

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seseorang memulai dan mengelola bisnis dengan tujuan menghasilkan keuntungan, mereka disebut wirausaha. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2021), menyatakan bahwa wirausaha memainkan peran penting dalam meningkatkan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Generasi Z, yang terdiri dari orang-orang yang lahir antara pertengahan 1990-an dan awal 2010-an, memiliki potensi besar untuk berwirausaha karena mereka kreatif, adaptif terhadap teknologi, dan memiliki keinginan untuk menyelesaikan masalah secara inovatif (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Indramayu, 2023).

Diera internet saat ini, media sosial dapat menjadi sumber informasi yang dapat memotivasi Generasi Z untuk berwirausaha. Ini juga dapat menjadi sumber informasi yang dapat memotivasi Generasi Z untuk berbisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan minat berwirausaha melalui interaksi dan penyampaian informasi yang lebih personal.

Walaupun Generasi Z memiliki banyak potensi, terdapat berbagai faktor yang memengaruhi keinginan mereka untuk terjun ke dunia wirausaha. Generasi ini dikenal memiliki karakteristik yang adaptif terhadap teknologi, kreatif, dan cenderung berpikir inovatif. Sikap positif terhadap wirausaha menjadi salah satu elemen kunci, karena individu dengan pandangan optimis terhadap dunia usaha lebih termotivasi untuk mengambil risiko dan memulai bisnis. Selain itu, dukungan lingkungan, termasuk dari keluarga, teman, dan kebijakan pemerintah, juga memiliki peranan penting dalam membentuk semangat kewirausahaan. Tidak kalah penting, kemampuan untuk mendapatkan informasi yang relevan dan terkini menjadi faktor krusial, karena informasi yang memadai membantu generasi ini memahami peluang pasar dan tantangan yang akan dihadapi dalam berwirausaha.

Kombinasi dari ketiga faktor ini menjadi landasan penting yang memengaruhi keputusan Generasi Z untuk menjalani karier sebagai wirausaha (Hamrell, 2011).

Gambar 1.1 Akun Instagram Dispara Indramayu



Sumber: (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Indramayu, 2023).

Ekonomi kreatif di Kabupaten Indramayu mencakup berbagai subsektor, seperti kuliner, kerajinan, seni, dan desain, yang memiliki peluang untuk dikembangkan oleh masyarakat, termasuk Generasi Z (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Indramayu, 2023).

Di sisi lain, berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan minat berwirausaha. Penggunaan media sosial dapat memperluas akses informasi, membangun jejaring, serta meningkatkan motivasi individu untuk memulai usaha (Indraswati dkk., 2021; Susanti, 2020; Fajarha, 2018). Selain itu, komunikasi kebijakan melalui media sosial juga terbukti berkontribusi terhadap peningkatan minat berwirausaha, terutama di kalangan generasi muda (Jogiyanto & Luthfi, 2020; Pratiwi & Supriyadi, 2019). Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial dan komunikasi kebijakan menjadi faktor yang relevan untuk mendorong tumbuhnya minat berwirausaha Generasi Z dalam sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Indramayu.

Kebijakan Sektor Industri Kreatif Indramayu bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung bagi para pelaku kreatif, khususnya Generasi Z. Sebagai sektor unggulan, Dispara memainkan peran penting dalam implementasi kebijakan ini dengan fokus pada pemberdayaan pelaku ekonomi melalui program pelatihan dan pembiayaan. Beberapa inisiatif telah dilakukan, termasuk melatih wirausahawan muda dan menyediakan akses terhadap sumber

daya agar produk mereka lebih kompetitif di pasar. Dengan menerapkan kebijakan yang inklusif dan aksesibel, Dispara bertujuan untuk mendorong lebih banyak generasi Z untuk terlibat dalam sektor industri kreatif yang menguntungkan dan berkelanjutan. Saat ini penting untuk menilai efektivitas kebijakan ini agar dapat disesuaikan dengan kebutuhan para pelaku ekonomi muda yang dinamis (DISPORA NGAWI, 2023).

Komunikasi kebijakan menurut Dr. Fadjar Tri Sakti, M.Si.(seorang akademisi dan dosen di Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung) (Suparman et al., 2019) memandang komunikasi sebagai proses penting dalam menyampaikan informasi, petunjuk, dan pemahaman mengenai sebuah kebijakan dari orang yang membuat kebijakan kepada pelaksana kebijakan serta masyarakat yang akan merasakan manfaatnya. Dari sudut pandang kebijakan publik dan pemerintahan, komunikasi kebijakan merupakan hal yang sangat penting untuk memastikan keberhasilan pelaksanaan dan penilaian program publik, karena tak peduli bagaimana baiknya isi suatu kebijakan, program tersebut tidak akan berjalan efektif jika pesannya tidak disampaikan dengan tepat, jelas, dan mudah dipahami oleh semua pihak yang terlibat.

Dalam konsep dasar, komunikasi kebijakan mencakup tiga aspek utama yang saling terkait, yaitu cara menyampaikannya (penyebaran), bagaimana jelasnya (kejelasan), dan sejauh mana tetap sama (konsistensi). Penyebaran mengacu pada seberapa luas pesan kebijakan bisa sampai kepada semua pihak yang terlibat, baik melalui jalur komunikasi resmi maupun platform media digital. Kejelasan penting karena perintah, petunjuk teknis, dan tujuan kebijakan harus disampaikan secara jelas, tidak membingungkan, dan terbuka agar tidak terjadi kesalahpahaman di tingkat penerapan. Sementara itu, konsistensi membutuhkan keselarasan dalam menyampaikan pesan dari waktu ke waktu serta antar level birokrasi, sehingga pelaksanaan kebijakan bisa berjalan dengan arah yang jelas tanpa membuat publik atau pelaksana bingung .

Untuk menjangkau khalayak Generasi Z yang lebih luas, Dispara menerapkan strategi komunikasi efektif melalui platform media sosial, khususnya Instagram. Akun Instagram Dispara yang dapat diakses merupakan sarana penting dalam mengkomunikasikan kebijakan dan program terkait industri kreatif. Konten yang dibagikan meliputi pengumuman tentang pelatihan, kompetisi, dan promosi produk lokal yang menarik. Dengan pendekatan ini, Dispara bertujuan tidak hanya memberikan informasi kepada Generasi Z, tetapi juga mendorong mereka untuk lebih berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi kreatif yang meningkatkan keterampilan dan imajinasi

mereka. Dengan memanfaatkan media sosial, Dispara berharap dapat meningkatkan partisipasi generasi Z dalam program pengembangan ekonomi kreatif Indramayu.

Ada kebutuhan besar untuk memahami bagaimana konten yang didistribusikan melalui Instagram Dispara memengaruhi keputusan kewirausahaan Generasi Z. Dengan memahami kesenjangan tersebut lebih dalam, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak komunikasi kebijakan ekonomi kreatif melalui akun Instagram Dispara terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif..

Kebijakan ekonomi kreatif di Kabupaten Indramayu secara jelas dan formal terkait dengan struktur regulasi daerah yang tertera dalam Dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Indramayu, Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) Kabupaten Indramayu, dan dikuatkan oleh Peraturan Bupati (Perbup) Indramayu Nomor 1 Tahun 2022 yang mengatur mengenai Struktur, Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Dispara) Kabupaten Indramayu, yang secara kelembagaan telah menciptakan Bidang Ekonomi Kreatif. Regulasi pendukung untuk operasional wirausaha daerah juga merujuk pada ketentuan teknis mengenai tata kelola pemberdayaan wirausaha lokal yang diatur dalam Peraturan Bupati Indramayu Nomor 62 Tahun 2017. Pelaksanaan nyata dari kebijakan ini terlihat dalam program kerja strategis Dispara, yang mencakup penyelenggaraan pelatihan sistem jual beli online, fasilitasi inkubasi bisnis untuk pemula, pameran pesona wastra dan ekonomi kreatif, serta bantuan akses modal.

Pemerintah Kabupaten Indramayu melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Dispara) melaksanakan berbagai program yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif. Informasi mengenai kegiatan, seperti pelatihan, promosi, pameran, dan program pembinaan pelaku ekonomi kreatif, disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai media, termasuk akun Instagram resmi Dispara. Pemanfaatan Instagram tersebut menjadi salah satu sarana komunikasi pemerintah dalam menyampaikan informasi mengenai kebijakan, program, dan aktivitas yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif. Oleh karena itu, media sosial menjadi kanal yang relevan untuk mengkaji bagaimana komunikasi kebijakan pemerintah dapat memengaruhi minat berwirausaha Generasi Z.

Gambar 1.2 Reels Kegiatan Dispara di Akun Instagram



Sumber: (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Indramayu, 2023). Akun Instagram Dispara menampilkan aktivitas, program yang mendukung ekonomi kreatif, dan pemasaran produk lokal. Namun, minat generasi Z dalam bisnis di Indramayu masih rendah meskipun banyak orang berinteraksi melalui akun media sosial ini. Ketidaksesuaian ini menunjukkan bahwa sulit untuk menyesuaikan informasi yang diberikan dengan keinginan dan kebutuhan Generasi Z untuk berbisnis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis, serta rekomendasi praktis, tentang bagaimana komunikasi kebijakan ekonomi kreatif yang dilakukan melalui akun Instagram Dispara Kabupaten Indramayu berdampak pada minat generasi Z dalam berwirausaha.

Sektor industri kreatif di Indramayu memiliki dampak yang signifikan terhadap kemajuan ekonomi daerah. Potensi yang sangat besar ini pada dasarnya, memerlukan keterlibatan aktif dari generasi usia produktif, terutama Generasi Z, untuk berkontribusi secara langsung dalam kegiatan wirausaha untuk memaksimalkan sumber daya ekonomi lokal yang tersedia. Namun, kondisi nyata di lapangan memperlihatkan bahwa jumlah pelaku usaha di Indramayu masih tergolong sangat minim, yang menandakan bahwa sumber daya ekonomi yang melimpah ini belum dimanfaatkan secara maksimal.

Perbedaan potensi yang ada pemerintah Kabupaten Indramayu, melalui Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Dispara), memperkenalkan sejumlah kebijakan dan program kerja yang bertujuan untuk memajukan ekonomi kreatif dan pemasaran barang lokal. Untuk menarik

perhatian lebih banyak orang, Dispara memanfaatkan platform media sosial, terutama akun Instagram resmi, sebagai saluran utama untuk berkomunikasi terkait kebijakan, serta menyampaikan berbagai edukasi, promosi acara, dan informasi mengenai peluang wirausaha bagi masyarakat.

Akun Instagram Dispara Kabupaten Indramayu berfungsi sebagai platform untuk mempromosikan berbagai kegiatan dan program yang mendukung ekonomi kreatif serta pemasaran produk lokal. Meskipun demikian, minat generasi Z untuk berwirausaha di Indramayu masih tergolong rendah, meski banyak yang berinteraksi dengan akun media sosial ini. Ketidaksesuaian ini mengindikasikan adanya kesulitan dalam menyelaraskan informasi yang disampaikan dengan keinginan dan kebutuhan generasi Z dalam berbisnis.

Gambar 1.3 Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Indramayu



Sumber: (BPS Indramayu, 2023)

Data mengenai pelaku usaha di Indramayu menunjukkan angka yang sangat rendah. Hal ini mencerminkan potensi besar yang masih belum dimanfaatkan di wilayah ini. Untuk itu, perlu ada inisiatif untuk meningkatkan minat generasi Z dalam dunia kewirausahaan. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah memanfaatkan akun Instagram Dinas Pariwisata Kabupaten Indramayu sebagai platform untuk menyebarkan informasi dan edukasi tentang berwirausaha.

Dengan upaya berbagai program serta promosi telah disebarluaskan secara luas di media sosial, peristiwa yang terlihat menandakan bahwa ketertarikan Generasi Z di Kabupaten

Indramayu untuk menjalankan usaha masih cukup rendah. Terdapat suatu ketidakcocokan antara tingkat keterlibatan publik yang tinggi pada akun Instagram Dispara dan tingkat partisipasi nyata Gen Z dalam bidang kewirausahaan. kondisi menunjukkan adanya hambatan dalam penyesuaian materi informasi yang diberikan oleh pemerintah daerah dengan kebutuhan, preferensi, serta keinginan nyata dari Generasi Z yang hendak memulai usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menduga bahwa minat untuk menjadi wirausaha di kalangan Generasi Z di Kabupaten Indramayu tergolong rendah (Y). Rendahnya keinginan untuk berwirausaha ini diduga terpengaruh oleh ketidak efektifan komunikasi mengenai kebijakan ekonomi kreatif (X) yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Dispara) Kabupaten Indramayu melalui platform media sosial Instagram. Kurangnya efektivitas dalam menyampaikan informasi, ketidak jelasan narasi, dan ketidak konsistenan pesan dalam publikasi kebijakan tersebut diperkirakan menjadi penghalang utama dalam meningkatkan semangat kewirausahaan bagi Generasi Z.

Berdasarkan informasi yang sudah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang minat berwirausaha terhadap Generasi Z dengan mengambil judul **“Pengaruh Komunikasi Kebijakan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z Di Kabupaten Indramayu”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari pemaparan latar belakang diatas, peneliti merumuskan permasalahan peneletian yang sesuai yaitu sebagai berikut:

1. Seberapa tinggi tingkat komunikasi kebijakan ekonomi kreatif pada akun Instagram Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Indramayu ditinjau dari dimensi transmisi, kejelasan, dan konsistensi informasi?
2. Seberapa tinggi tingkat minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu?
3. Seberapa besar pengaruh komunikasi kebijakan ekonomi kreatif pada akun Instagram Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Indramayu terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu?

C. Rumusan Masalah Penelitian

Dari pemaparan latar belakang diatas, peneliti merumuskan permasalahan peneletian yang sesuai yaitu sebagai berikut:

1. Seberapa besar efektivitas komunikasi kebijakan ekonomi kreatif pada akun instagram Dispara Kabupaten Indramayu?
2. Seberapa besar minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu?
3. Seberapa besar sumbangan efektif dari pengaruh komunikasi kebijakan pada akun instagram Dispara Kabupaten Indramayu yang terdiri dari dimensi transmisi informasi, kejelasan informasi, dan konsistensi informasi terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengukur seberapa besar efektivitas komunikasi kebijakan ekonomi kreatif pada akun Instagram Dispara Kabupaten Indramayu.
2. Mengukur seberapa besar minat wirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu.
3. Mengukur seberapa besar sumbangan efektif dari pengaruh komunikasi kebijakan ekonomi kreatif pada akun instagram Dispara Kabupaten Indramayu yang terdiri dari dimensi transmisi informasi, kejelasan informasi, dan konsistensi informasi terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu.

E. Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber ilmu pengetahuan mengenai data empiris yang kemudian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti serta menambah/memperluas wawasan keilmuan khususnya mengenai strategi komunikasi kebijakan melalui instagram, terutama dalam konteks kebijakan ekonomi kreatif dan juga dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan khususnya bagi Dispara Kabupaten Indramayu dalam melakukan evaluasi mengenai strategi komunikasi kebijakan melalui instagram untuk menumbuhkan minat berwirausaha pada Generasi Z dan umumnya bagi instansi serta pihak lain dalam merumuskan strategi komunikasi kebijakan melalui instagram.

F. Kerangka Pemikiran

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) Teori Komunikasi Kebijakan sebagai variabel X dan (2) Teori Minat Berwirausaha sebagai variabel Y. Kedua teori tersebut digunakan untuk mengukur pengaruh komunikasi kebijakan ekonomi kreatif pada akun Instagram Dispara Kabupaten Indramayu terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu. Penelitian ini juga menganalisis dimensi-dimensi komunikasi kebijakan yang memberikan sumbangan efektif dalam mempengaruhi minat berwirausaha.

Komunikasi kebijakan merupakan proses penting dalam interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Edwards III (1980) menjelaskan bahwa komunikasi kebijakan merupakan proses penyampaian informasi dan arahan dari para pembuat kebijakan kepada publik agar tujuan, isi, dan pelaksanaan kebijakan dapat dipahami secara tepat. Komunikasi yang efektif berperan dalam membangun pemahaman masyarakat terhadap kebijakan sekaligus mendukung keberhasilan implementasinya. Sejalan dengan itu, Pulzl (2017) menyatakan bahwa komunikasi merupakan instrumen penting untuk membangun dukungan publik, meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap kebijakan yang diterapkan, serta mendorong tercapainya tujuan kebijakan secara berkelanjutan.

Kebijakan Ekonomi Kreatif Dispara Kabupaten Indramayu Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga (Dispara) Kabupaten Indramayu berupaya mengkomunikasikan kebijakan ekonomi kreatifnya melalui platform Instagram. Melalui akun Instagram tersebut, Dispara menawarkan program pengembangan sektor industri kreatif, antara lain pelatihan bagi pelaku ekonomi, kegiatan promosi, dan kontes untuk mendorong kreativitas. Melalui pemanfaatan media sosial, Dispara bertujuan untuk lebih menjangkau Generasi Z dan merangsang minat terhadap peluang bisnis di industri kreatif.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menduga bahwa minat untuk menjadi wirausaha di kalangan Generasi Z di Kabupaten Indramayu tergolong rendah (Y). Rendahnya keinginan untuk berwirausaha ini diduga terpengaruh oleh ketidak efektifan komunikasi mengenai kebijakan

ekonomi kreatif (X) yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Dispara) Kabupaten Indramayu melalui platform media sosial Instagram. Kurangnya efektivitas dalam menyampaikan informasi, ketidakjelasan narasi, dan ketidak konsistenan pesan dalam publikasi kebijakan tersebut diperkirakan menjadi penghalang utama dalam meningkatkan semangat kewirausahaan bagi Generasi Z.

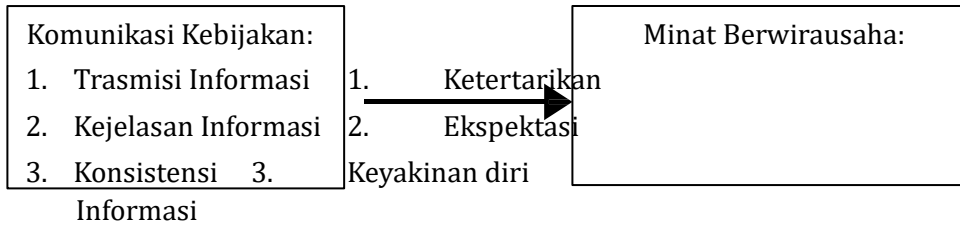
Pengaruh informasi di Instagram terhadap minat berwirausaha. Informasi yang disajikan di Instagram Dispara dapat memberikan dampak bagi penerima informasinya, seperti menumbuhkan minat berwirausaha. Studi Surya dan Ningsih (2020) menunjukkan bahwa konten yang menarik dan mendidik dapat mendorong generasi muda untuk berpartisipasi dalam kegiatan kewirausahaan (Sitanggang et al., 2022). Diharapkan dengan adanya informasi yang akurat dan menarik mengenai kebijakan ekonomi kreatif, Dispara Kabupaten Indramayu mampu mendorong minat generasi Z terhadap kewirausahaan daerah.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menduga bahwa minat untuk menjadi wirausaha di kalangan Generasi Z di Kabupaten Indramayu tergolong rendah (Y). Kalangan Generasi Z kurang memiliki ketertarikan, keinginan, kurang keyakinan diri, dan kurangnya kesiapan dalam bertindak. Rendahnya keinginan untuk berwirausaha ini diduga terpengaruh oleh ketidak efektifan komunikasi mengenai kebijakan ekonomi kreatif (X) yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda, dan

Olahraga (Dispara) Kabupaten Indramayu melalui platform media sosial Instagram. Kurangnya efektivitas dalam menyampaikan informasi, ketidakjelasan narasi, dan ketidak konsistenan pesan dalam publikasi kebijakan tersebut diperkirakan menjadi penghalang utama dalam meningkatkan semangat kewirausahaan bagi Generasi Z.

Hubungan kausalitas antara Komunikasi Kebijakan (X) dan Minat Berwirausaha (Y) dapat dijelaskan melalui mekanisme penyampaian informasi publik (Surya & Ningsih, 2020; Sitanggang et al., 2022). Komunikasi kebijakan yang dijalankan oleh Dispara melalui akun Instagram berfungsi sebagai stimulus eksternal yang memberikan pemahaman mengenai berbagai program kemudahan berbisnis bagi pemula. Ketika saluran komunikasi mampu menjalankan transmisi informasi secara meluas, menyampaikan narasi program dengan sangat jelas, serta menyajikan konten secara konsisten, maka informasi tersebut akan diolah menjadi persepsi positif oleh Generasi Z. Persepsi positif terhadap kebijakan ini bertindak sebagai pematik yang meningkatkan rasa percaya diri dan keinginan Generasi Z, yang pada akhirnya secara signifikan meningkatkan minat mereka untuk berwirausaha.

Gambar 1.4 Kerangka Berpikir



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

G. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan di atas, hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H0: Efektivitas komunikasi kebijakan ekonomi kreatif pada akun instagram Dispara Kabupaten Indramayu berada pada kategori rendah.
- H1: Efektivitas komunikasi kebijakan ekonomi kreatif pada akun instagram Dispara Kabupaten Indramayu berada pada kategori tinggi.
- H0: Minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu berada pada kategori rendah.
- H1: Minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu berada pada kategori tinggi..
- H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari komunikasi kebijakan ekonomi kreatif (dimensi transmisi informasi, kejelasan informasi, dan konsistensi informasi) secara bersama-sama (simultan) terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu.
- H1: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari komunikasi kebijakan ekonomi kreatif (dimensi transmisi informasi, kejelasan informasi, dan konsistensi informasi) secara bersama-sama (simultan) terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Indramayu.