

ABSTRAK

Azzahra cahya Dewi 1218010031: Pengaruh Komunikasi Kebijakan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z Di Kabupaten Indramayu.

Rendahnya minat berwirausaha di kalangan Generasi Z di Kabupaten Indramayu menjadi permasalahan utama yang menjadi fokus penelitian ini, padahal daerah tersebut memiliki potensi ekonomi kreatif yang cukup besar. Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Dispara) telah menggunakan media sosial, terutama Instagram, untuk mengomunikasikan kebijakan ekonomi kreatif. Namun, masih ada kesenjangan antara frekuensi komunikasi kebijakan dan keterlibatan kaum muda dalam kewirausahaan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi kebijakan kreatif ekonomi yang dilakukan Dispara Kabupaten Indramayu melalui media sosial terhadap minat Generasi Z dalam memulai usaha dan mengukur efektivitas dimensi komunikasi seperti penyampaian informasi, kejelasan, dan konsistensi dalam membentuk minat tersebut.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi kebijakan George C. Edwards III, yang menyoroti pentingnya informasi yang jelas dan konsisten dalam implementasi kebijakan. Hipotesis penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan komunikasi kebijakan ekonomi kreatif yang dilakukan Dispara Kabupaten Indramayu terhadap minat berwirausaha Generasi Z.

Penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang diberikan kepada 97 responden dari Generasi Z di Kabupaten Indramayu yang dipilih menggunakan rumus Slovin. Analisis data melibatkan pengujian validitas dan reliabilitas, korelasi, regresi linier sederhana, dan pengujian hipotesis, semuanya dilakukan dengan bantuan SPSS versi 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi kebijakan ekonomi kreatif berada pada kategori sedang dengan skor rata - rata 3,38, sedangkan minat Generasi Z dalam berwirausaha juga berada pada kategori sedang dengan skor rata

- rata 3,36. Uji korelasi menghasilkan nilai R sebesar 0,686 (kategori kuat) dan koefisien determinasi sebesar 0,470, artinya komunikasi kebijakan memengaruhi minat berwirausaha Generasi Z sebesar 47 %, sedangkan 53 % lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Persamaan regresi $Y = 5,385 + 0,832X$ menunjukkan bahwa semakin efektif komunikasi kebijakan, semakin tinggi minat berwirausaha di kalangan Generasi Z.

Kata kunci : *Komunikasi Kebijakan, Ekonomi Kreatif, Generasi Z, Minat Berwirausaha.*

ABSTRACT

Azzahra Cahya Dewi 1218010031: The Influence of Creative Economy Policy Communication by the Tourism, Youth, and Sports Office on Generation Z's Entrepreneurial Interest in Indramayu Regency.

The low interest in entrepreneurship among Generation Z in Indramayu Regency is the main problem focused on in this research, despite the region's significant creative economy potential. The Tourism, Youth, and Sports Office (Dispara) has utilized social media, particularly Instagram, to communicate creative economy policies. However, there remains a gap between the frequency of policy communication and youth engagement in entrepreneurship.

The purpose of this study was to determine the extent of the influence of the creative economy policy communication conducted by the Indramayu Regency Dispara through social media on Generation Z's interest in starting a business and to measure the effectiveness of communication dimensions such as information delivery, clarity, and consistency in shaping this interest.

This research utilized George C. Edwards III's policy communication theory, which highlights the importance of clear and consistent information in policy implementation. The research hypothesis states that there is a positive and significant influence of creative economy policy communication conducted by the Indramayu Regency Tourism Office on Generation Z's entrepreneurial interest.

The research employed a quantitative approach with an explanatory design. Data collection was conducted through questionnaires administered to 97 Generation Z respondents in Indramayu Regency, selected using the Slovin formula. Data analysis involved validity and reliability testing, correlation, simple linear regression, and hypothesis testing, all conducted using SPSS version 3.

The results indicate that creative economy policy communication is in the moderate category with an average score of 3.38, while Generation Z's interest in entrepreneurship is also in the moderate category with an average score of 3.36. The correlation test yielded an R value of 0.686 (strong category) and a coefficient of determination of 0.470, indicating that policy communication influences Generation Z's entrepreneurial interest by 47%, while the remaining 53% is influenced by other factors. The regression equation $Y = 5.385 + 0.832X$ shows that the more effective policy communication is, the higher the interest in entrepreneurship among Generation Z.

Keywords: *Policy Communication, Creative Economy, Generation Z, Interest in Entrepreneurship.*