



PERAN HIPSTER DALAM STARTUP GOPARTTIME

Silvana Ayu Ningsih¹, Dion Eriend²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Dharma Andalas

E-mail: ¹ nanasilvanaayu@gmail.com, ² dioneriend@gmail.com

A B S T R A K

Laporan ini membahas peran *hipster* dalam perusahaan rintisan *GoParttime*, yang bertujuan untuk menghubungkan para pencari kerja paruh waktu dengan para pemberi kerja melalui platform digital. Studi ini menyoroti pentingnya teknologi digital dalam mengubah dinamika kerja dan menciptakan peluang kerja yang fleksibel, khususnya bagi kaum muda di Indonesia. Studi ini membahas tantangan yang dihadapi oleh para pekerja paruh waktu dalam menemukan platform yang andal dan solusi inovatif yang ditawarkan oleh *GoParttime*, yang muncul dari inisiatif Gerakan Nasional 1000 Perusahaan Rintisan Digital. Laporan ini menekankan pentingnya peran *hipster* dalam desain, pencitraan merek, dan pengalaman pengguna, dengan mengaitkannya dengan teori komunikasi seperti Teori Model 5W Laswell dan Difusi Inovasi. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa tim yang seimbang yang terdiri dari para pekerja keras, *hipster*, dan peretas sangat penting bagi keberhasilan perusahaan rintisan. Laporan ini diakhiri dengan rekomendasi bagi para pendiri masa depan dan ekosistem perusahaan rintisan, dengan menekankan perlunya komunikasi yang jelas dan bimbingan yang efektif.

Kata Kunci: *Hipster*, *GoParttime*, Komunikasi

A B S T R A C T

This report examines the role of hipsters in startup GoParttime, which aims to connect freelancers with employers through a digital platform. The study highlights the importance of digital technology in changing work dynamics and creating flexible work opportunities, especially for young people in Indonesia. The study discusses the challenges faced by freelancers in finding a reliable platform and the innovative solutions offered by GoParttime, which emerged from the National Movement of 1000 Digital Startups initiative. The report emphasizes the importance of hipsters in design, branding, and user experience, linking them to communication theories such as Laswell's 5W Model Theory and Diffusion of Innovation. The findings suggest that a balanced team of hard workers, hipsters, and hackers is crucial to the success of startups. The report concludes with recommendations for future founders and the startup ecosystem, emphasizing the need for clear communication and effective mentorship.

Keywords: *Hipster*, *GoParttime*, Communication

Article History

Received: Mei 2025

Reviewed: Mei 2025

Published: Mei 2025

Plagiarism Checker No
234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Kohesi.v1i12.365

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



PENDAHULUAN

Dalam *Journal of Economics and Business* menjelaskan teknologi digital memainkan peran penting dalam mengubah cara kita berinteraksi, mengakses internet, transformasi bisnis, pendidikan dan pembelajaran, inovasi teknologi, ekonomi digital dan pengaruh sosial. Di sisi lain, era digital juga membawa peluang baru dalam dunia kerja. Perusahaan yang mampu memanfaatkan teknologi dengan efektif dan efisien dapat mengembangkan model bisnis baru, menciptakan lapangan kerja baru, dan memperluas segmentasi pasar. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam dunia kerja, khususnya dalam model kerja fleksibel. Teknologi digital berdampak pada tata cara kerja, jenis pekerjaan, tempat kerja dan sistem pekerjaan. Era digital membuka peluang baru untuk menciptakan pekerjaan yang fleksibel sebagai tambahan penghasilan ataupun untuk mengatur keseimbangan kehidupan pribadi dan profesional.

Perkembangan digital mendorong berbagai inovasi dalam setiap aspek untuk menghadirkan solusi yang lebih efektif terhadap permasalahan yang dilihat. Perkembangan *startup* di Indonesia saat ini sudah pesat, hal ini didukung juga oleh penggunaan internet yang semakin banyak. GoodStats mencatat 185,3 juta pengguna

internet di Indonesia pada tahun 2024. Hal ini tentu menjadi peluang bagi para perusahaan rintisan untuk mengembangkan ide-ide baru kreatif dan inovatif. Di Indonesia sendiri pemerintah menyadari bagaimana pesatnya perkembangan *startup* rintisan, sehingga pemerintah melalui Kominfo membuat sebuah program Gerakan Nasional 1000 *Startup* Digital untuk menjaga ekosistem *startup* Indonesia dan menciptakan *startup-startup* baru di seluruh wilayah Indonesia.

GoParttime juga merupakan salah satu *startup* yang lahir dari program Gerakan Nasional 1000 *Startup* Digital ini melalui Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka. Program ini bertujuan untuk menumbuhkan *startup* baru dan menjadi lapangan pekerjaan baru bagi generasi muda. Program Gerakan Nasional 1000 *Startup* Digital ini membimbing setiap anggotanya dalam membangun sebuah *startup*.

Di sisi lain, banyak perusahaan, terutama usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), yang menghadapi kebutuhan tenaga kerja fleksibel untuk proyek-proyek jangka pendek tanpa harus melalui proses rekrutmen yang panjang, rumit serta mengeluarkan biaya yang kecil. Permintaan akan pekerja *part-time*, *freelance*, dan pekerja lepas terus meningkat seiring dengan kebutuhan akan tenaga kerja yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan bisnis yang dinamis.

Namun, hingga saat ini masih terdapat kesenjangan dalam akses dan ketersediaan *platform* yang dapat mempertemukan pekerja paruh waktu dengan pemberi kerja secara cepat, aman, dan efisien. Banyak pencari kerja *part-time* yang kesulitan menemukan peluang yang sesuai dengan keterampilan mereka, sementara perusahaan sering menghadapi tantangan dalam mencari tenaga kerja yang dapat memenuhi kebutuhan spesifik mereka dalam waktu singkat.

Menurut laporan McKinsey (2016), *platform* bakat digital berpotensi mengurangi pengangguran dan meningkatkan produktivitas perusahaan hingga 9%, tetapi ini memerlukan pengembangan lebih lanjut dalam akses internet dan regulasi pasar tenaga kerja yang mendukung. Sementara itu, laporan ILO "*Digital Labour Platforms and the Future of Work*" (2018), ILO membahas bahwa banyak pekerja di platform digital menghadapi tantangan berupa ketidaksesuaian keterampilan dengan kebutuhan pekerjaan yang tersedia. Hal ini sering terjadi karena kurangnya transparansi dan pengelompokan keterampilan yang efektif pada platform.

Melihat hal ini, *GoParttime* hadir sebagai solusi inovatif yang menghubungkan pekerja paruh waktu dengan pemberi kerja melalui platform digital dengan mengintegrasikan pencocokan berbasis keterampilan yang lebih akurat dengan memanfaatkan teknologi. *GoParttime* berkomitmen untuk menyediakan akses yang mudah bagi pencari kerja paruh waktu, serta menawarkan solusi tenaga kerja yang tepat dan cepat bagi perusahaan. Meskipun



saat ini *GoParttime* belum memiliki platform berbasis website atau aplikasi, namun kami memiliki visi untuk menjadi platform terkemuka yang membantu menghubungkan pencari kerja dan pemberi kerja paruh waktu melalui teknologi digital yang efisien, modern dan akurat. Berfokus pada pengembangan jaringan dan riset kebutuhan pasar. Meskipun saat ini *GoParttime* belum memiliki platform berbasis website dan aplikasi, *GoParttime* telah memulai langkah awal dengan membangun media digital melalui instagram sebagai sarana utama untuk menghubungkan pencari kerja dan pemberi kerja dan menggunakan instagram sebagai media promosi lowongan pekerjaan paruh waktu.

Dalam langkah awal pembentukan *startup* rintisan *GoParttime* ini terdiri dari kombinasi tim dengan tiga peran utama, yaitu *hustler* (fokus pada bisnis), *hacker* (fokus teknologi) dan *hipster* (fokus kreativitas dan desain). Dalam *The Science of Startups: The Impact of Founder Personalities on Company Success* membahas bahwa *startup* yang sukses sering kali didirikan oleh tim dengan peran yang seimbang, *Hustler*, *Hipster*, dan *Hacker*.

Hipster dalam *startup* memiliki keterkaitan yang erat dengan bidang ilmu komunikasi, terutama dalam hal kreativitas, *branding*, desain dan strategi komunikasi. *Hipster* memiliki tanggungjawab untuk mempengaruhi audiens atau user nya untuk percaya dan yakin dengan layanan yang ditawarkan. Untuk meyakinkan audiens atau *user*, *hipster* memerlukan strategi komunikasi yang tepat dan efisien.

Dalam ilmu komunikasi, *hipster* sering berperan sebagai kreator pesan yang bertugas merancang komunikasi yang menarik dan kreatif. Dengan latar belakang dibidang seni, desain, atau pemasaran, mereka menghasilkan elemen visual, narasi, dan pengalaman yang sesuai dengan audiens target. Hal ini relevan dengan teori komunikasi seperti Model Laswell, yang menekankan pentingnya elemen *Says What* dan *To Whom*. Pesan yang disampaikan oleh *hipster*, seperti desain visual yang khas atau konten media sosial, membantu meningkatkan daya tarik komunikasi dan memastikan pesan sampai dengan efektif.

Kreativitas *hipster* juga relevan dengan teori *Diffusion of Innovation* (Everett Rogers), yang menekankan peran inovasi dalam menyebarkan ide baru kepada masyarakat. Dalam konteks ini, *hipster* bertugas membuat komunikasi yang mampu menarik perhatian kelompok *early adopters*. Misalnya, mereka menggunakan visual yang unik, gaya komunikasi yang modern, atau strategi pemasaran yang inovatif untuk memperkenalkan layanan atau produk. Keterampilan ini membantu mengatasi tantangan dalam menarik audiens yang skeptis terhadap solusi baru, seperti yang sering terjadi pada *startup*.

Ilmu komunikasi menekankan pentingnya *branding* dan *positioning* dalam membangun identitas sebuah perusahaan. *Hipster* memainkan peran vital dalam proses ini dengan menciptakan elemen visual dan narasi yang konsisten di berbagai saluran komunikasi. Mereka memanfaatkan teori komunikasi visual untuk memperkuat daya tarik *brand*, memastikan keselarasan antara pesan yang disampaikan dan ekspektasi audiens. Dalam kasus *GoParttime*, *hipster* dapat merancang kampanye kreatif untuk meningkatkan kepercayaan audiens terhadap *platform*, sekaligus memposisikan *startup* sebagai solusi modern untuk pekerjaan paruh waktu.

KAJIAN TEORI

Dalam era digital yang kompetitif, relevansi *Three H Framework* dengan buku *the lean startup* (2011) Eric Ries, *startup* tidak hanya dituntut untuk memiliki produk yang inovatif secara teknologi (*hacker*) dan model bisnis (*hustler*) yang solid, tetapi juga harus mampu menciptakan pengalaman pengguna yang menarik dan relevan dengan kebutuhan pasar. Hal ini membuat peran *hipster* dalam tim *startup* menjadi sangat penting.

Definisi *startup* digital menurut Eric Ries (2011) adalah sekelompok individu yang membuat dan menjual produk baru atau layanan pada dinamika pasar yang tidak menentu dalam mencari model bisnis yang tepat, sehingga *startup* menghadapi kondisi pasar yang terus berubah dengan tingkat ketidakpastian yang sangat tinggi. Hal inilah yang membedakan *startup* dengan perusahaan lainnya. Berdasarkan pengertian menurut Yevgeniy Brikman (2015), *startup*



digital merupakan sekumpulan individu yang membentuk organisasi sebagai perusahaan rintisan yang menghasilkan produk dalam bidang teknologi. Dengan memanfaatkan teknologi internet di zaman yang serba digital, *startup* dituntut untuk siap memasuki pasar bebas dalam internet yang mampu menjangkau seluruh konsumen dalam memperluas pangsa pasar dengan melakukan ekspansi pasar secara besar-besaran.

Berdasarkan definisi diatas, *startup* adalah perusahaan yang baru dibentuk dengan fokus pada inovasi, pengembangan produk, dan pertumbuhan cepat. *Startup* sering kali berada dalam tahap eksperimen untuk menemukan model bisnis yang menguntungkan dan penempatan solusi yang sesuai dengan masalah yang dihadapi. *Startup* beroperasi dalam lingkungan yang dinamis dan tidak pasti serta mengandalkan model bisnis yang masih dalam tahap validasi. Dalam hal ini, *startup* kerap kali melakukan uji kelayakan terkait dengan berbagai model bisnis mereka.

Startup rintisan umumnya selalu didirikan oleh 3 (tiga) latar belakang kemampuan yang berbeda, yaitu *hustler* pemimpin bisnis dan penggerak utama *startup*. Dalam *The Science of Startups: The Impact of Founder Personalities on Company Success* menjelaskan bagaimana peran tim yang terdiri dari *hustler*, *hipster* dan *hacker* mempengaruhi keberhasilan perusahaan rintisan. *Hustler* adalah orang yang bertanggung jawab atas strategi, pemasaran, penjualan, dan mengelola hubungan dengan investor, pelanggan, dan mitra.

Menurut Hubner dalam *Hustlers, hipsters and hackers: Potential employees' stereotypes of entrepreneurial leaders*. *Hipster* sebagai individu yang bertanggung jawab atas estetika dan pengalaman emosional pengguna terhadap produk. *Hipster* adalah penghubung antara produk dan pengguna dengan menekankan desain yang menarik dan *branding* yang kuat, yang menjadi kunci untuk memenangkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pandangan diatas dapat dikatakan *hipster* merupakan individu dalam *startup* yang bertanggung jawab atas aspek desain, *branding*, dan pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) yang berperan dalam menarik perhatian pengguna dan membangun loyalitas mereka terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. *Startup GoParttime*, yang bergerak dibidang pencarian kerja *part-time*, menghadapi tantangan untuk menarik dan mempertahankan pengguna dalam pasar yang kompetitif. *GoParttime* saat ini memanfaatkan media sosial instagram sebagai satu-satunya *platform* utama dalam berinteraksi dengan pengguna. Dengan keterbatasan ini, peran *hipster* menjadi semakin krusial dalam menciptakan konten visual yang menarik, meningkatkan *engagement* pengguna, serta memperkuat identitas merek di media sosial.

Dalam lingkup *GoParttime* peran *hipster* saat ini hanya melalui media sosial instagram yang berkaitan dengan postingan, *feedback user* dan mitra. Selain itu, *hipster* juga melakukan riset terhadap pengalaman pengguna, dimana riset yang dilakukan secara *offline* dengan mendatangi pelaku UMKM, siswa dan mahasiswa. Proses wawancara dilakukan dengan menggali informasi terkait dengan proses pencarian tenaga kerja serta pengalaman penggunaan aplikasi ataupun website pencari kerja *online*. Melalui riset ini *hipster* bisa menemukan pengalaman pengguna terkait dengan beberapa website dan aplikasi serta kendala dan kesusahan yang dihadapi oleh *user*.

Pada tahap awal kemunculan *GoParttime* menggunakan metode *Minimum Viable Product* (MVP) yang mana merupakan versi awal dari sebuah produk yang dikembangkan dengan fitur inti paling minimal dan cukup untuk menyelesaikan masalah utama yang dihadapi pengguna. Tujuan utama dari MVP adalah untuk menguji ide produk di pasar dengan investasi waktu dan biaya yang minimal, sekaligus mendapatkan umpan balik awal dari pengguna nyata. Pada strategi ini *GoParttime* memanfaatkan media sosial Instagram sebagai MVP dengan menghadirkan info lowongan pekerja paruh waktu yang beragam serta *linktree* sebagai jembatan komunikasi.

Hipster dalam ilmu komunikasi memiliki kaitan yang cukup erat, dimana *hipster* menggunakan strategi komunikasi dalam *branding* dan juga desain visualnya, serta seorang *hipster* juga perlu mempelajari bagaimana proses komunikasi usernya untuk mendapatkan



feedback dari fitur-fitur yang telah disusun. Fitur yang ditawarkan pun tidak hanya baik dalam aspek desain tetapi juga baik dalam segi fungsional.

Dalam teori Model 5 W *Hipster* dalam *startup* berperan sebagai kreator utama pesan bertanggung jawab atas elemen-elemen visual dan narasi yang membangun citra dan identitas merek. Dengan keahlian dalam desain, seni visual, dan pemasaran, *hipster* menciptakan konten yang mencerminkan nilai-nilai dan keunggulan *startup*. *Hipster* dalam *project startup GoParttime* mendesain unggahan instagram yang modern, menarik, dan relevan dengan informasi yang diinginkan audiens target.

Peran ini memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dengan strategi komunikasi perusahaan. Kemudian pada isi pesan yang dirancang oleh *hipster* berfokus pada aspek kreatif, edukatif, dan persuasif. Misalnya, mereka menciptakan konten yang mengedukasi audiens tentang keuntungan bekerja paruh waktu, tips mencari kerja fleksibel, atau manfaat menggunakan *platform GoParttime*. Pesan ini dirancang untuk menarik perhatian audiens dan menciptakan daya tarik emosional melalui narasi yang relevan dengan kebutuhan mereka, seperti fleksibilitas waktu atau tambahan penghasilan. Pada *in which channel* atau media yang digunakan *Hipster* memilih saluran komunikasi yang paling relevan dengan audiens target. Saat ini, Instagram adalah saluran utama *GoParttime*, karena *platform* ini populer di kalangan Gen Z dan milenial. *Hipster* memanfaatkan fitur seperti unggahan visual, cerita (*stories*), dan *reels* untuk menyampaikan pesan secara interaktif dan menarik. Selain itu, desain estetis dan visual merek yang konsisten digunakan untuk meningkatkan daya tarik *platform* ini.

Tujuan akhir dari komunikasi yang dirancang *hipster* adalah untuk meningkatkan *engagement*, *awareness*, dan *trust* terhadap *GoParttime*. *Engagement* dapat diukur melalui jumlah *like*, komentar, atau *share* pada konten instagram. *Awareness* dilihat dari peningkatan jumlah pengikut atau kunjungan ke profil *GoParttime*. *Trust* dicapai melalui konten yang edukatif dan desain profesional yang menciptakan kesan bahwa platform ini aman dan dapat diandalkan.

Dengan pendekatan ini, *hipster* tidak hanya menciptakan konten, tetapi juga mempengaruhi bagaimana audiens memandang *GoParttime* sebagai solusi inovatif untuk pekerjaan paruh waktu. Hal ini memperkuat peran *hipster* sebagai penghubung utama antara visi *startup* dan ekspektasi audiensnya. Pendekatan perencanaan komunikasi dari teori Model 5 W Laswell ini dapat menjadi titik acuan bagi *hipster* dalam menjalankan tugasnya

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk mengkaji peran *hipster* dalam *startup GoParttime*. Proyek ini dilaksanakan melalui program Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka yang berkolaborasi dengan Gerakan Nasional 1000 Startup Digital. Penelitian berlangsung selama lima bulan, dimulai dari 16 Februari hingga 30 Juni 2024. Seluruh rangkaian kegiatan dilakukan secara hybrid, yaitu menggabungkan pembelajaran daring dan luring.

Tahapan kegiatan dimulai dengan pembekalan materi secara daring (*ignation*), diikuti oleh workshop untuk menentukan peran masing-masing anggota tim (*hipster*, *hustler*, *hacker*). Setelah penentuan peran, kegiatan dilanjutkan dengan Hack4ID secara luring untuk merancang solusi digital atas permasalahan yang diidentifikasi. Peneliti, yang berperan sebagai *hipster*, melakukan riset lapangan terhadap pengguna dan calon mitra, seperti pelaku UMKM, mahasiswa, dan siswa, guna menggali kebutuhan, pengalaman, dan tantangan dalam mencari atau menyediakan pekerjaan paruh waktu. Riset ini dilakukan melalui wawancara langsung dan observasi.

Pengembangan awal *startup* dilakukan dengan menerapkan pendekatan *Minimum Viable Product (MVP)*, di mana media sosial Instagram digunakan sebagai platform utama untuk menyebarkan informasi lowongan kerja dan menjalin komunikasi dengan audiens. Data



diperoleh melalui interaksi pengguna di Instagram, feedback dari follower, serta insight dari pelaku usaha. Peneliti juga terlibat dalam pembuatan konten visual, branding, serta pengembangan strategi komunikasi berdasarkan teori komunikasi seperti Model 5W Laswell dan Diffusion of Innovation.

Tahapan akhir dari kegiatan ini meliputi pendampingan oleh mentor, evaluasi kegiatan, serta penyusunan laporan hasil implementasi. Seluruh proses dirancang untuk memahami secara mendalam kontribusi hipster dalam pengembangan identitas visual, komunikasi digital, dan pengalaman pengguna di startup *GoParttime*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Laporan Kegiatan

Kegiatan berlangsung selama 5 bulan, yang berjalan dari 16 februari hingga 30 juni 2024. Proses kegiatan dilakukan secara *hybird* dalam program Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka dengan Gerakan Nasional 1000 *Startup Digital*. Pada prosesnya peserta dibagi menjadi beberapa kelompok dengan anggota kelompok terdiri dari 4-6 orang.

Gerakan Nasional 1000 *Startup Digital* merupakan Studi Independen Bersertifikat yang diselenggarakan oleh Direktorat Jendral Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika yang didukung penuh oleh kemendikbudristek dibawah inisiatif kampus merdeka. Program ini dirancang dengan menggabungkan dua metode pembelajaran, yaitu *daring* dan pembelajaran tatap muka (*Hybrid*) hal ini menunjang pemahaman terkait pembelajaran yang dilakukan. Ruang lingkup program meliputi :

- Pembekalan materi pelatihan secara *daring (ignation)*
- Kegiatan workshop untuk menentukan *role (hustler, hipster, hacker)*
- Kegiatan *Hack4ID* yang dilakukan secara *offline* untuk menunjang pemahaman pada tujuan program dan *problem solving* untuk pembentukan *startup* yang akan dibuat.
- Pendampingan dengan mentor dan fasilitator
- *Networking* dengan berbagai partner dan narasumber dalam dunia digital

Berbagai metode pembelajaran diberikan kepada setiap peserta melalui ekosistem program 1000 *startup digital* secara bertahap sesuai dengan lini waktu yang telah ditetapkan dalam program ini. Program ini berfokus pada pengembangan talenta, mendorong terciptanya solusi digital dari sebuah permasalahan yang

Panel diskusi pada tahap ini menjelaskan lanskap ekosistem *startup*, dimana memberikan gambaran atau peta struktur lingkungan yang mendukung dan mempengaruhi pertumbuhan *startup*. Beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan *startup* adalah *founder startup* atau mereka yang berada dibalik ide dalam menciptakan solusi baru dari suatu permasalahan. Pendukung *startup* dimana terdapat institusi atau individu yang bersedia menyediakan dukungan langsung berupa penyediaan dana, program bimbingan yang mendukung perkembangan *startup* serta meberikan dukungan berupa kolaborasi.

Pembahasan

Peran *hipster* dalam *startup* sangatlah krusial, dalam pendekatan buku *Lean Startup*, *hipster* dianggap sebagai elemen penting yang berkontribusi pada inovasi di bidang desain dan pengalaman pengguna. Eric Ries mencatat bahwa kreativitas mereka membantu membedakan produk dari kompetitor. Peran *hipster* akan sangat mempengaruhi bagaimana *startup* tersebut dapat diterima oleh target pasarnya dan menjadi pembeda antara *startup* serupa.

Pemilihan media dan alur berjalannya sistem *startup GoParttime* merupakan hasil disukusi bersama tim. Setiap *role* memiliki peran dan tanggungjawab pada media sosial *GoParttime*. Penulis yang merupakan *hipster startup* tentu memiliki tanggungjawab yang lebih besar pada media instagram *GoParttime*. Penulis bertanggungjawab atas pengelolaan media instagram dimulai dari desain postingan, konten, hingga interaksi dengan followers.



Selain bertanggungjawab atas pengalaman pengguna, penulis juga bertanggungjawab atas pemilihan logo dan warna. Logo *GoParttime* yang terdiri dari huruf G dan O diambil dari kata depan nama *startup*, selain itu „GO’ juga memiliki arti jalan atau maju, sehingga hal ini memberikan kesan positif bagi *GoParttime*. Garis lingkaran yang membentuk huruf G merupakan lambang koneksi, dimana *GoParttime* menyediakan berbagai jenis lowongan dengan berbagai latar belakang pendidikan dan pilihan perusahaannya. Pemilihan warna *cadet blue*, dimana ada campuran hijau dan biru tidak hanya semata karena warnanya yang tenang. Akan tetapi memilih makna bahwasanya warna ini menenangkan dan santai, pemilihan warna ini juga melambangkan simbol kekuatan dan konsentrasi.

Peran *hipster* dalam *startup* sangat berkaitan erat dengan aspek ilmu komunikasi dimana *hipster* mencakup peran desain dan *branding*, desain produk dapat berupa desain antar muka pengguna seperti pada instagram *GoParttime* adanya *linktree* merupakan salah satu upaya desain antar muka yang diterapkan. Kemudian *branding*, *branding* startup juga merupakan peran *hipster* dimana *branding* ini dimulai dari logo, warna dan gaya komunikasi. Untuk *GoParttime* sendiri gaya komunikasi yang diterapkan berupa komunikasi informatif dan persuasif. Hal ini bisa dilihat dari postingan *GoParttime* yang menginformasikan berbagai lowongan pekerjaan serta gaya komunikasi persuasif dapat dilihat dari tagline *GoParttime*.

Dalam mendirikan sebuah *startup* akan sangat banyak rintangan yang akan dialami baik dari sudut pandang *hustler*, *hipster* maupun *hacker*. Tantangan yang seringkali dihadapi *founder startup* dan berdampak fatal pada *startup* rintisannya adalah kurangnya kerja sama tim, hal ini akan sangat berimbas pada pengembangan *startup* yang dikerjakan. Ekosistem *founder* yang bermasalah akan menghadirkan masalah baru yang lebih berat.

Sebagai seorang *founder* penulis tidak hanya berfokus pada bidang *hipster*, namun juga turut membantu bidang lainnya. Penulis membantu dalam mengembangkan jaringan dan kemitraan dengan membangun hubungan eksternal dengan beberapa UMKM. Hal ini merupakan langkah awal untuk membangun kepercayaan calon mitra kepada *GoParttime*. pendekatan dengan mitra ini bukanlah langkah yang mudah, pada prosesnya seorang yang ingin menjalin kemitraan dengan orang lain harus mampu untuk meyakinkan dan memberikan pemahaman terkait produk yang ditawarkannya.

Selain itu, penulis juga membantu dalam mengembangkan strategi bisnis dimulai dari penentuan arah *startup*, visi dan misi *startup*, menyusun rencana jangka pendek dan jangka panjang serta menganalisa pasar dan menyusun model bisnis yang menguntungkan bagi startup. Dalam pengembangan strategi bisnis ini penulis selalu membawa pandangan sebagai *hipster*, dimana pada penentuan ide *startup* penulis memberikan ide ragam info pekerjaan *parttime* dimulai dari kerja teknis, mekanis hingga kreatif dengan rentang umur dan tingkat pendidikan yang beragam.

Dalam proses membentuk dan merintis *startup* memang sangat diperlukan kerjasama tim yang kompak dan saling membantu satu sama lain. *Startup* rintisan bukanlah sesuatu yang dapat dikerjakan secara individual karena *startup* membutuhkan ide-ide yang banyak dan beragam serta *skill* kemampuan yang beragam.

Untuk *hipster* dalam *startup GoParttime*, tantangan yang dimiliki sangatlah kompleks dimana kerjasama sama antara *hipster* dan *hacker* yang tidak bisa berjalan dengan baik, sehingga proses mewujudkan *GoParttime* menjadi sebuah aplikasi akan sangat sulit. Selain itu koordinasi *hipster* dengan *hustler* yang sangat terbatas akibat jarak membuat strategi *revenue model* tidak memiliki titik tengah. Permasalahan ini tentu akan sangat mempengaruhi perkembangan *GoParttime*.

Selain tantangan dalam tim, *hipster* dalam menjalankan tugasnya juga memiliki tantangan berupa menjaga keseimbangan antara estika dan fungsi, dimana 2 hal ini haruslah berjalan bersama tanpa meninggalkan salah satunya. Kemudian tantangan berupa desain yang harus berkembang, yang dimaksudkan desain yang dapat fleksibel dan dapat menyesuaikan perubahan. Menjaga konsistensi *branding*, dimana *hipster* harus mampu untuk menjaga



branding jika strategi dan arah bisnis mengalami perubahan.

KESIMPULAN

Perkembangan dalam teknologi digital membawa dampak besar bagi kehidupan manusia dalam berbagai aspek. Kemajuan teknologi menciptakan solusi-solusi baru yang memanfaatkan teknologi, seperti *startup* digital. Menurut Yevgeniy Brikma *startup* digital merupakan sekumpulan individu yang membentuk organisasi sebagai perusahaan rintisan yang menghasilkan produk dalam bidang teknologi.

Di Indonesia pertumbuhan *startup* sangatlah pesat, hal ini didukung oleh masyarakat yang merupakan mayoritas generasi muda dan pengguna internet yang banyak dapat menjadi faktor pertumbuhan *startup* cukup mudah dilakukan. Selain itu, dukungan ekosistem *startup* yang stabil dengan munculnya akselerator, inkubator, dan komunitas *startup*. Salah satunya adalah Gerakan Nasional 1000 *Startup* Digital yang diluncurkan oleh pemerintah untuk mendukung pertumbuhan *startup* lokal.

Hipster dalam *startup* adalah peran penting dalam tim *startup* yang bertanggung jawab atas aspek kreatif, estetika, dan pengalaman pengguna (*user experience/UX*). *Hipster* fokus pada elemen desain, branding, dan komunikasi visual untuk memastikan produk atau layanan *startup* menarik perhatian audiens, mudah digunakan, dan menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan pengguna.

Peran *hipster* dalam *startup* sangat berkaitan dengan aspek ilmu komunikasi dimana seorang *hipster* harus dapat menciptakan identitas merek dan menyampaikan pesan kepada audiens. Hal ini selaras dengan teori semiotika, yang menjelaskan bagaimana simbol dan visual membawa makna yang dapat memengaruhi persepsi audiens. Selain itu, *hipster* juga terlibat dalam menyusun strategi komunikasi pemasaran dengan pendekatan kreatif, seperti *storytelling* dan kampanye digital, untuk menjangkau target pasar dengan cara yang efektif dan menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual*. Zahira Media Publisher.
- Lasswell, H. D. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. Harper and Brothers.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Rogers, Everett M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. Free Press.
- International Labour Organization (ILO). (2020). *Global Employment Trends for Youth 2020: Technology and the future of jobs*. International Labour Organization.
- Lubis, R. K. (2024). Pengaruh platform freelance terhadap perubahan pola konsumsi dan pekerjaan di Indonesia. *AsbaK: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 15-19.
- McCarthy, Paul, et al. (2023). *The Science of Startups: The Impact of Founder Personalities on Company Success*. Scientific Reports.
- McKinsey & Company. (2016). *Independent work: Choice, necessity, and the gig economy*. McKinsey Global Institute.
- Rudic, B., Hubner-Benz, S., & Baum, M. (2020). Hustlers, hipsters and hackers: Potential employees" stereotypes of entrepreneurial leaders. *Journal of Business Venturing Insights*.
- Kredibel. Pengertian startup menurut para ahli. <https://blog.kredibel.com/pengertian-startup-menurut-para-ahli/>. Diakses pada 5 Desember 2024
- StartSpace. (2024, April 5). Hacker, Hipster, Hustler: Memahami Peran Masing- Masing di Dunia Startup. <https://startspace.co.id/hacker-hipster-hustler-memahami-peran-masing-masing-di-dunia-startup/>. Diakses pada 4 Desember 2024
- Gerakan nasional 1000 startup digital. <https://forum.1000startupdigital.id/feed>. Diakses pada 3 Januari 2025