

# Kajian UKM di Kota Tangerang: Percepatan Transformasi Era Society 5.0 Akibat Perubahan Perilaku Konsumen Pasca Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perekonomian

Indri Astuti<sup>1</sup>, Tarisya Ramadhan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Dinas Kominfo, Kota Tangerang, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja, Tangerang, Indonesia

## Abstrak

Berbagai sektor industri mengalami pasang surut akibat pandemi Covid-19. Tentu saja, hal ini berhubungan langsung dengan perubahan perilaku konsumen akibat pandemi. Esai ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengkarakterisasi isu-isu yang terkait dengan pengaruh perubahan mendadak dalam perilaku konsumen yang disebabkan oleh pandemi global Covid-19. Fokus esai ini adalah ekonomi kreatif, dan lebih khusus lagi, bagaimana seharusnya para pelaku ekonomi kreatif bersikap dan menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen. Pasca pandemi Covid-19, artikel ini diharapkan dapat membantu para pengusaha ekonomi kreatif dalam pemulihannya.

**Kata Kunci:** Society 5.0, Percepatan Transformasi, Perilaku Konsumen, Ekonomi Kreatif

## 1. Pendahuluan

Society 5.0 adalah masyarakat yang dapat mengatasi berbagai permasalahan dan isu kemasyarakatan dengan memanfaatkan beberapa teknologi yang berkembang selama ini. *Internet of Things* ("Internet segalanya"), Kecerdasan Buatan (AI), Big Data (volume data yang sangat besar), dan robotika adalah contoh revolusi industri keempat, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas keberadaan manusia [1]. Bahkan sebelum pandemi, beberapa bisnis papan atas sudah memanfaatkan kekuatan inovasi yang dikembangkan di masa revolusi industri 4.0 [2]. Akibatnya, bisnis ini diperlengkapi dengan baik untuk menahan dampak Covid-19. Halodoc, Gojek atau Grab, HappyFresh, dan beberapa situs e-commerce besar seperti Lazada, Tokopedia, dan Shopee adalah beberapa contoh bisnis yang meningkatkan penggunaannya selama pandemi. Ini terkait erat dengan bagaimana pola perilaku konsumen saat ini menanggapi tantangan luas yang dibawa oleh jarak sosial. Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) baru-baru ini didirikan di Indonesia sejalan dengan Society 5.0 [3]. Proses menciptakan, memproduksi, dan mendistribusikan barang dan jasa, yang merupakan ekonomi kreatif, membutuhkan kreativitas dan kecakapan intelektual [2]. Teori ekonomi lebih mengutamakan pengetahuan, kreativitas, dan ide daripada sumber daya manusia. Alhasil, ekonomi kreatif saat ini terkait erat dengan society 5.0, di mana para pelaku ekonomi kreatif adalah mereka yang dapat memanfaatkan seluruh teknologi yang ada untuk mengatasi berbagai tantangan dan permasalahan, termasuk yang dibawa oleh pandemi Covid-19. Tentu saja para pelaku ekonomi inventif ini merupakan pelaku yang memiliki stamina dan orisinalitas untuk bertahan menghadapi ekonomi global yang lesu [4].

## Hubungan Dengan Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen, sering dikenal sebagai perilaku konsumen, mengacu pada tindakan yang biasanya dilakukan konsumen, terutama ketika mereka sedang atau ingin dikaitkan dengan suatu produk. Ketika suatu perilaku diperaktekan secara berulang-ulang dan konsisten, maka berkembang menjadi perilaku yang dapat dikontrol dan akhirnya menjadi kebiasaan [5]. Di era Society 5.0, kebiasaan baru ini menjadi katalis percepatan perubahan. Rata-rata waktu yang dibutuhkan untuk mempertahankan kebiasaan baru adalah 66 hari, menurut peneliti University College London yang mempelajari kebiasaan baru dari 96 orang selama 12 minggu. Waktu individu bervariasi dari 18 hingga 254 hari [6].

\*E-mail: [indri.astuti009@tangerangkota.go.id](mailto:indri.astuti009@tangerangkota.go.id)  
[tarisya@rahara.info](mailto:tarisya@rahara.info)

## **2. Metode Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan metode yang terdiri dari: Studi Literatur. Studi pustaka dilakukan dengan cara mencari dan mengumpulkan informasi dari beberapa literatur dan media yang bersifat sastra. Berbagai media tersebut dapat berupa buku, jurnal, prosiding, dan artikel atau berita online yang dapat menambah referensi untuk mendukung penyusunan penulisan ini. wawancara dilakukan kepada responden yaitu pelaku usaha UMKM dengan tujuan memperoleh informasi dan memperoleh data yang dibutuhkan [7].

## **3. Hasil dan Pembahasan**

Covid-19, seperti yang kita semua tahu, telah membuat gelombang selama lebih dari dua tahun. Menurut penelitian yang telah diselesaikan sebelumnya oleh University College London, jelas bahwa pandemi Covid-19 secara tidak langsung telah mendorong orang di seluruh dunia untuk menggunakan Internet of Things (Internet untuk segalanya), Artificial Intelligence (AI), Big Data (besar jumlah data), dan robot untuk meningkatkan kualitas hidup manusia, dimana kualitas diartikan sebagai kemampuan untuk berinteraksi dengan nyaman dan tahan terhadap gempuran Covid-19 [8]. Terlihat jelas dari data yang dikumpulkan dari diskusi sebelumnya bahwa ada beberapa perubahan perilaku konsumen yang dapat diperkirakan dan akan berkembang menjadi perilaku baru pasca pandemi. Menurut jajak pendapat pelanggan PwC, peraturan jarak sosial diberlakukan setelah 63% konsumen membeli lebih banyak kebutuhan pokok secara online [9]. Sekitar 86% konsumen masih berbelanja online menggunakan smartphone mereka bahkan setelah aturan jarak sosial dicabut atau dilonggarkan. Untuk barang-barang FMCG (Fast Moving Consumer Goods) seperti perawatan pribadi, minuman, dan makanan kemasan, COVID-19 juga meningkatkan penetrasi belanja online [10].

Di tengah hiruk pikuk gaya hidup masyarakat saat ini, belanja online telah berkembang menjadi kebiasaan baru yang ikut berkontribusi [11]. Beberapa perubahan perilaku juga dipengaruhi oleh makanan yang dibeli konsumen. Karena preferensi mereka terhadap makanan yang dapat diawetkan lebih lama daripada makanan yang mudah rusak, konsumen jarang membeli makanan mentah (12%) selama COVID-19. Daripada berlama-lama di dapur, pelanggan masa kini lebih senang menjaga kesehatan mentalnya dengan hidup sederhana dan membuang barang [12]. Jam kerja semakin padat karena sebagian besar konsumen pada akhirnya membutuhkan barang yang lebih instan karena lebih praktis dan efisien. Mirip dengan pembelian online, yang menghemat waktu mobilisasi dan tidak memerlukan pengaturan waktu tertentu, dikenal lebih efisien. Menurut data CommerceNext yang dikutip, e-commerce akan terus berkembang pesat [13]. Meski bisnis fisik mulai dibuka kembali, mayoritas konsumen masih lebih memilih untuk membeli secara online, menjadikannya "normal baru" bagi mereka. Dalam situasi ini, bisnis offline harus melakukan upaya bersama untuk meningkatkan pengalaman klien guna mengurangi ketakutan konsumen pasca pandemi. Konsumen global telah meningkatkan perhatian mereka terhadap kesehatan mental dan kesejahteraan sebesar 69%. Setelah wabah COVID-19, survei PWC menemukan bahwa pengeluaran untuk produk kesehatan meningkat sebesar 77%, bahan makanan sebesar 67%, hiburan & media sebesar 54%, penjemputan & pengiriman makanan sebesar 47%, dan mandiri atau Do It Yourself (DIY) keterampilan perbaikan rumah & berkebun oleh 32% konsumen Indonesia. E-commerce masih beroperasi selama epidemi karena betapa mudahnya mencari barang dan jasa yang dibutuhkan [14].

### **Era Digital Berdampak pada Transformasi UMKM**

Dengan segala inovasi yang tercipta di era revolusi industri 4.0, pelaku UMKM saat ini perlu didorong untuk mengembangkan usahanya dan menjangkau khalayak yang lebih luas. 4.0 sekarang diperlukan sebagai akibat dari epidemi Covid-19 [15]. UMKM yang selama ini dikenal sebagai tumpuan perekonomian Indonesia mengalami perlambatan ekonomi di masa pandemi Covid-19 yang berdampak signifikan terhadap bisnis tersebut. UMKM menggunakan berbagai strategi untuk bertahan di daerah ini. UMKM di Indonesia biasanya banyak bereksperimen dengan melakukan bisnis offline, online, atau kombinasi keduanya, serta memperluas penggunaan platform digital dan berfokus hanya pada salah satunya. Banyak UMKM yang sudah menyadari hal ini dan berusaha beradaptasi dengan keadaan dengan memanfaatkan segala perkembangan digital saat ini, namun meski demikian, keberadaan internet terkadang menjadi "blok" sumber daya manusia yang menjadi motor utama ekonomi kreatif [16]. Akibatnya, UMKM bisa menjadi tidak stabil dan bisa kolaps kapan saja. Untuk mendigitalkan UMKM, diperlukan kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat [17] .

## **4. Hasil dan Pembahasan**

Penggunaan media sosial, termasuk TikTok, dan literasi digital dikaji dalam kajian ini, khususnya di masa pandemi Covid-19 yang juga diliput dari berbagai sudut. Literasi media, yang mengacu pada orang-orang yang menjadi pengguna aktif dari kemampuan menggunakan teknologi yang sedang berkembang, telah lama menjadi komponen dari frase "literasi digital" yang sudah ada sejak lama. Pengguna internet tumbuh setiap tahun,

menunjukkan kemampuan masyarakat untuk meningkatkan literasi media. Konsekuensinya, hal ini berdampak pada pesatnya peningkatan literasi digital masyarakat [18]. Literasi digital adalah kemampuan untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi untuk menciptakan pengetahuan baru. Ini juga dapat digambarkan sebagai sikap terhadap penggunaan teknologi dan internet oleh individu, kelompok, atau komunitas [19]. Melibatkan keterampilan individu dalam tindakan digital adalah komponen inti dari literasi digital. Masyarakat pada umumnya mengetahui tujuan dari media internet, namun sayangnya karena kurangnya keahlian, tidak semua anggota masyarakat dapat memanfaatkan dan memanfaatkan sumber daya digital ini. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan di Indonesia oleh Putu Gede Sutrisna pada tahun 2020; selama pandemi Covid-19, belajar dan bekerja dari rumah dimulai, dan sebagian besar waktu dihabiskan untuk berselancar di internet menggunakan teknologi digital yang Anda miliki. Selama ini, banyak kasus negatif dan berita yang muncul. Karena begitu seringnya masyarakat menggunakan internet, mayoritas dari mereka tidak menyeimbangkan kemampuan mereka dalam menggunakan media digital baik untuk pertumbuhan pribadi maupun pengumpulan informasi, yang menyebabkan penyebaran berita yang kurang baik dan perilaku cyberbullying sering terjadi selama pandemi Covid-19 [20].

Alhasil, di masa wabah Covid-19, "Gerakan Literasi Digital" disarankan dalam penelitian Sutrisna, khususnya "Gerakan Literasi Digital Keluarga dan Gerakan Literasi Digital Masyarakat". Gerakan ini mengantisipasi tumbuhnya penyebaran informasi yang tidak menguntungkan dan membantu masyarakat dalam menemukan bacaan dan informasi yang baik dengan menyarankan beberapa kegunaan praktis dari media digital, salah satunya adalah media sosial [21]. Masyarakat perlu menyadari nilai literasi digital di tengah pandemi Covid-19. Orang yang melek digital tidak diragukan lagi akan dapat terlibat sepenuhnya dalam lingkungan yang semakin canggih. Literasi digital juga akan memungkinkan masyarakat umum untuk mengantisipasi penyebaran informasi yang tidak menguntungkan selama pandemi ini. Kemampuan membaca dan menulis disebut juga sebagai literasi, tetapi juga berlaku untuk media digital [13]. Peningkatan kosakata, peningkatan fungsi otak, kemampuan mempelajari informasi baru dengan cepat dan akurat, keterampilan interpersonal yang baik, kemampuan memahami informasi dengan cepat, peningkatan kualitas verbal, peningkatan kemampuan analitis dan berpikir, dan peningkatan kemampuan komunikasi adalah beberapa keunggulan literasi digital . menyatakan kata-kata. Untuk menggunakan internet dan teknologi informasi dengan cara terbaik dan praktis, literasi digital harus ada di masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah saat ini memimpin dalam mengedukasi masyarakat, dengan fokus pada pentingnya penggunaan media sosial yang bijak dan perilaku yang kreatif dan inovatif. Untuk mempromosikan literasi digital, Kementerian Komunikasi dan Informatika bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam berbagai proyek, termasuk pendidikan online yang disesuaikan untuk komunitas tersebut dan ditempatkan di berbagai platform internet [22].

Perkembangan masyarakat digital yang memiliki peran signifikan di dalamnya, merupakan salah satu faktor utama yang mendukung terwujudnya agenda transformasi digital saat ini. Selain Indonesia, beberapa negara tetangga juga mengalami kesulitan akibat pandemi Covid-19, termasuk negara-negara yang tergabung dalam Kemitraan Timur (EaP), seperti Armenia, Azerbaijan, Belarusia, Georgia, Moldova, dan Ukraina. Literasi digital dilakukan untuk mempertahankan partisipasi online seperti yang dipersyaratkan oleh layanan seperti pekerjaan jarak jauh dan sekolah online selama sejarah pandemi. Program ini "callprogram programmes" mengeksekusi literasi digital ini sesuai dengan beberapa wilayah, seperti *ERPCConnect*, *EU4Digital*, dan *EU4Youth*. Sejak pandemi Covid-19, misinformasi dan berita bohong menyebar dengan cepat ke seluruh negara EaP, mendorong terciptanya program ini sebagai bentuk gram literasi digital Ditemukan bahwa ada kesenjangan dalam penerapannya berdasarkan usia, tingkat pendidikan, dan tempat tinggal Anak muda dengan tingkat pendidikan lebih tinggi yang tinggal di kota dapat menggunakan literasi digital lebih efektif daripada orang tua yang kurang berpendidikan dan tinggal di daerah pedesaan, sehingga lebih penting bagi mereka untuk memperjuangkan literasi digital dan membedakan antara informasi yang salah dan akurat. Akibatnya, komunikasi pr UE, yang sangat dibutuhkan untuk mendekati literasi digital, didistribusikan secara merata. Milenkova dan Lemondzhava melakukan penelitian tentang literasi digital dan penggunaan media sosial di Bulgaria pada tahun 2021 sebagai bagian dari praktik mereka untuk pandemi di seluruh dunia yang membantu masyarakat memiliki kesadaran dan kendali yang lebih dalam atas penggunaan teknologi digital. Masalah keluarga berkembang di komunitas Bulgaria akibat pandemi Covid-19 [23].

Penggunaan teknologi digital, khususnya media sosial, telah meningkatkan ketergantungan pada kehidupan keluarga, menjadikan konflik fisik lebih bersifat simbolik. Orang tua Bulgaria tampaknya kehilangan kendali atas cara anak-anak mereka menggunakan teknologi secara dominan. Situasi ini memaksa Bulgaria membangun literasi digital melalui penyampaian pelatihan online yang mengajarkan pengguna bagaimana menggunakan teknologi dan bagaimana menghadapinya selama pandemi Covid-19 [24]. Pandemi Covid-19 tidak diragukan lagi berdampak besar pada penggunaan teknologi digital, menurut penelitian Santiago Tejedor, et al. dari tahun 2020 yang dilakukan di Spanyol, Italia, dan Ekuador serta membahas tentang literasi digital. Selain itu, sistem pendidikan terkena dampak dan mengalami banyak perubahan. Dalam penelitian ini, pengajaran tentang

pembelajaran digital dan penerapan literasi digital dilakukan dalam konteks situasi pembelajaran baru di kelas.

Saat ini kita hidup di era yang dikenal dengan Industri 4.0 yang ditandai dengan fenomena maraknya penggunaan teknologi berbasis teknologi informasi dan internet [25]. Hari-hari ini, segala sesuatu serba cepat dan sederhana sampai-sampai merusak budaya membaca karena banyak kegiatan yang bergantung pada teknologi dan internet. Terutama mengingat krisis pandemi Covid19, yang mengubah setiap aspek dari apa yang biasanya dilakukan secara online. Literasi digital dipandang sangat penting dan memberi pengguna kemampuan untuk mengikuti perubahan yang terjadi. Literasi digital dalam konteks Industri 4.0 sendiri lebih menekankan pada bagaimana menyikapi dan memfilter penggunaan digital dalam beberapa cara, antara lain dengan mengembangkan modul e-learning atau menyediakan platform pembelajaran secara bebas, seperti podcast, blog, berbagai website , atau media sosial yang salah satunya digunakan dengan TikTok. Pendekatan ini dapat digunakan secara digital dan telah berhasil ketika digunakan. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2021 oleh Mezia Kemala Sari menemukan bahwa hal tersebut telah meningkatkan pemahaman dan kesadaran literasi digital, terutama di masa pandemi Covid-19, juga mendukung hal tersebut. Jejaring sosial sulit dari perspektif komunikatif dan teknologi untuk literasi digital. Kami dapat dengan cepat mengakses teknologi canggih kapan saja, memungkinkan kami mempelajari semuanya hanya dengan satu klik. Padahal pada umumnya masyarakat dan masyarakat di Indonesia khususnya generasi muda masih membutuhkan bimbingan dan perhatian orang tua serta keterlibatan pemerintah dikarenakan kondisi masyarakat yang masih goyah dalam menerima informasi atau konten mentah dari teknologi digital khususnya media sosial yang akan juga berdampak pada bagaimana mereka berperilaku.

Munculnya berbagai konten di media sosial, termasuk konten yang negatif dan berisi berita bohong serta konten yang berbau harum dan positif, membuat literasi digital pada kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menjadi kebutuhan untuk digunakan sebagai alat untuk mendidik semua orang tentang penggunaan media sosial. Milenial tumbuh tanpa batasan akses yang dibawa oleh kemajuan teknologi modern. Akibatnya, hal itu mempengaruhi cara orang memandang betapa beragamnya gaya satu sama lain. Belum lagi minimnya sosialisasi antar manusia akibat cara komunikasi yang dilakukan saat ini secara digital yang membuat pemahaman literasi digital dianggap penting, yang dianggap sama pentingnya dengan jenis pengetahuan lain tentang hal ini. Partisipasi orang tua dan pendidik sangat penting untuk memastikan bahwa anak-anak sadar dan berpengetahuan tentang literasi digital. Literasi digital dalam pengaruh sosial perkembangan media bermanfaat dari sudut pandang masyarakat 5.0 di era digital ini karena membantu orang untuk memenuhi komitmen dan tugas sehari-hari. Masyarakat yang memiliki kontrol atas literasi digitalnya akan dapat menggunakan data pada saluran digital. Literasi digital berdampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan karena dapat mempercepat proses belajar mengajar, menghemat biaya untuk berbagai hal, dan mengurangi biaya terkait keharusan menyediakan perangkat dan akses internet kepada siswa. Namun, manfaat ini disertai dengan lonjakan biaya. Selain itu, masyarakat menyadari sulitnya mengadopsi sikap mental positif untuk mencegah perselisihan dan ketidakseimbangan dalam literasi digital. Cybercrime adalah risiko yang diperlukan saat menggunakan teknologi digital, terutama media sosial. Banyak contoh kejahatan dunia maya dan kejahatan lainnya menjadi bukti bahwa media sosial dapat melukai kehidupan orang. Salah satu upaya preventif sekaligus edukasi untuk mengurangi dampak dan dampak buruk dari media sosial adalah kemampuan literasi digital. Tentu saja, literasi digital juga penting untuk membantu masyarakat agar tidak menjadi bodoh dan jatuh ke dalam perangkap yang digunakan orang jahat untuk melakukan kejadian dunia maya.

Masyarakat yang mampu menggunakan komputer pada akhirnya akan mampu memahami dan memanfaatkan informasi yang terkumpul dalam berbagai bentuk dan format dari berbagai sumber. Untuk mempersiapkan masyarakat menghadapi perubahan teknologi yang semakin cepat dan tidak terkendali, literasi digital menjadi sangat penting. Literasi digital juga menumbuhkan keterampilan analitis, kreatif, dan berpikir kritis yang kuat, serta sikap yang berbeda dan berbagai sumber informasi. Masa depan akan ditandai dan muncul semakin kompleksnya keinginan dan tuntutan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, menurut sebuah studi yang dilakukan pada tahun 2019 oleh Takari dan Tarigan. Ini juga berdampak karena teknologi lebih sering digunakan dan kecanggihan lebih banyak berinovasi. Di masa depan, seperti yang ditunjukkan oleh bagaimana digital membantu masyarakat dalam berbagai cara, hal ini tentunya akan mempengaruhi bagaimana masyarakat berkembang dan menghasilkan sistem lebih lanjut yang akan sangat bermanfaat. Oleh karena itu, aplikasi perlu siap mental dan memiliki literasi digital yang baik untuk menghadapi masa depan dan segala kecanggihannya. Setiap aktivitas yang beralih dari manual ke komputerisasi menjadi lebih sederhana, namun kemudahan ini berdampak signifikan pada kemalasan, membuat proses adaptasi yang baik diperlukan agar manusia dapat mempertahankan sifat bawaannya. terutama dengan kehadiran 5G, yang akan meningkatkan peningkatan jaringan dengan kecepatan dan keandalan.

#### **Penggunaan TikTok sebagai Alat Media Sosial untuk Literasi Digital**

Jejaring sosial saat ini adalah tempat literasi digital paling sering digunakan. Facebook, Instagram, Path,

Youtube, dan platform media sosial populer lainnya seperti TikTok adalah beberapa yang sudah ada. Kurangnya pemahaman tentang perilaku yang tepat saat menggunakan media sosial TikTok dan keterbukaan data yang diposting di media sosial Pengguna TikTok yang sebagian besar adalah generasi muda sering mengalami dampak negatif. Pengguna mungkin mengalami masalah jika mereka tidak memiliki keterampilan literasi dan pemfilteran digital. Salah satu hal yang terjadi adalah penyebaran informasi palsu atau bahkan buruk. Menyeirkannya akan lebih mudah jika ada lebih banyak pengguna yang tersebar di area tersebut. Tidak boleh ada kemajuan teknologi tambahan yang dilakukan pada fitur TikTok, seperti unggahan video yang tidak pantas yang berisi berita atau fakta asli, yang menjadikan video tersebut sebagai pusat distribusi berita hoax. Literasi digital kini menjadi lebih penting dari sebelumnya untuk memastikan bahwa setiap unggahan yang dilakukan ke TikTok bernilai dan tidak menimbulkan terlalu banyak masalah. Penyortiran informasi yang cerdas juga diperlukan agar tidak terganggu oleh berita buruk dan rumor karena jika hal ini terus terjadi, hal itu dapat mengubah persepsi semua orang tentang TikTok dan potensi manfaatnya. Pengguna Tik Tok berada di urutan kedua setelah Youtube di Indonesia. Di Indonesia, skor pengguna Tik Tok jauh lebih tinggi daripada pengguna Instagram. Platform TikTok sendiri memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video dengan bantuan musik latar yang terkenal. Itu juga memungkinkan pengguna untuk mengunggah video, klip film, atau video pendek lainnya untuk dibagikan untuk mendapatkan lebih banyak tampilan. Semakin banyak penayangan yang diterima video, semakin populer video itu, dan popularitas ini semakin meningkat. Menurut penelitian yang dilakukan pada tahun 2020 oleh Sari, Wafa, dan Humaidi, TikTok telah menjadi bagian dari kebiasaan atau gaya hidup mahasiswa yang merupakan digital native. Penggunaan platform media sosial seperti TikTok memiliki efek menguntungkan dan negatif. Efek positifnya antara lain munculnya rasa percaya diri dan peningkatan kreativitas, yang terkadang digunakan untuk memunculkan ide-ide baru untuk video yang akan dipublikasikan. Efek negatifnya kemudian adalah kecanduan dan kecenderungan untuk mengabaikan hal lain yang lebih penting daripada mengakses media sosial TikTok. Konsekuensinya, tren saat ini juga menjadi faktor penyebab meningkatnya pengguna TikTok di Indonesia. Penggunaan TikTok semakin lumrah di berbagai kalangan, dan intensitas penggunaan yang semakin meningkat ini tentunya berdampak pada kepribadian masyarakat. Mengubah karakter ini akan lebih merugikan mereka karena kemungkinan terpapar hal-hal negatif akan meningkat jika pengguna atau individu tidak memfilter atau tidak memiliki kemampuan literasi digital yang diperlukan. Akibatnya, Anda harus menyadari bahwa Anda harus berurusan dengan ini. TikTok adalah platform media sosial yang harus digunakan untuk mengajarkan literasi digital. Menurut sebuah studi sangat penting untuk menawarkan pendidikan kepada pengguna TikTok untuk mencegah mereka memposting konten yang menyinggung atau dilarang. Selain itu, menggunakan konten TikTok lebih dari sekadar menampilkan gerakan tarian; itu juga menawarkan konten video positif dengan menyebarkan pengetahuan dan informasi baru. penggunaan media sosial Mengingat intensitas penggunaan yang semakin tinggi membuat semua pengguna dan masyarakat dituntut untuk memiliki keterampilan literasi digital, yaitu dengan memilih berbagai informasi dan data yang masuk kemudian menghasilkan sistem informasi yang baik dalam penggunaannya, TikTok di masa pandemi membuat Itu platform media sosial media paling populer juga sangat melekat pada kehidupan manusia. Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ioana Literat dalam penelitiannya dari tahun 2021, di mana bahkan TikTok menjadi pintu gerbang bagi siswa untuk belajar membaca. Mereka mengambil banyak pengetahuan yang sebelumnya tidak dapat dicapai dalam kehidupan nyata. Ke mana mereka pergi akan memungkinkan mereka untuk melihat banyak perspektif dunia dan juga akan menginstruksikan mereka bagaimana memutuskan apakah akan menyimpan apa yang mereka lihat atau mengabaikannya sebagai hal yang tidak penting.

## **Kesimpulan**

Indonesia tidak mengisolasi diri dari revolusi Society 5.0. Sektor UMKM pun demikian. Hal ini ditunjukkan dengan semakin populernya UMKM Digital, yang memungkinkan perusahaan dioperasikan dengan mudah dari lokasi mana pun sehingga pelanggan dapat memperoleh keuntungan secara langsung. Seperti yang telah disebutkan, banyak UMKM di industri makanan beku yang telah merasakan manfaat dari pandemi karena perilaku pelanggan yang lebih menyukai kemudahan praktis di tengah jadwal yang padat. Masalah ini menunjukkan bahwa mungkin ada pandemi pasca kemajuan dalam digitalisasi UMKM. Kenyataannya, banyak yang terus melatih kembali sumber daya manusianya, mempelajari hal-hal baru, dan sering melakukan analisis pasar untuk meningkatkan level digitalisasi UMKM. Untuk terus membandingkan produk atau layanan, para desainer menambahkan visualisasi yang menarik pada digitalisasi UMKM. Ini adalah salah satu hal yang membantu UKM berbasis ekonomi untuk terus tumbuh meskipun menghadapi kesulitan. Akselerasi Society 5.0 untuk UMKM niscaya akan berhasil dilaksanakan dengan pendampingan pemerintah dan masyarakat.

- 
- [1] Y. Durachman, A. S. Bein, E. P. Harahap, T. Ramadhan, and F. P. Oganda, "Technological and Islamic environments: Selection from Literature Review Resources," *Int. J. Cyber IT Serv. Manag.*, vol. 1, no. 1, pp. 37–47, 2021.
  - [2] S. Purnama, U. Rahardja, Q. Aini, A. Khoirunisa, and R. A. Toyibah, "Approaching the Anonymous Deployment of Blockchain-Based Fair Advertising on Vehicle Networks," *3rd Int. Conf. Cybern. Intell. Syst. ICORIS 2021*, 2021, doi: 10.1109/ICORIS52787.2021.9649600.
  - [3] T. C. Husnadi, T. Marianti, and T. Ramadhan, "Determination of shareholders' welfare with financing quality as a moderating variable," *APTISI Trans. Manag.*, vol. 6, no. 2, pp. 191–208, 2022.
  - [4] A. Argani and W. Taraka, "Pemanfaatan Teknologi Blockchain Untuk Mengoptimalkan Keamanan Sertifikat Pada Perguruan Tinggi," *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 1, no. 1, pp. 10–21, Jun. 2020, doi: 10.34306/abdi.v1i1.121.
  - [5] S. Kosasi, U. Rahardja, N. Lutfiani, E. P. Harahap, and S. N. Sari, "Blockchain technology-emerging research themes opportunities in higher education," in *2022 International Conference on Science and Technology (ICOSTECH)*, 2022, pp. 1–8.
  - [6] U. Rahardja, Q. Aini, and M. B. Thalia, "Penerapan Menu Konfirmasi Pembayaran Online Berbasis Yii pada Perguruan Tinggi," *Creat. Inf. Technol. J.*, vol. 4, no. 3, pp. 174–185, 2018.
  - [7] R. Hardjosubroto, U. Raharja, N. Anggraini, and W. Yestina, "PENGGALANGAN DANA DIGITAL UNTUK YAYASAN DISABILITAS MELALUI PRODUK UMKM DI ERA 4.0," *ADI Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, 2020.
  - [8] P. Hendriyati, F. Agustin, U. Rahardja, and T. Ramadhan, "Management Information Systems on Integrated Student and Lecturer Data," *APTISI Trans. Manag.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–9, 2022.
  - [9] B. S. Riza, "Blockchain Dalam Pendidikan: Lapisan Logis di Bawahnya," *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 1, no. 1, pp. 41–47, Jun. 2020, doi: 10.34306/abdi.v1i1.112.
  - [10] N. Sari, W. A. Gunawan, P. K. Sari, I. Zikri, and A. Syahputra, "Analisis Algoritma Bubble Sort Secara Ascending Dan Descending Serta Implementasinya Dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman Java," *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 3, no. 1, pp. 16–23, 2022.
  - [11] F. P. Oganda, "PEMANFAATAN SISTEM IJC (iLearning Journal Center) SEBAGAI MEDIA E-JOURNAL PADA PERGURUAN TINGGI DAN ASOSIASI," *CSRID (Computer Sci. Res. Its Dev. Journal)*, vol. 11, no. 1, pp. 23–33, 2020.
  - [12] P. A. Sunarya, Q. Aini, A. S. Bein, and P. Nursaputri, "The Implementation Of Viewboard Of The Head Of Department As A Media For Student Information Is Worth Doing Final Research," *ITS DI J. Ed. Vol. 1 No. 1 Oct. 2019*, p. 18, 2019.
  - [13] U. Rahardja, C. Lukita, F. Andriyani, and Masaeni, "Optimization of marketing workforce scheduling using metaheuristic genetic algorithms," *Int. J. Adv. Trends Comput. Sci. Eng.*, vol. 9, no. 1.2 Special Issue, pp. 243–249, 2020, doi: 10.30534/IJATCSE/2020/3691.22020.
  - [14] E. S. Aisyah, E. P. Harahap, and N. Salsabila, "The Effect Requirements Selling In The Marketplace For Security Against Buyer Trust," *Aptisi Trans. Manag.*, vol. 4, no. 1, pp. 67–75, 2019.
  - [15] N. K. Purnamawati, A. M. Adiandari, N. D. A. Amrita, and L. P. V. I. Perdanawati, "The Effect Of Entrepreneurship Education And Family Environment On Interests Entrepreneurship In Student Of The Faculty Of Economics, University Of Ngurah Rai In Denpasar," *ADI J. Recent Innov.*, vol. 1, no. 2 Maret, pp. 158–166, 2020.
  - [16] M. Saraswati, N. Lutfiani, and T. Ramadhan, "Kolaborasi Integrasi Inkubator Bersama Perguruan Tinggi Sebagai Bentuk Pengabdian Terhadap Masyarakat Dalam Perkembangan Iptek," *ADI Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 23–31, 2021.

- 
- [17] F. P. Oganda, M. Hardini, and T. Ramadhan, “Pengaruh Penggunaan kontrak cerdas pada Cyberpreneurship Sebagai Media Pemasaran dalam Dunia Bisnis,” *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 2, no. 1, pp. 55–64, 2021.
  - [18] L. A. Faza, P. M. Agustini, S. Maesaroh, A. C. Purnomo, and E. A. Nabila, “Motives For Purchase of Skin Care Product Users (Phenomenology Study on Women in DKI Jakarta),” *ADI J. Recent Innov.*, vol. 3, no. 2, pp. 139–152, 2022.
  - [19] I. U. Rahardja and S. Raharja, “Artificial informatics,” *2009 4th IEEE Conf. Ind. Electron. Appl. ICIEA 2009*, pp. 3064–3067, 2009, doi: 10.1109/ICIEA.2009.5138764.
  - [20] Henderi, Q. Aini, N. P. L. Santoso, A. Faturahman, and U. Rahardja, “A proposed gamification framework for smart attendance system using rule base,” *J. Adv. Res. Dyn. Control Syst.*, vol. 12, no. 2, pp. 1827–1838, 2020, doi: 10.5373/JARDCS/V12I2/S20201226.
  - [21] U. Raharja, E. P. Harahap, and R. E. C. Devi, “Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas pada Raharja Internet Cafe Terhadap Kegiatan Perkuliahannya Pada Perguruan Tinggi,” *J. Teknoinfo*, vol. 12, no. 2, pp. 60–65, 2018.
  - [22] A. Suryadi, “The Implementation Of Turbine Ventilator As An Alternative Power Plant,” *ADI J. Recent Innov.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–6, 2020.
  - [23] H. Tsabit and A. Zumar, “Keamanan Sistem Kendali Industri dengan Teknologi Blockchain dan Protokol Scuttlebutt.”
  - [24] A. Argani and W. Taraka, “Pemanfaatan Teknologi Blockchain Untuk Mengoptimalkan Keamanan Sertifikat Pada Perguruan Tinggi,” *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 1, no. 1, pp. 10–21, 2020.
  - [25] A. G. Prawiyogi, A. S. Anwar, M. Yusup, N. Lutfiani, and T. Ramadhan, “Pengembangan Program Studi Bisnis digital bagi pengusaha dengan perangkat lunak lean,” *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 2, no. 2, pp. 52–59, 2021.