

## Perspektif Gen Z Politeknik Pariwisata Bali terhadap Peranan Sosial Media dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner

Ni Desak Made Santi Diwyartha<sup>1</sup>, Wayan Adi Pratama<sup>2</sup>,

I Wayan Jata<sup>3</sup>, Nyoman Gede Mas Wiarta<sup>4</sup>

<sup>1,3,4</sup>Politeknik Pariwisata Bali, Indonesia

<sup>2</sup>Politeknik Internasional Bali, Indonesia

<sup>1</sup>santidiwyartha@yahoo.com

### Abstract

*This research explored the perspectives of Generation Z at Politeknik Pariwisata Bali on the role of social media in shaping entrepreneurship in culinary business. The study employs a quantitative approach, utilizing questionnaires, observations, and interviews to collect data from a sample of 100 Generation Z students majoring in Hotel Management Study Program. The results of the analysis indicate that the majority of respondents (95%) view social media as a source of inspiration and a platform for interaction for young entrepreneurs. Additionally, 87% expressed that the institution has provided adequate avenues for entrepreneurship in culinary business through internet networking (87%), entrepreneurship-related events or activities (92%), and the Student Activity Unit at Politeknik Pariwisata Bali (78%). However, there were findings regarding potential negative impacts of social media on entrepreneurial character, such as perceptions of instant success (86%) and a perceived lack of management involvement in organized activities (86%). These findings underscore the importance of adopting a thoughtful approach in integrating social media to support the development of entrepreneurship in culinary business among Generation Z, particularly those at Politeknik Pariwisata Bali.*

**Keywords:** Culinary; GenZ; Media; Role; Perspective

### Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi pandangan Generasi Z pada Politeknik Pariwisata Bali, tentang peranan media sosial dalam membentuk karakter berwirausaha dalam bisnis kuliner. Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh dewasa di era digital dengan akses luas terhadap media sosial. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan angket, observasi dan wawancara untuk mengumpulkan data dari sampel 100 Generasi Z pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar responden (95 %) melihat media sosial sebagai sumber inspirasi dan wadah berinteraksi bagi wirausahawan muda, sebesar 87 % mengemukakan bahwa Lembaga sudah memberikan wadah bagi pengembangan karakter wirausaha berupa jejaring internet yang memadai (87 %), event atau kegiatan terkait kewirausahaan (92 %), Unit Kegiatan Mahasiswa di Politeknik Pariwisata Bali (78%). Terdapat temuan mengenai potensi dampak negatif media sosial terhadap karakter berwirausaha dalam bisnis kuliner, seperti persepsi tentang kesuksesan instan (86 %) dan kurangnya keterlibatan manajemen dalam kegiatan nyata yang terselenggara (86 %). Implikasi temuan ini memperkuat pentingnya pendekatan yang bijaksana dalam mengintegrasikan media sosial dalam mendukung pengembangan karakter berwirausaha dalam bisnis kuliner di kalangan Generasi Z, khususnya pada Generasi Z di Politeknik Pariwisata Bali.

**Kata Kunci:** Kuliner; GenZ; Media; Peranan; Perspektif.

## **Pendahuluan**

Tingkat pendidikan dan pengalaman kerja di bidang kewirausahaan memiliki peran yang sangat penting bagi Generasi Z, yang merupakan generasi termuda dalam angkatan kerja saat ini. Dikenal juga sebagai I-generation atau generasi internet, Generasi Z memiliki ciri khas berinteraksi lebih banyak melalui platform online dan telah terbiasa dengan teknologi sejak usia dini, menunjukkan kecenderungan kreativitas yang kuat (Veronika, 2022) dan (Ayesha, n.d.). Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat dalam skala global saat ini mendorong upaya dari berbagai pihak untuk mempersiapkan generasi muda, khususnya Generasi Z, dalam menghadapi tantangan masa depan, salah satunya melalui pembekalan di bidang kewirausahaan (Antari, 2021). Data menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7%, mengalami peningkatan signifikan dari angka 64,8% pada tahun 2018. Peningkatan pesat penggunaan teknologi informasi ini mendorong pentingnya mengarahkan perhatian mereka pada aspek-aspek yang memiliki dampak positif, terutama dalam mengembangkan potensi di bidang industri kreatif (Diayudha, 2020),(Alfarisi et al., 2023) dan (Ratten et al., 2019)

Upaya ini meningkatkan kesadaran akan pentingnya pendidikan yang berkualitas dan kesempatan untuk mendapatkan pengalaman kerja yang relevan di bidang kewirausahaan sangatlah krusial bagi Generasi Z (Viglia et al., 2016), (Rahmah & Wardiani, 2021). Pendidikan yang baik dapat memberikan dasar pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk merancang, meluncurkan, dan mengelola bisnis secara efektif. Sementara itu, pengalaman kerja akan memberikan wawasan praktis dan pemahaman tentang tantangan dunia usaha yang sesungguhnya, memungkinkan mereka untuk tumbuh dan berkembang sebagai wirausahawan yang kompeten.

Pembekalan yang matang dalam bidang kewirausahaan akan membantu Generasi Z untuk menghadapi era teknologi yang semakin maju dengan percaya diri dan inovatif. Dengan menggabungkan kemahiran teknologi yang telah dimilikinya sejak awal, pengetahuan tentang bisnis yang mendalam, serta pemahaman tentang tren dan peluang pasar, Generasi Z dapat menjadi kekuatan pendorong dalam pertumbuhan ekonomi dan perkembangan masyarakat di masa depan (Pratama, 2023a).

Generasi muda, yang termasuk dalam generasi Z, memulai bisnis semenjak dari bangku sekolah. Mereka tergerak untuk berusaha mandiri, dengan berbisnis, salah satunya, dalam bidang yang terkait dengan kuliner (Saputra et al., 2016) dan (Christy & Amalia, 2018). Hal ini mereka lakukan karena melihat dan mengamati proses yang terjadi di sekelilingnya, akses terhadap sumber daya yang ada di sekeliling mereka, dan kemudahan terhadap jejaring internet, juga interaksi yang terjadi di kalangan mereka, kemudian tergerak untuk bersatu mengawali bisnis tersebut (Ruhayat et al., 2022).

Uraian diatas merupakan latar belakang pentingnya Pendidikan dan pengembangan karakter kewirausahaan di kalangan generasi muda, generasi Z. Hal ini mendorong Politeknik Pariwisata Bali sebagai sebuah Lembaga yang memberi akses seluasnya bagi para mahasiswa, berkaitan dengan kewirausahaan, seperti membentuk dan mengembangkan Unit Kegiatan Mahasiswa Kewirausahaan. Berbagai aktivitas dilaksanakan untuk mendukung perkembangan unit kegiatan kemahasiswaan ini, mulai dari mengadakan berbagai seminar dan program pelatihan bagi para dosen pembimbing dan mahasiswanya, membuka ruang event sebagai ajang unjuk kreativitas anggota, diskusi dengan berbagai narasumber. Penelitian ini lahir dari upaya untuk memahami lebih jauh, terkait perspektif para mahasiswa dan kewirausahaan. Untuk membatasi penelitian, agar lebih akurat dan fokus pada peranan sosial media dalam pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa sebagai generasi Z. Bisnis kuliner dipilih dengan alasan perkembangan teknologi digital informasi semakin mempermudah akses dalam kehidupan manusia, dan tingginya tingkat kesadaran untuk hidup sehat.

Generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir setelah tahun 1995, terkenal karena dukungan penuh mereka terhadap teknologi informasi dan komunikasi yang canggih, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk menjadi agen inovasi (Francis & Hoefel, 2018; Linnes & Metcalf, 2017; Brown, 2020). Di dalam struktur tenaga kerja suatu organisasi, Generasi Z telah menyumbangkan sekitar 20% dari total karyawan, mengakibatkan julukan generasi pasca milenial yang selalu didorong oleh dorongan untuk mencari kebenaran, keingintahuan yang berkelanjutan, sikap kritis, dan ketajaman berpikir yang cerdas (Deloitte, 2017), (Ayesha, n.d.) dan (Ibrahim et al., 2020).

Henseler, Bruch dan Diedrichs (2016) menjelaskan bahwa media sosial sebagai sumber inspirasi dan wadah berinteraksi bagi wirausahawan muda. Media sosial menggerakkan generasi Z untuk tertarik dan ikut terlibat dalam berbagai kegiatan kewirausahaan. Hartono dan Arsanti (2017) menjelaskan bahwa dukungan lembaga pendidikan dalam memberikan wadah berupa unit kegiatan bagi pengembangan karakter wirausaha. Penelitian Salim (2015) membuktikan bahwa dukungan berupa jejaring internet yang memadai pada sebuah Lembaga Pendidikan merupakan faktor penggerak semangat kewirausahaan di kalangan para sumber daya manusia yang terdapat di Lembaga Pendidikan tersebut (Pratama, 2023b). Lai dan Chai (2012) menjelaskan bahwa pengembangan jiwa entrepreneur di kalangan para mahasiswa ditentukan oleh dukungan yang diberikan institusi Pendidikan tersebut terhadap penyelenggaraan event atau kegiatan terkait kewirausahaan. Shahbaz, Imran dan Aslam (2017) menjelaskan bahwa potensi dampak negatif media sosial terhadap karakter berwirausaha, seperti persepsi tentang kesuksesan instan, dan kurangnya keterlibatan manajemen dalam kegiatan nyata yang terselenggara (Agustina & Yosintha, 2021) dan (Robert & Brown, 2004).

Uraian di atas menjelaskan bahwa berbagai factor yang mempengaruhi perspektif generasi Z terhadap pengembangan karakter berwirausaha, khususnya pada sebuah Lembaga Pendidikan, mencakup media sosial sebagai sumber inspirasi dan wadah berinteraksi bagi wirausahawan muda, dukungan Lembaga pendidikan dalam memberikan wadah berupa unit kegiatan bagi pengembangan karakter wirausaha, dukungan berupa jejaring internet yang memadai, dukungan penyelenggaraan event atau kegiatan terkait kewirausahaan, potensi dampak negatif media sosial terhadap karakter berwirausaha, seperti persepsi tentang kesuksesan instan, dan kurangnya keterlibatan manajemen dalam kegiatan nyata yang terselenggara.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh McKinsey pada tahun 2018 telah mengungkapkan empat komponen utama yang menjadi dasar dari perilaku Generasi Z, yaitu "the undefined ID" (identitas yang belum terdefinisi), "the communaholic" (individu yang cenderung aktif dalam komunitas), "the dialoguer" (penggemar dialog dan interaksi sosial), dan "the realistic" (sikap realistik dalam pandangan hidup) (Selekta Pariwisata di Era Adaptasi Kebiasaan Baru Book Chapter et al., 2021), (Diwyarthi et al., 2023) dan (Mananda & Dewi, 1970). Generasi Z, sebagai penerus generasi sebelumnya, memainkan peran penting dalam masyarakat dan dunia kerja modern. Dengan penguasaan teknologi yang mendalam dan sikap kritis yang membentuk pemikiran mereka, mereka menawarkan potensi luar biasa dalam mendorong inovasi dan menciptakan perubahan positif dalam lingkungan kerja serta dalam dunia yang terus berkembang ini.

The undefined ID menjelaskan bahwa generasi Z menghargai ekspresi setiap individu tanpa memberi label tertentu. Orang bebas menyuarakan pendapat, memiliki penampilannya masing-masing. Pencarian jati diri membuat generasi Z memiliki keterbukaan dan dorongan dalam menghargai keunikan dan perbedaan setiap individu.

The communaholic memperlihatkan generasi Z sebagai generasi yang sangat inklusif dan tertarik untuk terlibat dalam berbagai komunitas, dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi guna memperluas manfaat yang ingin mereka berikan. Mengikuti

berbagai macam kelompok aktivitas dalam memperluas pergaulan, dan mencari manfaat positif dari kelompok pergaulan tersebut. The dialoguer memperlihatkan bahwa generasi Z ini meyakini pentingnya komunikasi dalam penyelesaian konflik. Perubahan dan perkembangan kerjasama terjadi melalui adanya dialog. Membuka ruang komunikasi dan kolaborasi melalui diskusi. Generasi Z terbuka terhadap pemikiran atau perspektif yang berbeda-beda, gemar berinteraksi dengan individu maupun kelompok yang berbeda-beda. The realistic memperlihatkan bahwa generasi Z cenderung lebih realistis dan analitis dalam pengambilan keputusan. Generasi Z merupakan generasi yang menikmati kemandirian dalam proses belajar, menggali informasi, dan memegang kendali terhadap keputusan yang mereka pilih. Generasi Z menyadari pentingnya stabilitas finansial di masa depan.

Bisnis kuliner yang terjadi pada generasi Z, yang merupakan kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, cenderung mencerminkan perubahan dalam preferensi, perilaku, dan tuntutan konsumen. Beberapa karakteristik bisnis kuliner yang terjadi pada generasi Z terbentuk karena kemudahan dari terciptanya teknologi dan konektivitas jaringan, kepedulian yang semakin meningkat terhadap kesehatan, pentingnya pengalaman dalam citarasa yang dirasakan oleh para pelanggan kuliner, kemajuan dan perkembangan teknologi dewasa ini, hidangan cepat saji, nilai dan etika terkait hidangan, kustomisasi, harga yang terjangkau (Natalia & Rodhiah, 2019), (Bahri & Arda, 2019) (Muttaqiyathun & Nurmaya, 2021).

Teknologi dan Konektivitas memperlihatkan generasi Z tumbuh dengan teknologi digital dan media sosial. Mereka seringkali menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk mencari rekomendasi makanan, berbagi pengalaman kuliner, dan bahkan memesan makanan secara online (Hasan et al., 2021) dan (Rasoolimanesh et al., 2019). Bisnis kuliner harus memiliki keberadaan digital yang kuat dan kreatif dalam memanfaatkan media sosial untuk menjangkau generasi ini. Kepedulian terhadap Kesehatan terjadi karena banyak dari generasi Z memiliki kesadaran yang lebih besar tentang kesehatan dan keberlanjutan. Mereka cenderung mencari makanan yang lebih sehat, organik, dan ramah lingkungan. Bisnis kuliner yang menyediakan opsi makanan yang sehat dan berkelanjutan memiliki peluang besar di pasar generasi Z.

Kepentingan pada Pengalaman terlihat pada generasi Z sering mencari pengalaman unik dan berbeda dalam hal makanan. Mereka tertarik pada restoran atau tempat makan yang menawarkan konsep unik, menu kreatif, atau pengalaman interaktif. Bisnis yang bisa memberikan pengalaman kuliner yang berkesan memiliki daya tarik bagi generasi ini.

Kemajuan Cepat: Generasi Z biasanya lebih terbuka terhadap berbagai jenis makanan dan budaya kuliner. Mereka sering mencari makanan baru dan tidak takut untuk mencoba sesuatu yang belum pernah mereka coba sebelumnya. Ini menciptakan peluang bagi bisnis kuliner untuk menghadirkan inovasi dalam menu mereka. Pengiriman dan Takeout: Generasi Z tumbuh dengan layanan pengiriman makanan yang praktis. Oleh karena itu, bisnis kuliner perlu mempertimbangkan strategi pengiriman dan takeout yang efisien, serta penggunaan platform aplikasi yang populer di kalangan generasi Z.

Nilai dan Etika: Generasi Z seringkali mempertimbangkan nilai dan etika perusahaan sebelum memutuskan untuk mendukung bisnis tertentu. Bisnis kuliner yang memiliki komitmen terhadap keberlanjutan, tanggung jawab sosial, atau dukungan pada masalah sosial mungkin lebih menarik bagi generasi Z.

Kustomisasi terjadi karena Generasi Z suka memiliki pilihan dan kustomisasi dalam pesanan makanan mereka. Bisnis yang memungkinkan pelanggan untuk menyesuaikan pesanan mereka, seperti topping pizza atau kombinasi salad, dapat menarik perhatian generasi ini. Harga yang Terjangkau memperlihatkan bahwa meskipun memiliki preferensi kuliner yang canggih, generasi Z sering kali memiliki anggaran yang lebih ketat.

Oleh karena itu, bisnis kuliner yang menawarkan makanan berkualitas dengan harga yang terjangkau dapat memiliki keunggulan kompetitif. Uraian di atas memperlihatkan bahwa gen Z memiliki semangat dan pengalaman yang membentuk jiwa berwirausaha yang lebih dinamis dan kompleks, demikian pula halnya dalam bidang bisnis kuliner.

### **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode angket, observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Penelitian ini menggunakan responden mahasiswa Program Studi Pengelolaan Perhotelan pada Politeknik Pariwisata Bali yang berasal dari semester 6 dan semester 8, pada saat penelitian dilaksanakan pada bulan April dan Mei 2023. Diperoleh sejumlah 100 responden dengan berdasar metode purposive random sampling, yang kemudian diberikan angket dengan skala Likert, untuk mengetahui perspektifnya terhadap minat berwirausaha, terutama dalam bisnis kuliner.

### **Hasil dan Pembahasan**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode angket, observasi dan wawancara. Penelitian ini melibatkan mahasiswa program studi Pengelolaan Perhotelan semester 6 dan 8, yang bersedia dan mampu memberikan respon terkait penelitian perspektif genZ Politeknik Pariwisata Bali terhadap peranan sosial media dalam pengembangan karakter berwirausaha dalam bisnis kuliner. Terdapat 58 mahasiswa dan 42 mahasiswi, 37 dari semester 6, dan 63 dari semester 8 sebagai responden penelitian pada bulan Mei 2023.

Hasil analisis dari survei yang dilakukan menunjukkan bahwa mayoritas responden, yakni sebanyak 95%, melihat media sosial sebagai sebuah sumber inspirasi yang memotivasi dan memperkaya pemikiran mereka dalam mengembangkan karakter wirausaha dalam bisnis kuliner. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai wadah berinteraksi yang memberikan akses bagi para wirausahawan muda untuk terhubung dengan berbagai komunitas, mentor, dan sesama pebisnis, menciptakan kesempatan kolaborasi dan pertukaran ide yang berharga. Dari hasil survei ini, sebanyak 63 mahasiswa dan 24 mahasiswi (87% responden) mengungkapkan bahwa lembaga pendidikan telah memberikan dukungan yang signifikan dalam memberikan wadah bagi pengembangan karakter wirausaha dalam bisnis kuliner. Dukungan ini mencakup penyediaan jejaring internet yang memadai, yang menjadi sarana vital bagi para wirausahawan muda untuk memperluas jangkauan bisnis mereka, menjalin hubungan dengan konsumen dan mitra potensial, serta memanfaatkan berbagai platform digital untuk mempromosikan produk atau layanan mereka. Survei ini juga mengungkapkan bahwa sebesar 92% responden (53 mahasiswa dan 39 mahasiswi) merasakan dukungan nyata dari Lembaga melalui penyelenggaraan berbagai event atau kegiatan terkait kewirausahaan dalam bisnis kuliner. Acara-acara semacam ini memberikan platform bagi para wirausahawan muda untuk berbagi pengalaman, memperluas jaringan profesional, dan mendapatkan wawasan tentang tren dan inovasi terbaru di dunia bisnis kuliner.

Unit Kegiatan Kemahasiswaan di Politeknik Pariwisata Bali juga turut berperan penting dalam memberikan dukungan bagi pengembangan karakter wirausaha, dengan 78% responden (44 mahasiswa dan 34 mahasiswi) merasakan manfaat dari partisipasi dalam kegiatan-kegiatan tersebut. Unit ini memberikan kesempatan bagi para mahasiswa untuk mengasah keterampilan kepemimpinan, bekerja dalam tim, dan menghadapi tantangan nyata yang relevan dengan dunia wirausaha dalam bisnis kuliner.

Penelitian ini juga mengungkapkan adanya temuan mengenai potensi dampak negatif media sosial terhadap karakter berwirausaha, terutama sehubungan dengan persepsi tentang kesuksesan instan. Sebanyak 34 mahasiswa dan 52 mahasiswi (86%)

responden menyatakan bahwa ada pandangan yang menggambarkan kesuksesan sebagai hasil instan tanpa mempertimbangkan upaya dan kerja keras yang dibutuhkan untuk mencapainya. Selain itu, sebesar 86% responden (46 mahasiswa dan 42 mahasiswi) mengungkapkan kekhawatiran atas kurangnya keterlibatan manajemen dalam menyelenggarakan kegiatan nyata yang dapat mendukung pengembangan karakter wirausaha dalam bisnis kuliner di lingkungan lembaga.

Temuan-temuan ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan yang holistik dan berimbang dalam mengintegrasikan media sosial dalam mendukung pengembangan karakter berwirausaha di kalangan Generasi Z. Dukungan dari Lembaga pendidikan, khususnya melalui penyediaan jejaring internet yang memadai dan penyelenggaraan event terkait kewirausahaan, serta peran aktif Unit Kegiatan Kemahasiswaan, sangatlah vital untuk membentuk wirausahawan muda yang tangguh dan siap menghadapi berbagai tantangan di era digital ini. Selain itu, kesadaran tentang potensi dampak negatif media sosial juga perlu diperhatikan dan diatasi, agar Generasi Z dapat mengembangkan pandangan yang realistis dan komprehensif mengenai dunia wirausaha terkait bisnis kuliner yang sesungguhnya.

Berdasar hasil wawancara yang dilakukan, ditemukan bahwa para generasi Z dari mahasiswa Politeknik Pariwisata Bali pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan beranggapan bahwa media sosial bermanfaat dalam pengembangan kepribadian berwirausaha dalam bisnis kuliner, berupa penyajian informasi dengan beragam format kekinian, sesuai dengan selera muda. Disamping itu juga media sosial memiliki kecepatan penyampaian informasi dengan kapasitas tinggi dan bersifat fleksibel. Namun genZ Politeknik Pariwisata Bali juga mengakui sisi negatif penggunaan media sosial dalam pengembangan karakter berwirausaha, seperti ketergantungan pada media sosial sebanyak 64 % responden (28 mahasiswa dan 36 mahasiswi), kelelahan mata sebanyak 74 % responden (38 mahasiswa dan 36 mahasiswi), dan konten yang tidak tersertifikasi sebesar 75 % responden (45 mahasiswa dan 30 mahasiswi).

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Syamsul dan Romli (2018) bahwa media sosial online memiliki beragam keunggulan mencakup multimedia, aktualitas, cepat, update / terkini, kapasitas luas, fleksibilitas, jangkauan luas, interaktif, terdokumentasi, terhubung / hyperlink. Karakteristik media online, menurut Syamsul dan Romli (2018:37), memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media konvensional, khususnya terkait dengan karakteristik jurnalistik online. Beberapa di antaranya adalah: multimedia, aktualitas, cepat, update / terkini, kapasitas luas, fleksibilitas, jangkauan luas, interaktif, terdokumentasi, terhubung / hyperlink. Syamsul dan Romli (2018) menjelaskan karakteristik media online meliputi Multimedia, berupa media online dapat menyajikan informasi dalam berbagai format seperti teks, gambar, grafis, audio, animasi, dan video secara bersamaan.

Aktualitas: Berita dipublikasikan secara real-time (terkini) karena kemudahan dan kecepatan penyajian. Cepat: Berita dapat di-posting atau di-upload langsung dari tempat kejadian peristiwa dan segera dapat diakses oleh semua orang. Update: Informasi dapat diperbarui atau diperbaiki secara berkala. Kapasitas luas: Media online dapat menampung banyak informasi tanpa dibatasi jumlah halaman. Fleksibilitas: Penulisan, penyuntingan, dan pemuatan informasi dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Jangkauan luas: Media online dapat menjangkau orang di seluruh dunia tanpa batasan wilayah (borderless). Interaktif: Media online memungkinkan audiens memberikan tanggapan dan komentar secara langsung, dan redaksi dapat meresponsnya. Terdokumentasi: Informasi tersimpan secara otomatis dan dapat dipanggil atau ditemukan kembali. Terhubung (hyperlinked): Terhubung dengan informasi terkait melalui link, baik pada referensi maupun untuk pengayaan informasi Syamsul dan Romli (2018).

Karakteristik tersebut sangat sesuai dengan preferensi Generasi Z yang menyukai visualisasi konten, interaksi sosial langsung, dan akses mudah ke informasi. Namun, terdapat juga kelemahan media online dibanding media konvensional, antara lain: ketergantungan pada perangkat dan koneksi jaringan / internet, konten yang tidak terverifikasi, potensi kelelahan mata, akurasi informasi, dan kecanduan media social

Ketergantungan pada perangkat dan koneksi internet, berupa media online memerlukan akses ke perangkat komputer dan koneksi internet yang dapat menjadi kendala bagi beberapa orang. Konten tidak terverifikasi: Sembarang orang dapat menggunakan media online, sehingga seringkali informasi tidak terverifikasi dan mungkin mengandung kesalahan. Potensi kelelahan mata: Penggunaan media online dengan radiasi layar dan pendaran LED dapat menyebabkan kelelahan mata saat membaca informasi. Akurasi informasi: Dalam upaya untuk mengejar kecepatan tayang, akurasi sering diabaikan, termasuk data dan kesalahan redaksional. Kecanduan media sosial merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Generasi Z. Ketergantungan terhadap media sosial dapat menyebabkan perasaan terisolasi, gangguan kesehatan mental, dan perasaan rendah diri akibat perbandingan dengan orang lain di media sosial (Syamsul dan Romli, 2018). Dalam kaitannya dengan pengetahuan jurnalistik online, Generasi Z dapat memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi, tetapi perlu berhati-hati untuk memverifikasi kebenaran informasi sebelum menyebarkannya. Pemanfaatan media online dan media sosial sebagai alat kreativitas juga dapat membuka peluang bagi Generasi Z untuk mengembangkan diri mereka sendiri. Uraian di atas memperlihatkan generasi Z wajib memahami bahwa media online memiliki kelebihan dan kelemahan, dan mereka perlu menggunakan media ini secara bijaksana untuk mendapatkan manfaat yang positif dan menghindari dampak negatif yang mungkin timbul dari penggunaan yang berlebihan atau tidak sehat.

Generasi Z, yang merupakan kelompok usia 9 hingga 24 tahun, memiliki peran penting dalam industri pariwisata. Mereka tumbuh dengan teknologi digital dan memiliki kesadaran tinggi tentang isu lingkungan. Wisatawan Gen Z mencari pengalaman berarti dan unik, serta destinasi yang menerapkan praktik berkelanjutan. Mereka lebih suka terlibat aktif dalam perjalanan dan menggunakan media sosial untuk berbagi momen perjalanan mereka. Hotel dan destinasi yang menyediakan personalisasi dan kemungkinan berinteraksi sosial cenderung menarik perhatian mereka. Memahami preferensi dan perilaku Gen Z sebagai wisatawan dapat membantu industri pariwisata dalam menciptakan pengalaman yang menarik dan relevan bagi generasi muda ini.

## **Kesimpulan**

Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar responden (95 %) melihat media sosial sebagai sumber inspirasi dan wadah berinteraksi bagi wirausahawan muda dalam bisnis kuliner, sebesar 87 % mengemukakan bahwa lembaga Politeknik Pariwisata Bali sudah memberikan wadah bagi pengembangan karakter wirausaha dalam bisnis kuliner, berupa jejaring internet yang memadai (87 %), event atau kegiatan terkait kewirausahaan (92 %), Unit Kegiatan Kemahasiswaan di Politeknik Pariwisata Bali (78%). Terdapat temuan mengenai potensi dampak negatif media sosial terhadap karakter berwirausaha, seperti persepsi tentang kesuksesan instan (86 %) dan kurangnya keterlibatan manajemen dalam kegiatan nyata yang terselenggara (86 %). Sisi negatif penggunaan media sosial dalam pengembangan karakter berwirausaha, seperti ketergantungan pada media sosial sebanyak 64 % responden (28 mahasiswa dan 36 mahasiswi), kelelahan mata sebanyak 74 % responden (38 mahasiswa dan 36 mahasiswi), dan konten yang tidak tersertifikasi sebesar 75 % responden (45 mahasiswa dan 30 mahasiswi). Saran yang disampaikan adalah bahwa politeknik Pariwisata Bali sebagai Lembaga Pendidikan yang harus menjaga

dukungan terhadap kelancaran jejaring internet bagi civitas akademika, membimbing mahasiswa bijak dalam menggunakan sosial media, dan mengembangkan berbagai ruang kegiatan sosial media, berkaitan dengan pengembangan ketrampilan berwirausaha, dalam bisnis kuliner.

### Daftar Pustaka

- Agustina, I. T., & Yosintha, R. (2021). The Impact of Covid-19 on Hotel Industry In Asian Countries. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 159–167.
- Alfarisi, M. syahrul islahk, Nurhasana, S., & Arifiani, R. S. (2023). The Effect of Transformational Leadership on Employee Performance Mediated by Organizational Climate. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 3(01), 70–79.
- Antari, N. N. W. (2021). INNOVATIVE : Volume 1 Nomor 2 Tahun 2021 Research & Learning in Primary Education Job Insecurity Dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan Stikes Wira Medika Bali. *Journal of Social Science Research*, 1(2), 173–180.
- Bahri, S., & Arda, M. (2019). Pengaruh Karakteristik Pengusaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Pada Kalangan Generasi Z. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 265–273.
- Christy, N. A., & Amalia, S. (2018). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(2), 74–83.
- Diayudha, L. (2020). Industri Perhotelan Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Deskriptif. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(1).
- Diwyarthi, N. D. M. S., Pratama, I. W. A., & Eddy, I. W. T. (2023). Tourist Perspective Toward Glamping Accomodation In The Era of Industry 4.0 and Society 5.0. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(1), 59–76.
- Hasan, M., Shofa, N., Thaief, I., Ahmad, M. I. S., & Tahir, T. (2021). Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri? *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 300.
- Ibrahim, I. D. K., Sidharta, R. B. F. I., & Rodhi, M. N. (2020). Ibrahim Dkk 2020. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(2), 223–237.
- Mananda, I. S., & Dewi, L. G. L. K. (1970). Strategi Pemasaran Desa Ubud sebagai Destinasi MICE. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(1), 27–52.
- Muttaqiyathun, A., & Nurmaya, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Generasi Z. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 452–460.
- Natalia, C., & Rodhiah, R. (2019). Pengaruh Kreativitas, Edukasi Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Dalam Generasi Z. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(2), 164.
- Pratama, I. W. A. (2023a). Pelatihan Digital Marketing Untuk Pemasaran Desa Wisata di Kepulauan Wakatobi. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(1), 27–32.
- Pratama, I. W. A. (2023b). Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Umkm Kube Saraswati Sebagai Sarana Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Wisata Jatiluwih, Tabanan-Bali. *Bina Cipta*, 2(1), 1–10.
- Rahmah, A. H., & Wardiani, F. (2021). Analisis Faktor Penyebab Stres Kerja dan Dampaknya pada Kinerja Karyawan Swasta Kota Samarinda di Masa Pandemi Covid-19. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 225–236.

- Rasoolimanesh, S. M., Law, R., Buhalis, D., & Cobanoglu, C. (2019). Guest editorial. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 481–488.
- Ratten, V., Álvarez-García, J., & Rio-Rama, M. de la C. del. (2019). Entrepreneurship, innovation and inequality. In *Entrepreneurship, Innovation and Inequality*.
- Ruhyat, I. N., Hernita, S. J., Riduwan, A., & Ariyadi, I. E. (2022). Pengaruh Stress Kerja dan Beban Kerja terhadap Turnover Intention dengan Moderasi Kepuasan Gaji. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(2), 149–156.
- Saputra, B., Ningsih, D. S., & Rahayu, D. D. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi, Kompensasi Non Finansial Dan Job Insecurity Terhadap Turnover Intention Pt. Parit Padang Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 806–815.
- Selekta Pariwisata di Era Adaptasi Kebiasaan Baru Book Chapter, K., Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Jl Ringroad Timur No, S., & Istimewa Yogyakarta, D. (2021). Perubahan Lansekap Bisnis MICE Sebagai Respon Strategi Menghadapi Pandemi Covid-19 Nining Yuniati. *Ksp*, 1(1), 133–144. [www.iccaworld.org](http://www.iccaworld.org)
- Veronika, V. (2022). Pengaruh Beban Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Oasis Water International Tahun 2022. 3(1), 1–59.
- Viglia, G., Werthner, H., & Buhalis, D. (2016). Disruptive innovations. *Information Technology and Tourism*, 16(4), 327–329.