikasi digital membantu komunitas dapat berkolaborasi yang lebih erat dengan emangku kepentingan, sehingga dapat mempercepat proses pemberdayaan serta meningkatkan dampak sosial dari kegiatan organisasi. Pada hal implementasi, penggunaan platform digital memungkinkan terjadinya interaksi dua arah yang lebih intens dan transparan, serta penyebaran informasi secara real-time sebagaimana ditampilkan dalam gambar 1.1.

Kehidupan yang dijalankan oleh manusia berkaitan dengan keterampilan yang dibutuhkan oleh para individu. Salah satunya adalah bekerja pada perusahaan. Tidak dapat dihindari bahwa perusahaan akan mencari seorang individu dengan kualitas diri yang baik. Kemampuan yang dimiliki oleh seorang individu dapat memperlihatkan ketertarikan dari perusahaan untuk merekrut. Beberapa skill yang dibutuhkan dari seorang individu yang dapat dilirik oleh perusahaan adalah komunikasi, adaptasi, multitasking, penjualan, kepemimpinan, presentasi, dan analisis (Iswenda, 2024). Apabila dilihat, masyarakat Indonesia memiliki kemampuan yang kurang dalam *skill* tersebut. Tidak semua individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dan memimpin. Kondisi ini membuat peluang yang dimiliki oleh seorang individu menjadi rendah. Upaya yang dapat dilakukan untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan pendidikan.

Pendidikan memiliki peran penting dalam membentuk individu yang mampu beradaptasi dengan perubahan zaman serta berkontribusi pada masyarakat. Kemajuan teknologi telah mendorong transformasi dalam sistem pendidikan, termasuk cara mahasiswa memperoleh ilmu pengetahuan dan keterampilan. Tidak hanya terbatas pada aspek akademik, pendidikan juga berfungsi sebagai sarana bagi mahasiswa untuk mengembangkan diri, baik dalam ranah intelektual, sosial, maupun profesional (Lestari & Persada, 2023). Perguruan tinggi menjadi lingkungan yang mendukung mahasiswa untuk mengaktualisasikan diri. Kampus menyediakan berbagai fasilitas dan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan komunikasi, kepemimpinan, serta jejaring sosial. Selain mengikuti perkuliahan, mahasiswa dapat memanfaatkan organisasi kemahasiswaan dan komunitas di luar kampus untuk memperluas wawasan dan pengalaman. Partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan tersebut terbukti meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja dan tantangan sosial (Suhendra & Widiastuti, 2023). Artinya, pendidikan tinggi tidak hanya berfokus pada pencapaian akademik semata, tetapi juga menjadi wadah bagi mahasiswa untuk mengaktualisasikan dirinya melalui organisasi.

Organisasi kemahasiswaan menjadi salah satu wadah utama dalam mendukung pengembangan diri mahasiswa. Pada dasarnya, pengembangan anak muda dimulai dari usia 20 tahun dikarenakan individu dari usia tersebut mulai mencari jati dirinya. Menurut Puti & Widiyani (2021) menegaskan bahwa individu mengalami *Quarterlife Crisis* dari usia 20 hingga 30 tahun. Selama proses pencarian identitas diri, perlu adanya kemudahan akses dari teknologi. Preferensi konvensional menggunakan metode tradisional dengan memanfaatkan majalah, buku, dan tatap langsung untuk berkomunikasi. Sementara, preferensi digital menggunakan metode digital dengan memanfaatkan teknologi yang sudah berkembang pesat. Seiring dengan perkembangan zaman, organisasi kemahasiswaan perlu beradaptasi dengan perubahan pola komunikasi dan preferensi mahasiswa dalam mengakses informasi. Generasi saat ini lebih cenderung menggunakan platform digital sebagai sarana utama dalam berkomunikasi dan mengembangkan diri (Hernawan, 2024). Studi dari Wenger (1998) tentang *Communities of Practice* menunjukkan bahwa komunitas membantu anggotanya untuk membangun jaringan profesional yang lebih luas dan mendapatkan

akses peluang karier atau proyek kolaboratif yang lebih relevan dengan kebutuhan industri dibandingkan organisasi kemahasiswaan yang seringkali berorientasi pada lingkungan kampus. Sedangkan, komunitas dapat terhubung dengan dunia industri, startup, dan profesional dari berbagai bidang.

Pada era digital, media sosial dijadikan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia, khususnya bagi generasi Z. Peralnya, begitu banyak individu yang meluangkan waktunya untuk memainkan media sosial. Sebanyak 63% melakukan *scrolling* pada media sosial untuk mengisi waktu luang selama 3 hingga 7 jam (Sugiarti, 2025). Menurut Rahmawati (2024), generasi Z mengakses berita digital melalui media sosial untuk dapat mengetahui informasi yang terjadi di lingkungan. Sebanyak 91.2% mencari informasi terkait peristiwa yang sedang terjadi. Tidak hanya itu, sebanyak 72.5% individu mengikuti perkembangan isu tertentu melalui media sosial.

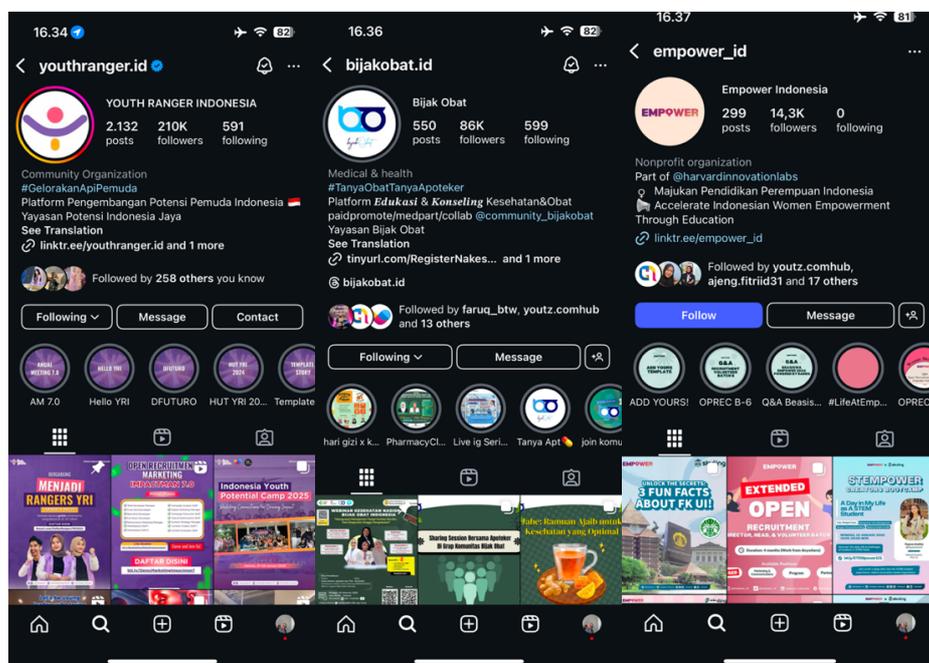


Gambar 1. 2 Aktivitas Digital Youtz Community Hub

Sumber: [instagram.com/youtzmedia](https://www.instagram.com/youtzmedia), diakses pada 23 Januari 2025, 14.00

Menurut Fujiawati & Raharja (2021) Instagram telah menjadi platform media sosial yang dominan di Indonesia, dengan lebih dari 79% pengguna internet di Indonesia mengaksesnya secara rutin. Selain itu, Instagram juga dimanfaatkan oleh kreator untuk meningkatkan literasi digital di Indonesia (Setiawan, 2021). Sesuai dengan pandangan Nugroho & Sari (2021) anak muda lebih tertarik pada konten yang mudah dicerna dan dapat diakses kapan saja. Tuntutan tersebut membuat Youtz Community Hub untuk selalu menyajikan pesan edukatif dan inspiratif dalam format sesuai dengan preferensi anak muda. Sedangkan, menurut Pratama & Wijaya (2022)

ketertarikan audiens terhadap konten harus memiliki nilai tambah dan relevansi yang tinggi, sehingga Youtz Community Hub harus memiliki cara untuk membedakan diri dari konten lainnya. Salah satu upaya yang dilakukan Youtz Community Hub adalah menghadirkan program inkubasi kreator digital dan anak muda, seperti penghimpunan anak muda dan komunitas di Indonesia sebagaimana ditampilkan pada gambar 1.2.



Gambar 1. 3 Kategori Komunitas yang ada di Youtz Community Hub

Sumber: Instagram.com, diakses pada 5 Februari 2025, 16.40 WIB

Penelitian terdahulu yang membahas strategi komunikasi pemberdayaan memberikan wawasan penting mengenai bagaimana komunikasi dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas program komunitas. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyo & Rohmah (2024) berjudul “*Gambaran Komunikasi Pemberdayaan dalam Komunitas UMKM Kreatif Kota Bontang.*” Penelitian ini menggunakan teori kajian komunikasi pemberdayaan ACTORS tentang bagaimana komunikasi dapat memberdayakan individu atau kelompok dalam mencapai tujuannya dengan pendekatan studi kasus dan metode kualitatif berupa wawancara dan observasi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengurus Komunitas UMKM Kreatif belum melaksanakan proses komunikasi pemberdayaan secara efektif kepada anggota dan komunikasi pemberdayaan yang efektif sangat penting untuk keberhasilan komunitas UMKM. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Astika & Anggrayni

(2023) dengan judul *Pemberdayaan Budidaya Ikan Hias melalui Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Pertanian Ikan Hias di Desa Ciseeng Kabupaten Bogor* bertujuan untuk memberdayakan budidaya ikan hias melalui komunikasi kelompok. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi kelompok. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan metode wawancara terhadap petani ikan hias di Desa Ciseeng dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi kelompok berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani ikan hias.

Penelitian yang sejenis dengan tema pemberdayaan dapat merujuk pada penelitian (Setiawati, et al., 2024) berjudul *Komunikasi Pembangunan Berbasis Komunitas dalam Upaya Pemberdayaan Perempuan* dengan menggunakan teori komunikasi pembangunan berbasis komunitas, yang menekankan pada pendekatan partisipatif dan inklusif dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Teori ini juga menekankan pentingnya keterlibatan aktif dari anggota komunitas dalam setiap tahapan pembangunan. Jurnal ini menyoroti pentingnya komunikasi sebagai alat untuk pemberdayaan perempuan. Komunikasi yang efektif dapat membantu perempuan untuk meningkatkan kesadaran mereka akan hak-hak mereka, mengembangkan keterampilan, dan berpartisipasi aktif dalam kehidupan bermasyarakat. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur, sehingga hasilnya menunjukkan bahwa komunikasi pembangunan berbasis komunitas dapat meningkatkan kesadaran perempuan terhadap hak-hak mereka, memperkuat keterampilan, dan mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan sosial, ekonomi, dan pengambilan keputusan. Pendekatan partisipatif menjadi kunci keberhasilan, di mana komunitas dilibatkan dalam setiap tahap perencanaan dan pelaksanaan program. Oleh karena itu, komunikasi pembangunan berbasis komunitas efektif dalam mendukung pemberdayaan perempuan, terutama jika melibatkan strategi yang inklusif dan berorientasi pada kebutuhan lokal.

Sementara itu, penelitian keempat dilakukan oleh (Wiguna, et al., 2024) dengan judul "*Analisis Komunikasi Kelompok Komunitas the Powerbuff Girls dalam Upaya Mendukung Pemberdayaan Perempuan di Jakarta.*" Penelitian ini berfokus pada komunitas The Powerbuff Girls (TPG) sebuah komunitas olahraga perempuan di Jakarta yang aktif dalam menyuarakan gerakan hidup sehat dan pemberdayaan

perempuan. Penelitian ini menggunakan model pemberdayaan untuk menganalisis strategi komunikasi dalam TPG dengan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan penggerak dan anggota komunitas TPG, observasi langsung, dan studi dokumen terkait kegiatan komunitas. Hasilnya menunjukkan bahwa Komunikasi kelompok yang efektif dalam komunitas olahraga seperti TPG dapat menjadi alat yang kuat untuk mendukung pemberdayaan perempuan. Komunitas ini memberikan platform bagi perempuan untuk mengembangkan diri, mendapatkan dukungan sosial, dan berpartisipasi aktif dalam upaya mencapai kesetaraan gender dalam olahraga dan masyarakat.

Peneliti telah menganalisis keempat penelitian sebelumnya, peneliti juga melihat adanya kesamaan implikasi dari keempatnya untuk penelitian di masa depan. Implikasi dari keempat penelitian tersebut mendorong peneliti selanjutnya untuk mengembangkan lebih lanjut pemahaman mengenai pentingnya komunikasi dalam pemberdayaan komunitas. Komunikasi, baik secara langsung maupun berbasis digital, memiliki peran penting dalam menghubungkan anggota komunitas dengan informasi dan sumber daya yang dapat meningkatkan kualitas hidup mereka. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana strategi komunikasi digital yang tepat dapat mengoptimalkan pemberdayaan dalam komunitas digital. Urgensi dari penelitian ini terlihat pada strategi komunikasi yang terbentuk pada sebuah komunitas agar dapat melakukan pemberdayaan online dengan mempertimbangkan inovasi sosial yang diajarkan kepada audiens.

Beberapa penelitian terdahulu mengambil fokus pada strategi komunikasi dan pemberdayaan perempuan. Novelty yang akan diperlihatkan dalam penelitian ini adalah pada konsep pemberdayaan inovasi yang dapat membuat mahasiswa memiliki jiwa *social entrepreneurship*. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti menyimpulkan bahwa penelitian mengenai strategi komunikasi digital dalam pemberdayaan komunitas masih perlu dilakukan. Para peneliti perlu mengkaji bagaimana platform digital, seperti Youtz Community Hub dapat digunakan secara efektif dalam mengelola komunikasi dan meningkatkan partisipasi anggota dalam komunitas berbasis digital. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai peran strategi komunikasi digital dalam

pemberdayaan komunitas dan memberikan kontribusi pada pengembangan model serupa di masa mendatang. Dengan demikian, penelitian ini berjudul “*Strategi Komunikasi dalam Pemberdayaan Komunitas Online untuk Pengembangan Inovasi Sosial Digital melalui Youtz Community Hub*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana strategi komunikasi dapat diterapkan dalam pemberdayaan komunitas online melalui program Youtz Community Hub dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Youtz Community Hub dalam upaya pemberdayaan komunitas online?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, adapun tujuan penelitian untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Youtz Community Hub dalam Upaya Pemberdayaan Komunitas Online.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi digital dalam upaya pemberdayaan komunitas yang dilakukan melalui program Youtz Community Hub. Fokus utama penelitian adalah bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan dapat meningkatkan partisipasi, keterlibatan, dan pemberdayaan komunitas, terutama dalam konteks anak muda dan mahasiswa. Penelitian ini mengacu pada konsep komunikasi digital, strategi komunikasi, serta pemberdayaan komunitas dengan pendekatan teori komunikasi organisasi melalui model perencanaan komunikasi Philip Lesly.

Batasan geografis dilakukan dengan objek penelitian pada Youtz Community Hub sebagai bagian dari program Youtz Media dan subjek meliputi pengelola Youtz Community Hub dan pihak-pihak yang terlibat dalam program Youtz Community Hub dengan menggunakan metode studi kasus kualitatif melalui teknik wawancara mendalam maupun observasi yang dilakukan oleh Youtz Community Hub dalam menjalankan strategi komunikasinya. Maka, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai implementasi strategi komunikasi digital dalam

pemberdayaan komunitas yang dilakukan oleh Youtz Community Hub. Pendekatan studi kasus kualitatif membantu peneliti untuk menganalisis dinamika komunikasi yang terjadi di dalam komunitas.

Peneliti juga telah menetapkan jadwal dan periode penelitian yang dilakukan sejak Januari 2025 hingga Juli 2025 dengan rincian pada Tabel 2.4. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis dan komprehensif dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian

| No | Keterangan | 2025 | | | | | | |
|----|------------------------------|------|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Menentukan Judul Penelitian | | | | | | | |
| 2. | Penyusunan BAB 1 | | | | | | | |
| 3. | Penyusunan BAB 2 | | | | | | | |
| 4. | Penyusunan BAB 3 | | | | | | | |
| 5. | Pendaftaran Seminar Proposal | | | | | | | |

(Sumber: Olahan Peneliti, 2025)

Pada Tabel 1.2, dijelaskan bahwa penelitian ini dimulai pada Januari 2025 dengan tahapan awal berupa penentuan judul penelitian melalui tinjauan pustaka. Tinjauan pustaka ini bertujuan untuk memberikan landasan teoretis yang kuat dan mengidentifikasi celah penelitian yang relevan, sehingga dapat mengembangkan topik pembahasan yang memiliki nilai kebaruan. Setelah judul penelitian ditentukan, proses penyusunan Bab 1 hingga Bab 3 dilaksanakan secara bertahap selama periode Januari hingga April 2025. Pada bulan April, peneliti mendaftarkan seminar proposal sebagai bentuk validasi awal dari desain penelitian.

1.5 Signifikansi Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam kajian komunikasi, khususnya dalam bidang strategi komunikasi digital untuk pemberdayaan komunitas. Secara akademis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai komunikasi pemberdayaan dengan menyoroti peran media digital dalam membangun keterlibatan komunitas, meningkatkan partisipasi, serta memperluas jangkauan program

pemberdayaan. Artinya penelitian ini menawarkan perspektif baru tentang bagaimana organisasi komunitas dapat mengadopsi strategi komunikasi yang adaptif dan interaktif untuk mencapai tujuan pemberdayaan yang lebih efektif.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi organisasi komunitas, lembaga sosial, dan institusi terkait dalam merancang strategi komunikasi digital yang lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan target audiens. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi pengelola komunitas dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat utama dalam menyebarkan informasi, membangun engagement, serta menciptakan ruang diskusi yang lebih inklusif. Penelitian ini memiliki manfaat yang jelas dalam pengembangan teori komunikasi serta sebagai acuan bagi pengambil kebijakan dalam mendukung transformasi digital dalam program pemberdayaan komunitas dalam kehidupan masyarakat.

1.6 Struktur Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan singkat, ringkas, dan lengkap tentang isi penelitian. Ini mencakup pengenalan tentang objek penelitian, latar belakangnya, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaatnya, dan prosedur untuk menyusun tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori umum dan khusus, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran penelitian dibahas dalam bab ini. Jika diperlukan, itu juga mencakup hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, populasi dan sampel, operasi variabel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis hasil.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan diskusi penelitian disajikan dalam sub judul terpisah dan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Terdiri dari dua bagian, bab ini menyajikan hasil penelitian. Bagian kedua membahas atau menganalisis hasil tersebut. Semua komponen diskusi harus dimulai dengan hasil analisis data, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Pada bagian pembahasan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.