

**PENGARUH TV STREAMING TERHADAP PERTUMBUHAN INDUSTRI EKONOMI KREATIF
DAMPAKNYA TERHADAP PENYERAPAN TENAGA KERJA**

The effect of tv streaming on the growth of the creative economic industry its impact on labor absorption

Rinny Yudowati¹, Linda Fitriyanti²

Akademi Akuntansi Borobudur

Jl Raya Kalimalang No. 1, Jakarta Timur, Jakarta, Indonesia

E-mail: ryudowati78@gmail.com , Fitriyantilinda618@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh TV Streaming terhadap pertumbuhan Industri Ekonomi Kreatif dampaknya terhadap Penyerapan Tenaga Kerja. Melihat perkembangan digital yang demikian pesat dan pergeseran perilaku masyarakat dari media cetak, televisi dan radio ke media digital, salah satunya TV Streaming. Diprediksi ke depan industri *live streaming* akan menjadi tren dan semakin banyak digunakan di Indonesia. Dengan menggunakan Teori Slovins didapat 100 sample responden pelaku dan pengguna TV streaming di Jakarta. Dilakukan dua pendekatan, yaitu pendekatan deskriptif dengan mendeskripsikan fenomena yang ada dan kuantitatif dimana pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara. Lokasi penelitian dilakukan di wilayah Jakarta. Variable bebas yaitu TV Streaming, Variabel antara Pertumbuhan Industri Kreatif dan Variable terikat yaitu penyerapan tenaga kerja. Sumber data dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna internet yang diperoleh dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018 dan BPS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media TV Streaming berpengaruh terhadap pertumbuhan Industri Ekonomi Kreatif dan berdampak terhadap penyerapan tenaga kerja.

Kata Kunci : Industri kreatif ; TV Streaming; Penyerapan Tenaga Kerja

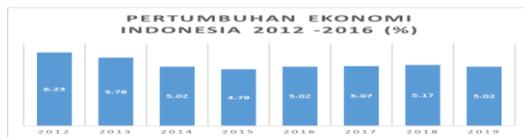
Abstract: This study aims to determine the effect of TV Streaming on the growth of the Creative Economy Industry and its impact on Labor Absorption. Seeing the rapid digital development and the shifting of people's behavior from print media, television and radio to digital media, one of which is Streaming TV. It is predicted that in the future live streaming industry will become a trend and increasingly used in Indonesia. By using the Slovins theory, 100 samples of the perpetrators and users of TV streaming in Jakarta were obtained. Two approaches were carried out, namely the descriptive approach by describing the existing phenomena and quantitative in which data collection used observation and interview techniques. The research location was conducted in the Jakarta area. The independent variable is TV Streaming, the intervening variable is Creative Industry Growth and the dependent variable is labor absorption. The data source in this study is the internet user community obtained from the Indonesian Internet Service User Association (APJII) in 2018 and BPS. The results showed that Media TV Streaming had an effect on the growth of the Creative Economy Industry and had an impact on Labor Absorption.

Key words: creative industry; TV streaming; Labor Absorption

1. PENDAHULUAN

Perlambatan pertumbuhan ekonomi sejak 2012 sebesar 6,3 persen. Hingga turun drastis menjadi 4,8 persen, lalu meningkat sedikit pada tahun 2016 sebesar 5,02 persen, disebabkan diantaranya, faktor internal antara lain menurunnya nilai konsumsi masyarakat dan anjloknya industri manufaktur nasional

dan faktor eksternal turunnya harga komoditas ekspor nasional, selain masih melambatnya pertumbuhan ekonomi di berbagai negara maju.



Sumber: BPS, 2020

Tahun 2019 ini diperkirakan pertumbuhan menjadi 5,1 persen lebih rendah dibanding prediksi bank dunia sebelumnya yakni 5,2 persen. Sehingga dituntut upaya keras dan cerdas untuk mencari sumber-sumber pertumbuhan ekonomi lain yang dimiliki Indonesia.

Kontribusi ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi maupun penciptaan lapangan kerja menunjukkan peningkatan sejak tahun 2012 karena industri tersebut relatif kuat menghadapi kelesuan ekonomi global dan domestik. Salah satu Industri kreatif yang banyak dikenal masyarakat adalah pertelevisian. Pengaruh kecanggihan teknologi dan kreatifitas *content* merambat ke media TV salah satunya dengan menyediakan akses untuk menonton siaran televisi secara *online* dengan membuka *channel streaming di Internet*.

Ketenagakerjaan merupakan aspek yang penting untuk diperhatikan dalam pembangunan ekonomi nasional maupun regional. Badan Pusat Statistik (2007), beberapa istilah ketenagakerjaan yang mesti dipahami di Indonesia diantaranya : (1) tingkat partisipasi angkatan kerja yang merupakan indikator yang dapat menggambarkan keadaan penduduk yang berumur 15 tahun ke atas yang berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi, (2) tingkat pengangguran terbuka, dan (3) penyerapan tenaga kerja yaitu mereka yang terserap diberbagai lapangan pekerjaan pada suatu periode. Dalam teori ketenagakerjaan menurut BPS (2007) digunakan Konsep Dasar Angkatan Kerja (*Standart Labour Force Concept*) seperti yang digunakan dalam Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas). Konsep ini merupakan konsep yang disarankan dan direkomendasikan International Labour Organization (ILO).

Permasalahan Perekonomian Indonesia kedepan masih pada masalah ketersediaan lapangan kerja dan ketimpangan kesejahteraan rakyat. Regulasi dan ketersediaan teknologi internet of things untuk pengembangan usaha dibidang TV Streaming. Perlunya pelatihan dibidang teknologi pertelevisian, *broadcasting* dan penyiaran. Penelitian dibatasi pada penggunaan

media televisi *streaming*. Dimana merupakan salah satu bagian dari ekonomi kreatif yang mengandalkan sumber daya insani sebagai modal utama, terutama proses penciptaan, kreativitas, keahlian, dan talenta individual. Diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat bagi Pengembangan industri pertelevisian, referensi alternatif untuk membuka lapangan kerja, bahan kajian Pemerintah dalam merumuskan kebijakan dalam bidang ekonomi kreatif dan kerakyatan dan referensi bagi calon peneliti lain dalam melakukan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Televisi (TV)

Menurut Elvinaro Ardianto (2007:125) Televisi adalah salah satu jenis media massa elektronik yang bersifat *audio visual, direct* dan dapat membentuk sikap. Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa televisi adalah salah satu jenis media massa elektronik yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak yang dilengkapi dengan suara sehingga melihat peristiwa atau kejadian yang jaraknya berjauhan dengan waktu yang bersamaan.

Streaming

Streaming merupakan sebuah teknologi yang digunakan untuk memainkan sebuah file audio maupun video yang secara langsung maupun dengan *prerecord* yang berada di *web server*. File-file *audio* maupun *video* ini diletakan di sebuah *server* komputer yang dapat secara langsung diakses di komputer melalui koneksi *internet*, oleh pengguna yang disebut dengan proses *download file*. Kesimpulannya *streaming* merupakan proses pengiriman data kontinyu atau secara terus menerus, yang dilakukan secara *broadcast* melalui internet dan ditampilkan ke aplikasi *streaming* pada komputer dan *streaming* bisa dilakukan secara *live* atau *real time*, juga tidak langsung atau *ondemand*.

TV Streaming

TV Streaming adalah suatu layanan yang menampilkan acara televisi berupa video dan suara yang ditayangkan melalui sebuah media. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan akses *internet* yang memadai menjadi cara untuk memperkenalkan TV *Streaming*. Dimana proses kreatifitas pada industri TV *Streaming* sangat memerlukan talenta muda yang berbakat dan dinamis mengikuti perkembangan berita dan menciptakan *content-content* kreatif untuk

menaikkan *viewer* dan *subscriber* pada program televisinya. (DCMS, 2008. London) (1).

Ekonomi Kreatif

Sektor ekonomi kreatif menurut DCMS terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, komputer dan video game, kerajinan, desain, fesyen desainer, *film* dan *video*, musik, seni pertunjukan, percetakan, *software*, dan televisi serta radio. (Departemen for culture 2008) (1)

Dikalangan para pakar, nampaknya tidak ada perbedaan pengertian yang mendasar antara Ekonomi Kreatif dengan Industri Kreatif. Secara umum Dapat dikatakan bahwa keduanya mengandung pengertian sebagai aktivitas berbasis kreativitas yang berpengaruh terhadap perekonomian atau kesejahteraan masyarakat

Sedangkan (Jerusalem MA,2009) (2) bahwa industri kreatif adalah industri yang mempunyai keaslian dalam kreatifitas individual, ketrampilan dan bakat yang mempunyai potensi untuk mendatangkan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja melalui eksploitasi kekayaan intelektual. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia dalam buku Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025 industri kreatif dapat dikelompokkan menjadi 14 sub sektor, dan dalam perkembangannya ditambah satu sub sektor yaitu:

1. Periklanan (*advertising*)
2. Arsitektur
3. Pasar Barang Seni
4. Kerajinan (*craft*)
5. Desain
6. Fesyen (*fashion*)
7. Video, Film dan Fotografi
8. Permainan Interaktif (*Interactive Games*)
9. Musik
10. Seni Pertunjukan (*showbiz*)
11. Penerbitan dan Percetakan
12. Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software*)
13. Televisi & Radio (*broadcasting*)
14. Riset dan Pengembangan (R&D)
15. Kuliner. (Indonesia,2008)(3)

Ekonomi kreatif, akan menjadi potensial, apabila didukung tiga hal, yaitu *Knowledge Creative* (Pengetahuan yang kreatif), *Skilled Worker* (pekerja yang berkemampuan), *Labor Intensive* (kekuatan tenaga kerja) untuk dapat dipergunakan kepada begitu banyak ruang dalam

industri produk kreatif yang terus berkembang di Indonesia.

Penyerapan Tenaga Kerja

Pengertian dari penyerapan itu sendiri diartikan cukup luas, menyerap tenaga kerja dalam maknanya menghimpun orang atau tenaga kerja di suatu lapangan usaha, untuk dapat sesuai dengan kebutuhan usaha itu sendiri.

Dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Tenaga Kerja,(Nugroho PS, Cahyadin M,2011) (4) pengertian tenaga kerja yang terdapat dalam Pasal 1 ayat 2. bahwa tenaga kerja yaitu setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan/atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

Penelitian Yang Relevan

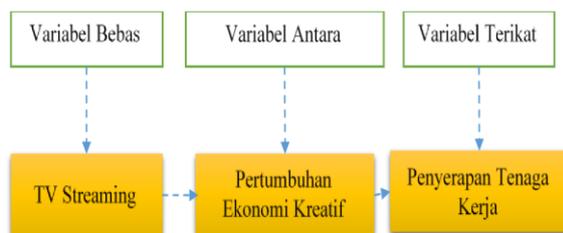
No	Pengaruh, Judul (Periode)	Metodologi			Kesimpulan
		Dataset	Variabel	Metode	
1	Ekonomi Kreatif: Rencanan Pengembangan Televisi dan Radio Nasional 2015 – 2019	Primer Dan Sekunder Time Series (2005 – 2009)	Tenaga kerja kreatif Teknol ogi (tepat guna Pening katan kualitas pendidikan	elaborasi	Dari sisi ketenagakerjaan, subsektor televisi dan radio memberikan kontribusi sebesar 1,08% terhadap total jumlah tenaga kerja

					pengembangan pembelajaran yang mampu mengaitkan materi dengan kondisi nyata peserta didik serta mampu menanamkan nilai nilai ekonomi kreatif.
--	--	--	--	--	---

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut (Polancik, 2009).

Pada penelitian ini merepresentasikan jenis variabel penelitian dan hubungan antar dari variabel dan penelitian. Berikut bagan kerangka pemikiran:



Bagan Kerangka Pemikiran

Penjelasan :

Variable bebas (*independent variable*), yaitu TV Streaming

Variabel antara (*intervening variable*), Pertumbuhan Industri Kreatif

Variable terikat (*dependent variable*), yaitu penyerapan tenaga kerja.

Hubungan antar Variabel :

a. Hubungan antara TV Streaming dengan pertumbuhan Industri Kreatif.

Pelaku TV Streaming yang semakin bertambah berpengaruh terhadap pertumbuhan Industri Kreatif

b. Hubungan antara Pertumbuhan Industri Kreatif dengan penyerapan tenaga kerja
Semakin banyak pelaku industri kreatif semakin besar peluang penyerapan tenaga kerja.

Semakin banyak pelaku ekonomi kreatif dibidang TV streaming akan semakin terbuka lapangan kerja baru. Sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia dan membuka lapangan kerja di Indonesia. Sehingga didapat Hipotesis :

H₁ Terdapat pengaruh yang signifikan TV Streaming terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif.

H₂ Terdapat pengaruh yang signifikan pelaku industri ekonomi kreatif terhadap penyerapan tenaga kerja.

III. METODE

Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data, yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data populasi secara teoritik adalah Indonesia, sedangkan populasi data primer terjangkau pelaku dan pengguna TV *streaming* di Jakarta. Data sekunder diperoleh dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Badan Ekonomi Kreatif Indonesia

Lokasi dan Subyek Penelitian

Lokasi penelitian mengambil objek pelaku dan Pengguna Internet Streaming TV di Jakarta dalam hal ini adalah pelaku dan pengguna internet di Jakarta dan subyek penelitiannya adalah data pooling yang bersumber dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) dan di Badan Ekonomi Kreatif Indonesia

Populasi dan sample

a. Populasi teoritik dalam penelitian ini adalah pengguna Internet di Indonesia sedangkan populasi terjangkau adalah pengguna internet di Jakarta.

b. Adapun point sample dalam penelitian ini adalah 100 responden pelaku dan pengguna TV streaming , APJII dan pelaku Badan ekonomi kreatif di Jakarta .

- c. Jumlah responden pada metode kuantitatif menggunakan Teori Slovincs dengan formula sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = jumlah sample, N = Jumlah Total Populasi,
e = Batasan toleransi kesalahan, karena
homogeny ditetapkan batasan toleransi 10%

Sumber data penelitian menggunakan populasi terjangkau dengan jumlah pengguna *internet* di Jakarta, disebabkan belum adanya data pasti pelaku dan pengguna TV *streaming* di Indonesia, sehingga diasumsikan bahwa seluruh pengguna *internet* adalah pelaku dan pengguna TV *streaming*. Dengan data pengguna *internet* di Indonesia sebanyak 171,17 juta jiwa atau 64,8% dari jumlah penduduk Indonesia dan 55,7% dari 171,17 juta jiwa terkonsentrasi di pulau jawa, dimana 4,8% nya terkonsentrasi di Jakarta.

Sehingga didapat data pengguna internet di Jakarta tahun 2018 berdasarkan survei APJII

2018 adalah **4,576,401.12 juta jiwa**

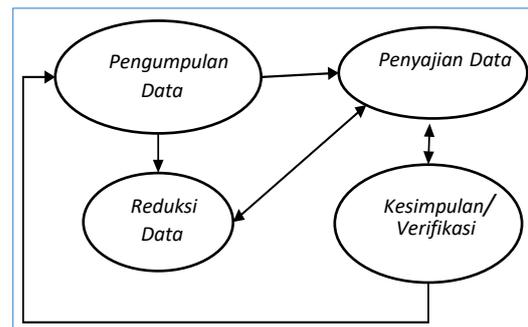
$$n = 4.576.401,12 / (1 + 4.576.401,12 (0,1)^2)$$

Sehingga ditemukan n = 99.9999781488
pembulatan **100** responden

Teknik Analisis Data

Data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh TV *Streaming* terhadap Pertumbuhan Industri Ekonomi Kreatif dan pengaruh Pertumbuhan Industri Ekonomi Kreatif terhadap Penyerapan Tenaga Kerja.

Menurut (Sugiyono 2017), (8), teknik analisis data adalah: "Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah; mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan".



Sumber: Sugionno, 2017

Bagan Teknik Pengumpulan Data

Statistika deskriptif yang digunakan adalah perhitungan skor rata – rata, median, modus, standar deviasi, tabel frekuensi, dan histogram. Statistika inferensial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis korelasi sederhana. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis maka terlebih dahulu dilakukan pengujian persyaratan analisis yaitu normalitas dan uji homogenitas.

Pengujian statistik menggunakan hipotesis nol dan hipotesis alternatif sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama

H_0 Terdapat pengaruh signifikan var tv streaming terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif

H_1 Terdapat pengaruh tidak signifikan var tv streaming terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif

2. Hipotesis kedua

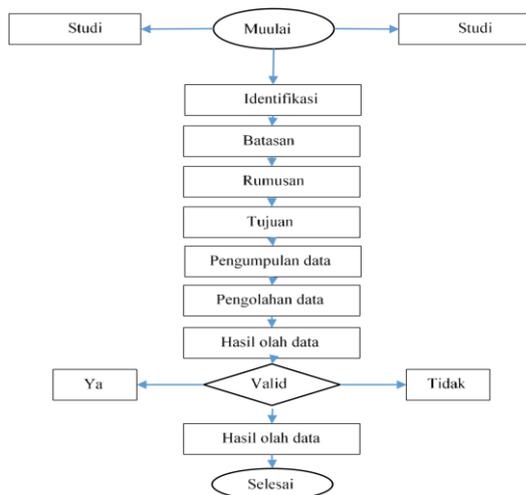
H_0 Terdapat pengaruh signifikan var pertumbuhan ekonomi kreatif terhadap kesempatan kerja

H_2 Terdapat pengaruh tidak signifikan var pertumbuhan ekonomi kreatif terhadap kesempatan kerja

Keterangan:

H_0 = hipotesis nol

H_1 = hipotesis satu atau hipotesis alternatif



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN
HASIL ANALISA DESKRIPTIF

Hasil analisis deskriptif untuk Pengaruh Media TV Streaming terhadap pertumbuhan Industri Ekonomi Kreatif Dampaknya terhadap Penyerapan Tenaga Kerja 2016 – 2018 . berdasarkan data, dikumpulkan 103 responden pelaku dan pengguna TV Streaming ,APJII dan Pelaku Badan Ekonomi Kreatif di Jakarta . Penyebaran kuesioner dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala likert 1- 5. Penelitian ini menggunakan 3 variabel yang terdiri dari TV Streaming, Ekonomi Kreatif, dan Penyerapan Tenaga Kerja. Kuesioner dibuat dengan variabel yang diteliti dengan 10 item pertanyaan.

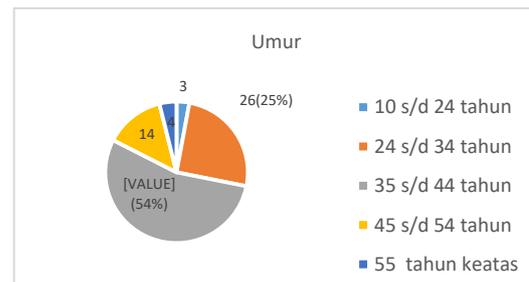
Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ragam latar belakang atau background yang dimiliki responden itu sendiri. dalam penelitian ini background responden difokuskan pada jenis kelamin, umur, pendidikan dan pedapatan perbulan. Hasil yang didapat adalah:

1. Karakteristik Umur

Tabel 4.1

Hasil Pengujian Karakteristik Umur



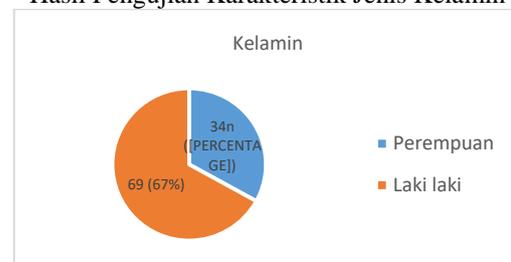
Sumber : Data diolah

Frekwensi tertinggi responden 54% berumur 35 s.d 44 tahun, disusul 25% berusia 24 s.d 34 tahun, 14% berusia 45 s/d 54 tahun , 4% berumur 55 thn keatas, 3% berumur 10 s.d 24.

2. Karakteristik Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Hasil Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin



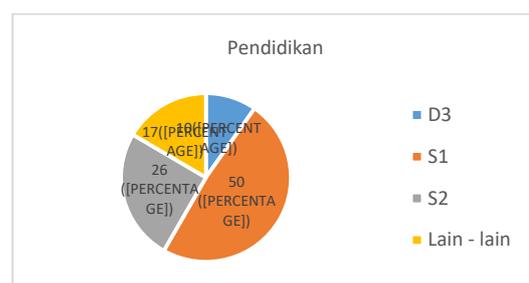
Sumber : Data diolah

Frekwensi tertinggi responden berdasarkan jenis kelamin 67% laki laki dan 33% Perempuan.

3. Karakteristik Pendidikan

Tabel 4.3

Hasil Pengujian Karakteristik Pendidikan



Sumber : Data diolah

Frekwensi tertinggi responden 49% Pendidikan S1, disusul 25% Pendidikan S2, 16% lain lain, dan 10 % pendidikan D3.

4. Karakteristik Pendapatan Perbulan

Tabel 4.4
Hasil Pengujian Karakteristik Pendapatan Perbulan

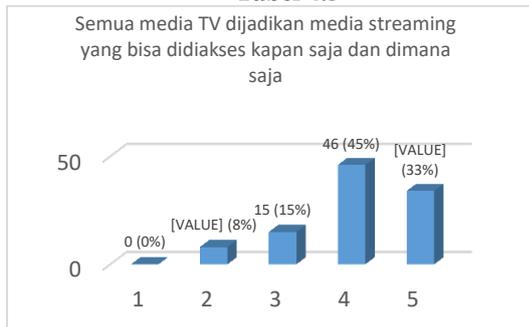


Sumber : Data diolah

Frekwensi tertinggi responden 37% berpendapatan 5 jt – 10 jt per bulan, disusul 26% berpendapatan 3 jt – 5 jt per bulan, 24% berpendapatan >10 jt per bulan, dan 13% berpendapatan <3 jt per bulan.

Deskripsi Jawaban Responden TV Streaming / layanan acara televisi yang ditayangkan melalui halaman web

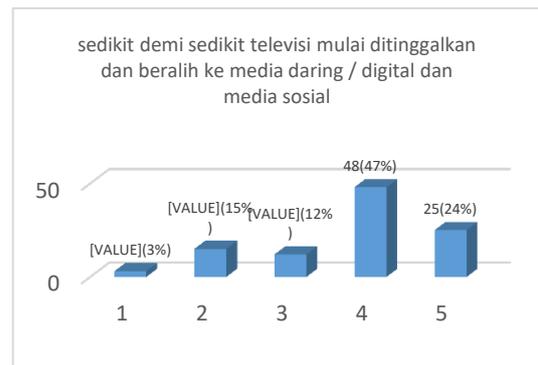
Tabel 4.5



Sumber : Data Olahan

45% responden setuju bahwa semua media TV dijadikan media streaming yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja, 33% responden sangat setuju, disusul 15% netral, 8% tidak setuju dan 0% tidak setuju.

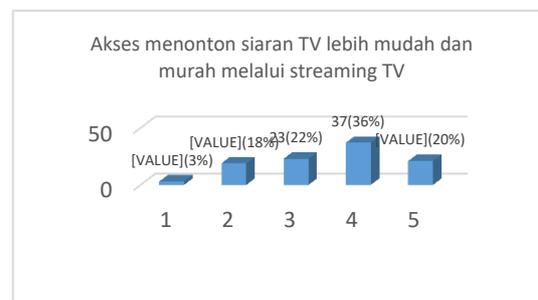
Tabel 4.6



Sumber : Data Olahan

47% responden setuju bahwa sedikit demi sedikit televisi mulai ditinggalkan dan beralih ke media daring / digital dan media sosial, 24% responden sangat setuju, disusul 12% netral, 15% tidak setuju dan 3% tidak setuju.

Tabel 4.7



Sumber : Data Olahan

dari gambar diatas dapat dijelaskan 36% responden setuju bahwa akses menonton siaran TV lebih mudah dan murah melalui streaming TV, 20% responden sangat setuju, disusul 22% netral, 18% tidak setuju dan 3% sangat tidak setuju.

Tabel 4.8

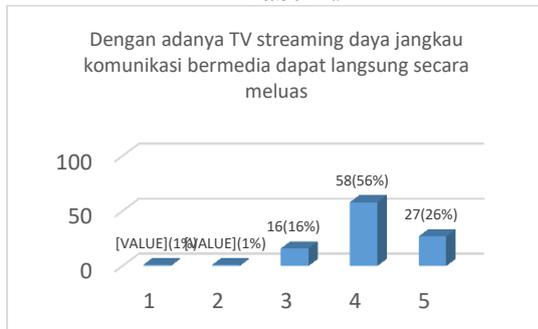


Sumber : Data Olahan

43% responden setuju bahwa dengan adanya TV streaming dapat menekan biaya produksi dan

17% sangat setuju, dilanjutkan dengan 27% netral, 10% tidak setuju dan 3% sangat tidak setuju .

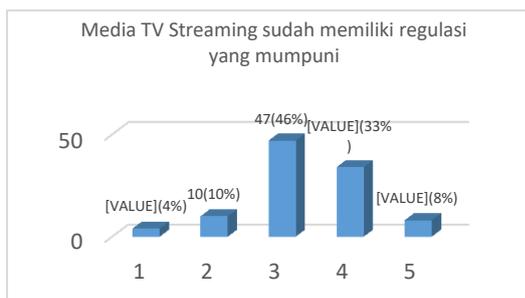
Tabel 4.9



Sumber : Data Olahan

56% responden setuju bahwa dengan adanya TV streaming daya jangkau komunikasi bermedia dapat langsung secara meluas dan 26% sangat setuju, dilanjutkan dengan 16% netral, 1% tidak setuju dan 1% sangat tidak setuju.

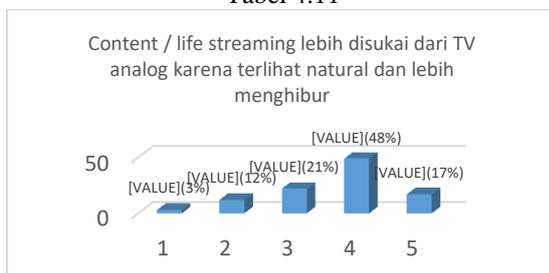
Tabel 4.10



Sumber : Data Olahan

46% responden menjawab ragu2 bahwa media streaming sudah memiliki regulasi yang mumpuni, 33 % setuju dan 8% sangat setuju, 10% tidak setuju dan 4% sangat tidak setuju

Tabel 4.11

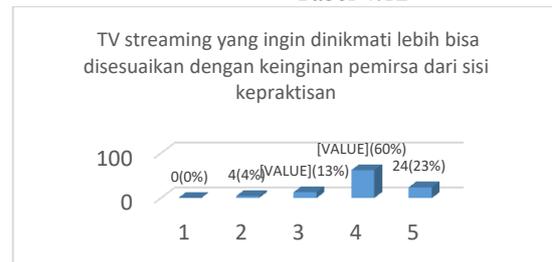


Sumber : Data Olahan

48% responden setuju bahwa content / life streaming lebih disukai dari TV analog karena terlihat natural dan lebih menghibur dan 17% sangat setuju, dilanjutkan dengan 21% netral,

12% tidak setuju dan 3% sangat tidak setuju.

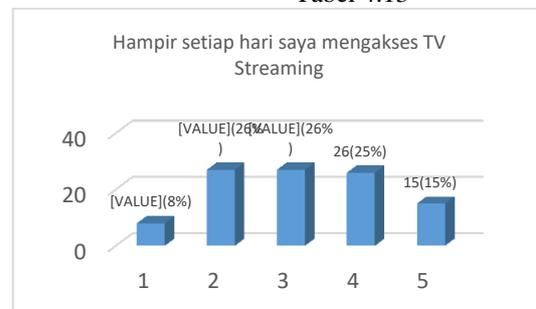
Tabel 4.12



Sumber : Data Olahan

60% responden setuju bahwa dengan TV streaming pemirsa dapat menyesuaikan sendiri keinginan content atau video yang ingin dinikmati dan 23% sangat setuju, dilanjutkan dengan 13% netral, 4% tidak setuju dan 0% sangat tidak setuju

Tabel 4.13



Sumber : Data Olahan

26% responden tidak setuju dan ragu2 hampir setiap hari mengakses TV streaming, 25% setuju dan 15% sangat setuju, 8% sangat tidak setuju .

Tabel 4.14

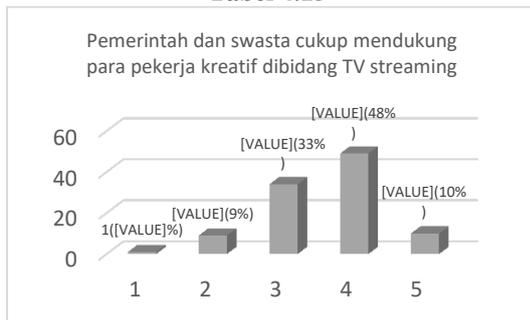


Sumber : Data Olahan

42% responden setuju bahwa menjadi pelaku TV Streaming adalah salah satu peluang masa depan yang menjanjikan , 25% sangat setuju, 29% ragu ragu, 4% tidak setuju, 0% yang menjawab sangat tidak setuju

Pertumbuhan Industri Kreatif

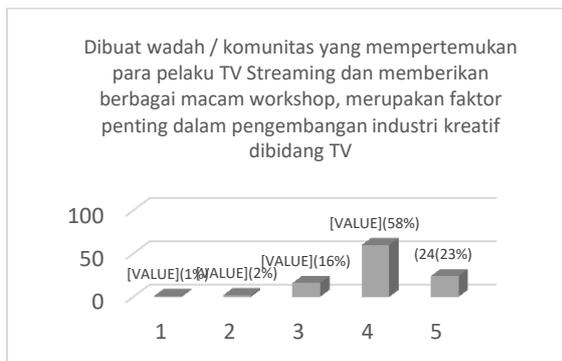
Tabel 4.15



Sumber : Data Olahan

48% responden setuju bahwa pemerintah dan swasta cukup mendukung para perkerja kreatif dibidang TV streaming, 10% sangat setuju, 33% ragu ragu, 9% tidak setuju, 1% yang menjawab sangat tidak setuju

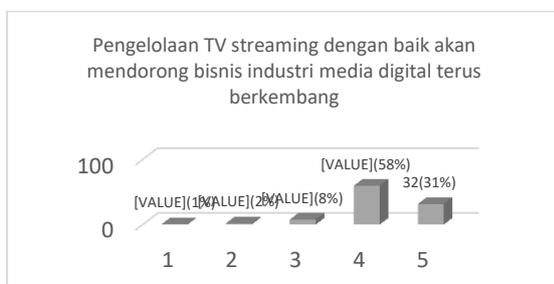
Tabel 4.16



Sumber : Data Olahan

58% responden setuju dibuat wadah / komunitas yang mempertemukan para pelaku TV streaming dan memberikan berbagai macam workshop, merupakan faktor penting dalam pengembangan industri kreatif dibidang TV , 23% sangat setuju, 16% ragu ragu, 2% tidak setuju, 1% yang menjawab sangat tidak setuju.

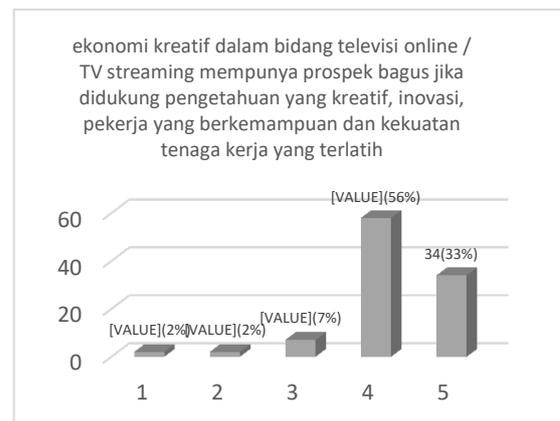
Tabel 4.17



Sumber : Data Olahan

58% responden setuju bahwa pengelolaan TV streaming dengan baik akan mendorong bisnis industri media digital terus berkembang , 31% sangat setuju, 8 % ragu ragu, 2% tidak setuju, 1% yang menjawab sangat tidak setuju.

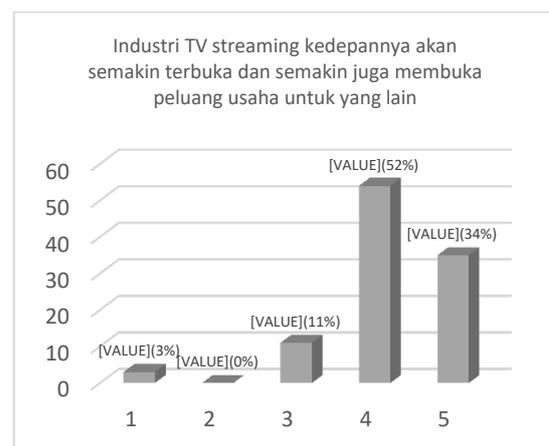
Tabel 4.18



Sumber : Data Olahan

56% responden setuju bahwa ekonomi kreatif dibidang televisi online / TV Streaming mempunyai prospek bagus jika didukung pengetahuan yang kreatif, inovasi, pekerja yang berkemampuan dan kekuatan tenaga kerja yang terlatih , 33% sangat setuju, 7 % ragu ragu, 2% tidak setuju, 2% yang menjawab sangat tidak setuju

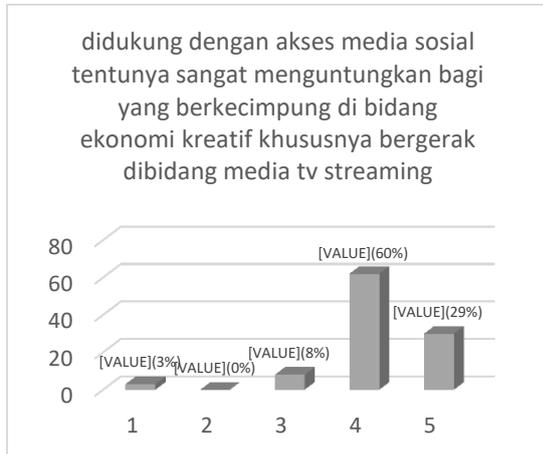
Tabel 4.19



Sumber : Data Olahan

52% responden setuju bahwa industri TV streaming kedepannya akan semakin terbuka dan semakin juga membuka peluang usaha untuk yang lain, 34% sangat setuju, 11% ragu ragu, 0% tidak setuju, 3% yang menjawab sangat tidak setuju

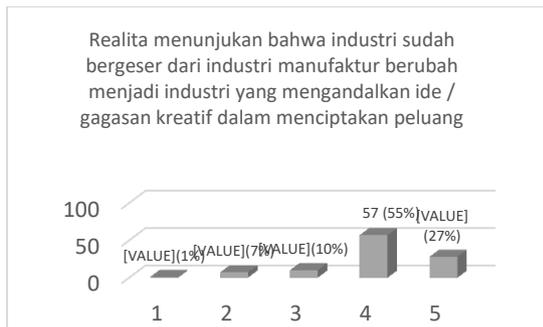
Tabel 4.20



Sumber : Data Olahan

60% responden setuju bahwa didukung dengan akses media sosial tentunya sangat menguntungkan bagi yang berkecimpung di bidang ekonomi kreatif khususnya bergerak dibidang media tv streaming, 29% sangat setuju, 8% ragu ragu, 0% tidak setuju, 3% yang menjawab sangat tidak setuju

Tabel 4.21

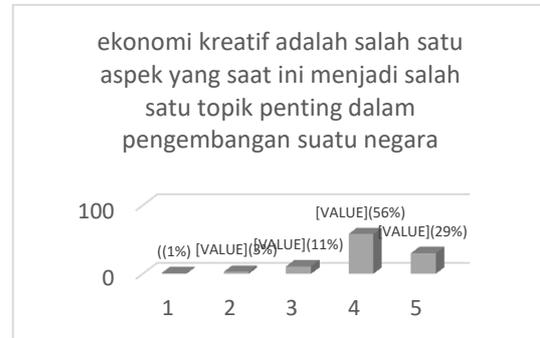


Sumber : Data Olahan

55% responden setuju bahwa realita industri sudah bergeser dari industri manufaktur berubah menjadi industri yang mengandalkan ide / gagasan kreatif dalam menciptakan peluang, 27% sangat

setuju, 10% ragu ragu, 7% tidak setuju, 1% yang menjawab sangat tidak setuju.

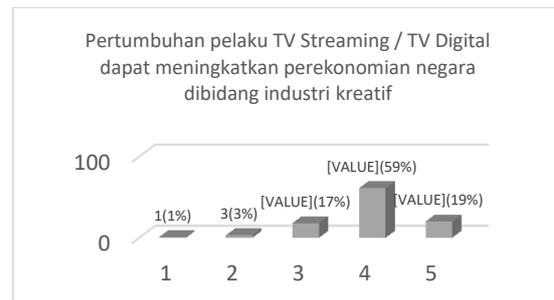
Tabel 4.22



Sumber : Data Olahan

56% responden setuju bahwa ekonomi kreatif adalah salah satu aspek yang saat ini menjadi salah satu topik penting dalam pengembangan suatu negara, 29% sangat setuju, 11% ragu ragu, 3% tidak setuju, 1% yang menjawab sangat tidak setuju.

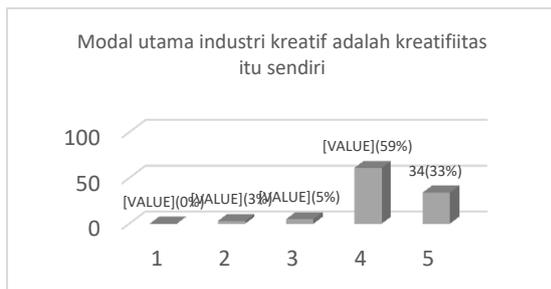
Tabel 4.23



Sumber : Data Olahan

59% responden setuju bahwa pertumbuhan pelaku TV streaming dapat meningkatkan perekonomian negara dibidang industri kreatif, 19% sangat setuju, 15% ragu ragu, 3% tidak setuju, 1% yang menjawab sangat tidak setuju

Tabel 4.24

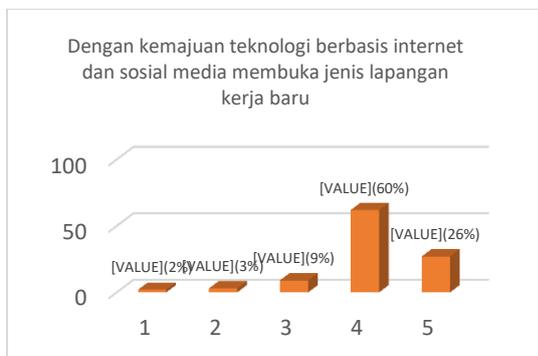


Sumber : Data Olahan

59% responden setuju bahwa modal utama industri kreatif adalah kreatifitas itu sendiri, 33% sangat setuju, 5 % ragu ragu, 3% tidak setuju, 0% yang menjawab sangat tidak setuju.

A.2.3. Penyerapan Tenaga Kerja

Tabel 4.25



Sumber : Data Olahan

60% responden setuju bahwa dengan kemajuan teknologi berbasis internet dan sosial media membuka jenis lapangan kerja baru,26% sangat setuju,9 % ragu ragu, 3% tidak setuju,2% yang menjawab sangat tidak setuju

Tabel 4.26



Sumber : Data Olahan

55% responden setuju bahwa indonesia memiliki sumberdaya manusia yang penting untuk pengembangan ekosistem TV Streaming ,20% sangat setuju,17 % ragu ragu, 6% tidak setuju,1% yang menjawab sangat tidak setuju.

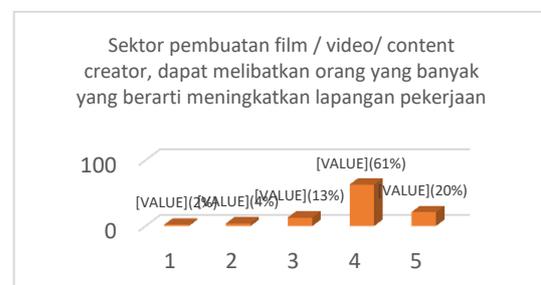
Tabel 4.27



Sumber : Data Olahan

55% responden setuju bahwa industri film dan televisi yang berbasis streaming TV telah banyak membuka lapangan pekerjaan baru disektor industri kreatif yang berimbas keuntungan sektor ekonomi yang tidak sedikit di indonesia ,19% sangat setuju,18% ragu ragu, 7% tidak setuju,0% yang menjawab sangat tidak setuju

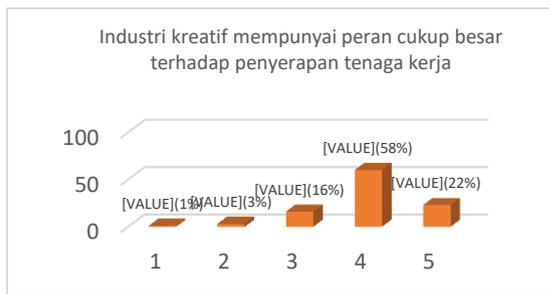
Tabel 4.28



Sumber : Data Olahan

61% responden setuju bahwa sektor pembuatan film / video / content creator melibatkan banyak orang berarti meningkatkan lapangan pekerjaan ,20% sangat setuju,13% ragu ragu, 4% tidak setuju,2% yang menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.29



Sumber : Data Olahan

58% responden setuju bahwa industri kreatif mempunyai peran cukup besar terhadap penyerapan tenaga kerja, 22% sangat setuju, 16% ragu ragu, 3% tidak setuju, 1% yang menjawab sangat tidak setuju.

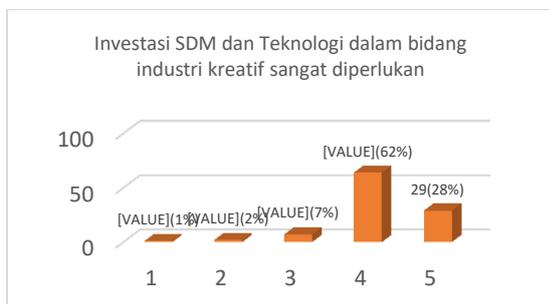
Tabel 4.30



Sumber : Data Olahan

57% responden setuju bahwa dengan industri kreatif kesempatan peluang penciptaan kesempatan / lapangan kerja lebih besar, 25% sangat setuju, 11% ragu ragu, 5% tidak setuju, 2% yang menjawab sangat tidak setuju

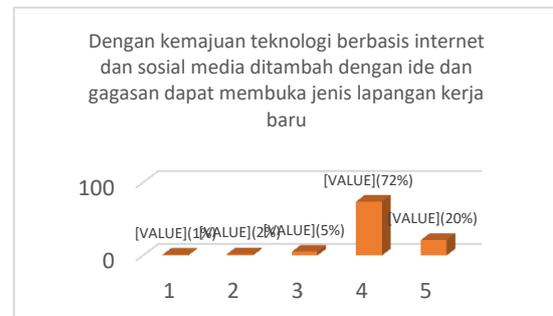
Tabel 4.31



Sumber : Data Olahan

62% responden setuju bahwa investasi SDM dan Teknologi dalam bidang industri kreatif sangat diperlukan, 28% sangat setuju, 7% ragu ragu, 2% tidak setuju, 1% yang menjawab sangat tidak setuju.

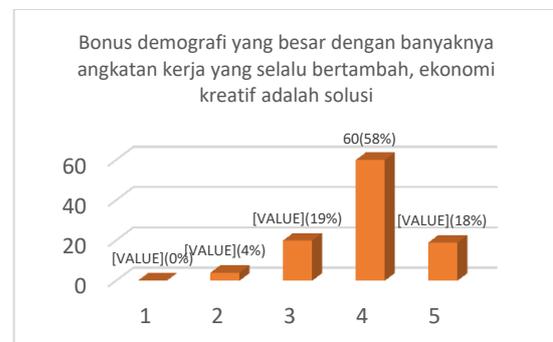
Tabel 4.32



Sumber : Data Olahan

72% responden setuju bahwa dengan kemajuan teknologi berbasis internet dan sosial media ditambah dengan ide dan gagasan dapat membuka jenis lapangan kerja baru, 20% sangat setuju, 5% ragu ragu, 2% tidak setuju, 1% yang menjawab sangat tidak setuju.

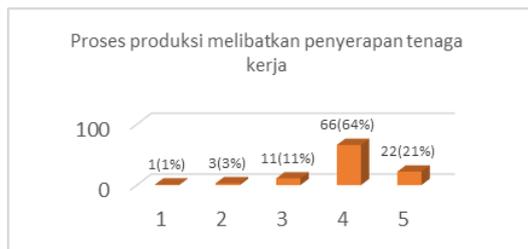
Tabel 4.33



Sumber : Data Olahan

58% responden setuju bahwa bonus demografi yang besar dengan banyaknya angkatan kerja yang selalu bertambah, ekonomi kreatif adalah solusi, 18% sangat setuju, 19% ragu ragu, 4% tidak setuju, 0% yang menjawab sangat tidak setuju

Tabel 4.34



Sumber : Data Olahan

64% responden setuju bahwa proses produksi melibatkan penyerapan tenaga kerja, 21% sangat setuju, 11% ragu ragu, 3% tidak setuju, 1% yang menjawab sangat tidak setuju.

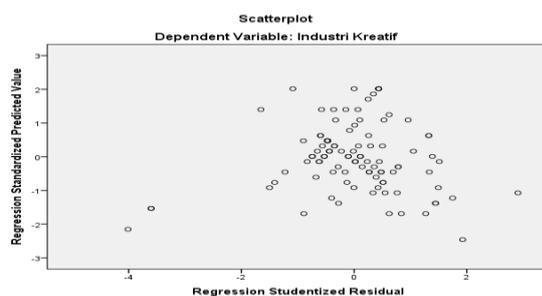
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

analisis data yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menggunakan analisis regresi sederhana, dan perhitungannya menggunakan program SPSS.

IV.1 Hasil Uji Hipotesis TV Streaming dan Ekonomi Kreatif

Sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu data dari TV Streaming, dan Ekonomi Kreatif akan dibuat plot dengan menggunakan SPSS.

Gambar 4.1

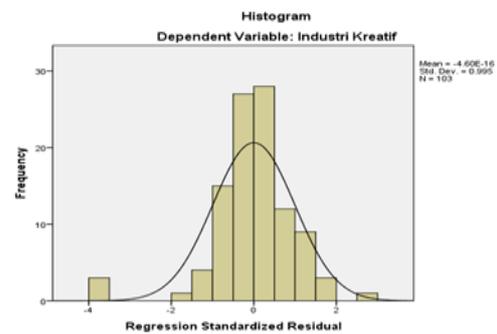


Berdasarkan gambar 4.1 . Menunjukkan data cenderung menyebar atau tidak membentuk pola tertentu yang menunjukkan bahwa tidak terjadinya situasi heterokedastisitas dalam model.

Dari hasil output, analisis yang dihasilkan adalah:

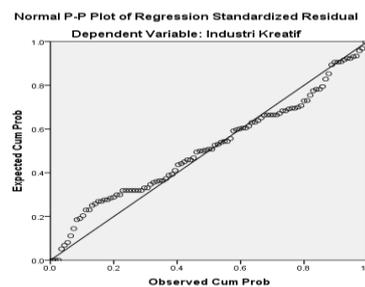
Tabel 4.35
Descriptive Statistic

Gambar 4.2



Gambar 4.2 Grafik ini menggambarkan kewnes (kemiringan distribusi data) dihasilkan kecenderungan distribusi data tersebut berbentuk lonceng yang simetris.

Grafik 4.1



a. Dependent Variable: Industri Kreatif

Grafik 4.1 Dari grafik terlihat titik-titik distribusi terletak di sekitar garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi industri ekonomi kreatif sesuai dengan distribusi uji.

	Mean	Std. deviation	N
Industri kreatif	40.4466	6.00282	103
TV Streaming	36.9320	6.47357	103

Rata rata pengaruh TV Streaming adalah 36.9320 dengan deviasi standar 6.47357. sedangkan rata rata pertumbuhan industri ekonomi kreatif 40.4466 dengan deviasi standar 6.00282.

Tabel 4.36
Correlations

		Industri Kreatif	TV Streaming
Pearson Correlation	Industri Kreatif	1.000	.623
	TV Streaming	.623	1.000
Sig. (1-tailed)	Industri Kreatif	.	.000
	TV Streaming	.000	.
N	Industri Kreatif	103	103
	TV Streaming	103	103

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TV Streaming ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Industri Kreatif
b. All requested variables entered.

Berdasarkan analisis pearson corelation koefisien korelasi antara pengaruh TV Streaming dan pertumbuhan industri kreatif adalah 0.623.

Tabel 4.37

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
				R Square Change	F Change
1	.623	.389	4.71661	.389	64.216

Model Summary^b

Model	Change Statistics			
	df1	df2	Sig. F Change	
1	1	101	.000	1.468

- a. Predictors: (Constant), TV Streaming
b. Dependent Variable: Industri Kreatif
Berdasarkan Output diatas diketahui R square 0.389 mengandung arti bahwa Pengaruh Media TV Streaming terhadap pertumbuhan Industri Ekonomi Kreatif adalah sebesar 38,9% sedangkan 61,1% pertumbuhan industri ekonomi kreatif dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4.38

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1428.572	1	1428.572	64.216	.000 ^b
Residual	2246.885	101	22.246		
Total	3675.456	102			

- a. Dependent Variable: Industri Kreatif
- b. Predictors: (Constant), TV Streaming

Berdasarkan output ANOVA diatas diketahui nilai F hitung 64.216 sedangkan nilai F tabel dapat diperoleh dengan menggunakan tabel F dengan derajat bebas (df) Residual (sisa) yaitu 101 dengan df penyebut dan df Regresion (perlakuan) yaitu 1 sebagai df pembilang dengan taraf signifikan 0,05, sehingga diperoleh F tabel yaitu 3,94 karena F hitung 64.216 > dari F tabel yaitu 3.94 maka H0 ditolak. Berdasarkan nilai SIgnifikan (sig) sebesar 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima .

Tabel 4.39
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.096	2.705		7.061	.000
TV Streaming	.578	.072	.623	8.013	.000

Coefficients^a

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
TV Streaming	.623	.623	.623	1.000	1.000

- a. Dependent Variable: Industri Kreatif
 Karena nilai koefisien regresi bernilai positif (+), didapat persamaan regresi $Y = 19,096 + 0,578X$, berdasarkan output diatas :
- a. Angka konstan pada unstandardized coefficients. dalam kasus ini nilainya sebesar

19.096. angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Media TV Streaming (X) maka pertumbuhan industri ekonomi kreatif (Y) adalah sebesar 19.096.

- b. Angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0.578. mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% TV Streaming (X) maka pertumbuhan industri ekonomi kreatif (Y) akan meningkat sebesar 0,578

Diketahui tingkat signifikansi (sig.) sebesar 0.000 < dari probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima.

Berdasarkan output diatas diketahui t hitung sebesar 8.013. karena t hitung sudah ditemukan maka dicari nilai t tabel. Adapun rumus mencari nilai t tabel adalah:

$$\text{Nilai } a/2 = 0,05 / 2 = 0,025$$

$$\text{Derajat kebebasan (df)} = n - 2 = 102 - 2 = 100$$

Nilai 0,025 ; 100 dilihat pada distribusi nilai t tabel 1.98

Karena t hitung 8.013 > lebih besar dari 1.98397, sehingga dapat disimpulkan H0 di tolak dan H1 diterima.

Tabel 4.40

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigen value	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	TV Streaming
1	1	1.985	1.000	.01	.01
	2	.015	11.552	.99	.99

- a. Dependent Variable: Industri Kreatif

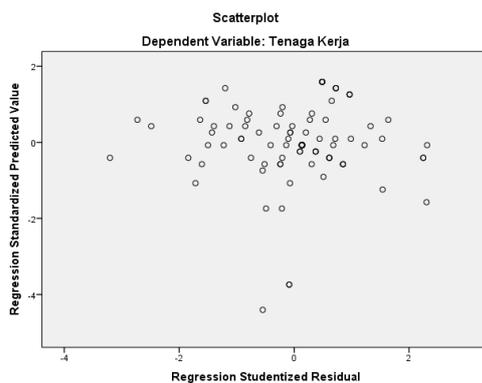
Tabel Collinearity Diagnostics merupakan tabel untuk mendeteksi adanya multikolinearitas. Karena pada analisis ini melakukan analisis regresi sederhana dimana hanya terdapat satu variabel independen, maka pendeteksian adanya gejala

multikolinearitas hanya akan membuang waktu karena jumlah variabel independennya hanya satu.

IV.2 Hasil Hipotesis Industri Kreatif Terhadap Penyerapan Tenaga kerja

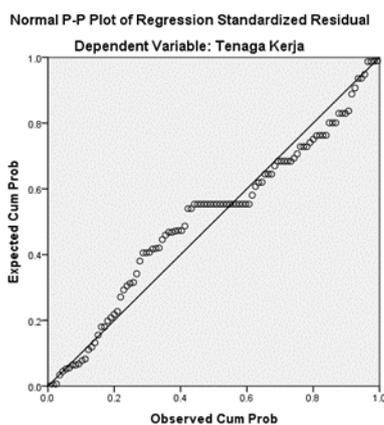
Sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu data dari Industri ekonomi Kreatif, dan Penyerapan Tenaga Kerja akan dibuat plot untuk melihat keadaan data dari variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut;

Gambar 4.3



Berdasarkan Gambar 4.4 menggambarkan kewnes (kemiringan distribusi data) kecenderungan distribusi data tersebut berbentuk lonceng yang simetris, sehingga dapat dikatakan distribusi data membentuk distribusi normal.

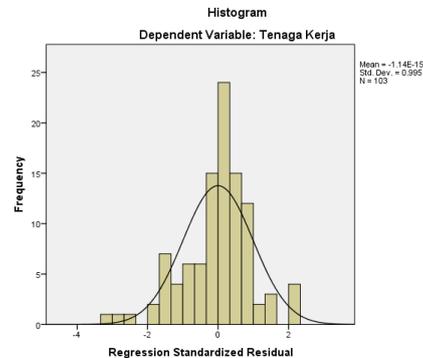
Grafik 4.2



Gambar 4.2 Dari grafik terlihat titik-titik distribusi terletak di sekitar garis lurus, sehingga dapat

Berdasarkan gambar 4.3. Dari plot yang didapat, menunjukkan data cenderung menyebar atau tidak membentuk pola tertentu yang menunjukkan bahwa tidak terjadinya situasi heterokedastisitas dalam model

Gambar 4.4



disimpulkan bahwa distribusi frekuensi penyerapan tenaga kerja sesuai dengan distribusi uji. Dengan kondisi demikian maka kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa penyebaran penyerapan tenaga kerja mengikuti distribusi normal

Dari hasil output, analisis yang dihasilkan adalah:

Tabel 4.41

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kesempatan Kerja	39.8932	6.39840	103
Industri Kreatif	40.4466	6.00282	103

Rata rata pertumbuhan Industri Kreatif adalah 40.4466 dengan deviasi standar 6.00282. sedangkan rata rata pertumbuhan kesempatan kerja 39.8932 dengan deviasi standar 6.39840.

Tabel 4.42

Correlations

		Kesempatan Kerja	Industri Kreatif
Pearson Correlation	Kesempatan Kerja	1.000	.819
	Industri Kreatif	.819	1.000
Sig. (1-tailed)	Kesempatan Kerja	.	.000
	Industri Kreatif	.000	.
N	Kesempatan Kerja	103	103
	Industri Kreatif	103	103

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Industri Kreatif ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kesempatan Kerja

b. All requested variables entered.

Koefisien korelasi antara pengaruh pertumbuhan industri kreatif dan pertumbuhan kesempatan kerja adalah 0.819.

Tabel 4.43

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	.819	.671	.668	3.68867	.671	205.904

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2801.590	1	2801.590	205.904	.000 ^b
Residual	1374.236	101	13.606		
Total	4175.825	102			

Model Summary^b

Model	Change Statistics			
	df1	df2	Sig. F Change	
1	1	101	.000	1.371

a. Predictors: (Constant), Industri Kreatif

b. Dependent Variable: Kesempatan Kerja

Dari output diatas diketahui R square 67,1 nilai ini mengandung arti bahwa industri ekonomi kreatif dampaknya terhadap kesempatan kerja adalah sebesar 67,1% sedangkan 32,9% pertumbuhan industri ekonomi kreatif dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4.44

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2801.590	1	2801.590	205.904	.000 ^b
Residual	1374.236	101	13.606		
Total	4175.825	102			

a. Dependent Variable: Kesempatan Kerja

b. Predictors: (Constant), Industri Kreatif

Berdasarkan output ANOVA diatas diketahui nilai F hitung 205.904 sedangkan nilai F tabel dapat diperoleh dengan menggunakan tabel F dengan derajat bebas (df) Residual (sisa) yaitu 101 sebagai df penyebut dan df Regresion (perlakuan) yaitu 1 sebagai df pembilang dengan taraf signifikan 0,05, sehingga diperoleh nilai F tabel yaitu 3,94 Karena F hitung 205.904 > dari F tabel yaitu 3.94 maka H0

ditolak. Berdasarkan nilai Signifikan (sig) sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima

Tabel 4.45

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.581	2.488		1.841	.068
	Industri Kreatif	.873	.061	.819	14.349	.000

Coefficients^a

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Industri Kreatif	.819	.819	.819	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kesempatan Kerja

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif (+), didapat persamaan regresi $Y = 4,581 + 0,873X$, berdasarkan output diatas :

a. Angka konstan pada unstandardized coefficients dalam kasus ini nilainya sebesar 4.581. mengandung arti bahwa jika tidak ada pertumbuhan industri ekonomi kreatif (X) maka Penyerapan Tenaga Kerja (Y) adalah sebesar 4.581.

b. Angka koefisien regresi nilainya sebesar 0.873. mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% industri ekonomi kreatif (X) maka penyerapan tenaga kerja (Y) akan meningkat sebesar 0,873

Berdasarkan output diatas diketahui tingkat signifikansi (sig.) sebesar $0.000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Berdasarkan output diatas diketahui t hitung sebesar 14.349. karena t hitung sudah ditemukan maka dicari nilai t tabel. Adapun rumus mencari nilai t tabel adalah:

$$\text{Nilai } a/2 = 0,05 / 2 = 0,025$$

$$\text{Derajat kebebasan (df)} = n - 2 = 102 - 2 = 100$$

Nilai 0,025 ; 100 dilihat pada distribusi nilai t tabel 1.98

Karena t hitung $14.349 > 1.98397$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.46

Collinearity Diagnostics^a

Mo	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Industri Kreatif
1	1	1.989	1.000	.01	.01
	2	.011	13.615	.99	.99

a. Dependent Variable: Kesempatan Kerja

Tabel Collinearity Diagnostics merupakan tabel untuk mendeteksi adanya multikolinearitas. Karena pada analisis ini melakukan analisis regresi sederhana dimana hanya terdapat satu variabel independen, maka pendeteksian adanya gejala multikolinearitas hanya akan membuang waktu karena jumlah variabel independennya hanya satu.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data karakteristik responden, analisis data dan uji hipotesis diperoleh informasi bahwa :

Paling banyak responden pelaku dan pengguna TV Streaming adalah usia produktif, laki laki. Dan rata rata berpendidikan S1 dengan range pendapatan 3 jt – 10 jt per bulan, dapat dideskripsikan hasil jawaban dan diperoleh informasi bahwa :

1. dengan adanya tv streaming, didukung dengan teknologi digital dan media sosial dengan daya jangkau berkomunikasi yang lebih luas, terjadi pergeseran perilaku sebagian besar responden dari segi praktis dan fleksibilitas dalam memilih chanel, yang dapat disesuaikan dengan keinginan pengguna TV yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja

disamping daya jangkau televisi analog yang terbatas dan mulai ditinggalkan responden beralih ke TV streaming. Content / life streaming lebih disukai karena terlihat natural dan lebih menghibur. terdapat perbedaan tipis pemahaman responden dari sisi mudah dan murah nya penggunaan TV streaming. Responden memahami bahwa biaya produksi film dan televisi dapat ditekan dengan adanya teknologi digital streaming TV

Sebagian besar responden belum memahami tentang regulasi dan peraturan mengenai penggunaan streaming TV apakah sudah ada peraturan yg membawahnya, perlindungan sebagai pelaku ataupun pengguna dan lainnya yang berhubungan dengan regulasi. TV streaming sudah menjadi gaya hidup dimana sebagian besar responden mengakses TV streaming hampir setiap hari dan responden memahami peluang dimasa depan dengan menjadi pelaku TV streaming .

2. responden cukup terinformasi bahwa pemerintah dan swasta mendukung para pekerja kreatif dibidang TV streaming. pengelolaan yang baik sangat penting untuk mendorong keberlangsungan bisnis industri media digital terus berkembang. Disamping dukungan pengetahuan yang kreatif, inovasi, pekerja yang berkemampuan dan kekuatan tenaga kerja yang terlatih, dibuat juga wadah komunitas / untuk berkumpul dengan mempertemukan para pelaku TV streaming dengan profesi sama untuk saling mendukung dan berbagi dengan memberikan berbagai macam workshop. Peluang kerja / usaha baru akan terbuka dalam jangka panjang , dengan internet of things didukung akses media sosial yang cepat akan sangat menguntungkan perkembangan industri kreatif. Tidak dapat dibantahkan Realita industri sudah bergeser dari industri manufaktur berubah menjadi industri yang mengandalkan ide / gagasan kreatif dalam menciptakan peluang. Dimana pertumbuhan pelaku ekonomi kreatif di bidang TV Streaming dengan bermodal utama kreatifitas itu sendiri adalah salah satu aspek dan topik penting dalam pengembangan dan peningkatan perekonomian negara.

3. dengan kemajuan teknologi berbasis internet dan sosial media , ditambah dengan ide dan gagasan telah membuka jenis lapangan kerja baru disektor industri kreatif, dimana kesempatan peluang penciptaan kesempatan / lapangan kerja lebih besar diantaranya, sektor pembuatan film / video / content creator . proses produksi melibatkan penyerapan tenaga kerja dimana indonesia memiliki sumberdaya manusia yang penting untuk pengembangan ekosistem TV Streaming. bonus demografi yang besar dengan banyaknya angkatan kerja yang selalu bertambah, ekonomi kreatif adalah solusi. Responden sudah memahami bahwa industri kreatif mempunyai peran cukup besar terhadap penyerapan tenaga kerja yang berimbang keuntungan sektor ekonomi yang tidak sedikit bagi negara . investasi SDM dan Teknologi dalam bidang industri kreatif sangat diperlukan.

4. Uji Hipotesis 1 TV Streaming dan Ekonomi Kreatif

- a. Dari hasil uji klasik, data cenderung menyebar atau tidak membentuk pola tertentu yang menunjukkan bahwa tidak terjadinya situasi heterokedastisitas . Grafik histogram menunjukkan kecenderungan distribusi data tersebut berbentuk lonceng yang simetris sedangkan Grafik pp plots yang menggambarkan distribusi frekuensi dari pertumbuhan industri ekonomi kreatif terlihat titik-titik distribusi terletak di sekitar garis lurus, Dengan kondisi demikian dapat dikatakan distribusi data membentuk distribusi normal. sehingga data yang dikumpulkan dapat dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi sederhana.
- b. Pengaruh Media TV Streaming terhadap pertumbuhan Industri Ekonomi Kreatif adalah sebesar 38,9% (R square) sedangkan 61,1% pertumbuhan industri ekonomi kreatif dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti , hubungan korelasi yang terjadi antara TV Streaming dan pertumbuhan industri kreatif adalah relatif kuat
- c. F hitung 64.216 > dari F tabel yaitu 3.94 maka H0 ditolak. Dengan nilai Signifikan (sig) sebesar 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima “ terdapat Pengaruh Media TV Streaming (X) terhadap pertumbuhan Industri Ekonomi Kreatif (Y)” Dari Koefisien regresi yang didapat $Y = 19,096 + 0,578X$
 - a. mempunyai arti bahwa jika tidak ada Media TV Streaming (X) maka

- pertumbuhan industri ekonomi kreatif (Y) adalah sebesar 19.096.
- b. mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% TV Streaming (X) makan pertumbuhan industri ekonomi kreatif (Y) akan meningkat sebesar 0,578 dapat dikatakan bahwa pertumbuhan media TV streaming (X) berpengaruh positif terhadap pertumbuhan industri ekonomi kreatif (Y).
- d. Dengan tingkat signifikansi (sig.) sebesar 0.000 < dari probabilitas 0,05, sehingga disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti bahwa “ada pengaruh Pengaruh Media TV Streaming (X) terhadap pertumbuhan Industri Ekonomi Kreatif (Y)”
- e. Karena t hitung 8.013 > lebih besar dari 1.98397, sehingga dapat disimpulkan H0 di tolak dan H1 diterima yang berarti bahwa “ada pengaruh Pengaruh Media TV Streaming (X) terhadap pertumbuhan Industri Ekonomi Kreatif (Y)”

5. Hipotesis 2 Industri Kreatif Terhadap Penyerapan Tenaga kerja

- a. Dari hasil uji klasik, data cenderung menyebar atau tidak membentuk pola tertentu yang menunjukkan bahwa tidak terjadinya situasi heterokedastisitas dalam model. Grafik histogram menunjukkan kecenderungan distribusi data tersebut berbentuk lonceng yang simetris sedangkan Grafik pp plots yang menggambarkan distribusi frekuensi dari pertumbuhan industri ekonomi kreatif terlihat titik-titik distribusi terletak di sekitar garis lurus, Dengan kondisi demikian dapat dikatakan distribusi data membentuk distribusi normal. sehingga data yang dikumpulkan dapat dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi sederhana.
- b. bahwa industri ekonomi kreatif dampaknya terhadap kesempatan kerja adalah sebesar 67,1% (R square) sedangkan 32,9% kesempatan kerja dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. hubungan korelasi yang terjadi antara pertumbuhan industri kreatif dan pertumbuhan kesempatan kerja adalah relatif kuat
- c. F hitung 205.904 > dari F tabel yaitu 3.94 maka H0 ditolak. dengan nilai Signifikan (sig) sebesar 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan H2 diterima “ada pengaruh pertumbuhan

Industri Ekonomi Kreatif (X) terhadap penyerapan tenaga kerja (Y)” dari koefisien regresi yang didapat $Y = 4,581 + 0,873X$

- a. mempunyai arti bahwa jika tidak ada pertumbuhan industri ekonomi kreatif (X) maka Penyerapan Tenaga Kerja (Y) adalah sebesar 4.581.
- b. mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% industri ekonomi kreatif (X) maka penyerapan tenaga kerja (Y) akan meningkat sebesar 0,873 dapat dikatakan bahwa pertumbuhan industri ekonomi kreatif (X) berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penyerapan tenaga kerja (Y).
- c. Dengan tingkat signifikansi (sig.) sebesar 0.000 < dari probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan H0 ditolak dan H2 diterima, yang berarti bahwa “ada pengaruh Pengaruh pertumbuhan industri ekonomi kreatif (X) terhadap penyerapan tenaga kerja (Y)”
- d. Karena t hitung 14.349 > lebih besar dari 1.98397, sehingga dapat disimpulkan H0 di tolak dan Ha diterima yang berarti bahwa “ada pengaruh Pertumbuhan ekonomi industri kreatif (X) terhadap penyerapan tenaga kerja (Y)”

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terjadi pergeseran perilaku konsumen dalam hal menikmati siaran televisi, dari monolog dimana pemirsa harus mengikuti jadwal tayang yang di siapkan oleh stasiun TV yang menyelenggarakan dan hanya dapat melihat di satu tempat saja. Menjadi penikmat TV streaming dimana konsumen bisa memutuskan sendiri tayangan, tempat dan melalui media apa konsumen akan menikmati tayangan.
2. terdapat perbedaan tipis pemahaman responden dari sisi mudah dan murahnya penggunaan TV streaming. Responden memahami bahwa biaya produksi film dan televisi dapat ditekan dengan adanya teknologi digital streaming TV
3. Sebagian besar responden belum memahami tentang regulasi dan peraturan mengenai penggunaan streaming
4. Melalui analisis regresi sederhana hubungan korelasi yang terjadi sesuai dengan hipotesis

yaitu terdapat pengaruh yang signifikan TV Streaming terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif. yang berarti jumlah penggiat TV Streaming yang semakin bertambah berpengaruh terhadap pertumbuhan Industri Kreatif

5. Melalui analisis regresi sederhana hubungan korelasi yang terjadi sesuai dengan hipotesis yaitu terdapat pengaruh yang signifikan pelaku industri ekonomi kreatif terhadap penyerapan tenaga kerja yang berarti bahwa semakin banyak pelaku industri kreatif semakin besar peluang penyerapan tenaga kerja.

B. Saran

1. investasi SDM dan Teknologi dalam bidang industri kreatif sangat diperlukan. Dengan dibuat wadah komunitas / untuk berkumpul dengan mempertemukan para pelaku TV streaming dengan profesi sama untuk saling mendukung dan berbagi dengan memberikan berbagai macam workshop.
2. Diperlukan analisa lanjutan terkait biaya kuota , bandwidth, kelistrikan dan biaya lainnya yang berhubungan dengan biaya penggunaan dari sisi operasional pemakaian streaming TV
3. Perlu dibuat dan mensosialisasikan peraturan dan regulasi yg membawahi Industri Kreatif dibidang TV Streaming, dan perlindungan sebagai pelaku ataupun pengguna.

[5] Mahameruaji JN, Puspitasari L, Rosfiantika E, Rahmawan D. (2018) .Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia. J ILMU Komun.;15(1):61–74.

[6] Nugroho PS, Cahyadin M. (2011) Analisis Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia. Fak Ekon Unviversitas Negeri Semarang.;

[7] Prahara RS, Jamil AS. (2018). Konsep Pembelajaran Ekonomi Berbasis Ekonomi Kreatif. Indones Interdiscip J Sharia Econ.

[8] Sugiyono.(2017) .Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In: Metodologi Penelitian

[9] SPSS. (2005). *SPSS* (Version 14.0) [Computer software]. Chicago-Illinois: SPSS, Inc.

[10] <https://erikusnadi.com/2009/12/12/analisis-regresi-dengan-spss/>, unduh tgl 28 agustus 2020

[11] <https://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-analisis-regresi-linear-sederhana.html>, unduh tgl 29 agustus 2020

REFERENSI

- [1] departemen for culture media and sport (DCMS). (2008). Creative Britain: New Talents for the New Economy. departemen for culture, media and sport (DCMS);
- [2] Jerusalem MA. (2009) Perancangan Industri Kreatif Bidang Fashion dengan Pendekatan Benchmarking pada Queensland’s Creative Industry. In: Prosiding Seminar Nasional Program Studi Teknik Busana .
- [3] Indonesia DPR. (2008).Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Dep Perdagangan Republik Indones.;
- [4] 1945 U. (2003) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang. Undang No

13.;