



Analysis of the Role of Social Entrepreneurs Broadcasting Institutions towards Sustainable Smart City through Value Added and Citizen Journalism

Ahmad Yani^{1*}, Aprilia Dian Evasai²
Universitas Islam Kediri

Corresponding Author: Ahmad Yani ahmadyani@uniska-kediri.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Social Entrepreneurship, Value Added, Citizenship Journalism, Smart City

Received : 10, October

Revised : 12, November

Accepted: 05, December

©2023 Yani, Evasai: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Social entrepreneurship is an institution that not only operates in the social sector, but is also an institution that tries to gain profit from its business. Radio Andika as a broadcasting institution organized these two activities. On the one hand, this institution carries out profit activities, namely from various income obtained through advertisements, on the other hand, this institution also carries out social activities such as Friday Blessings, Friends of the Dhuafa, Caring for Orphans and various other social activities. This research aims to determine the influence of broadcasting institutions' social entrepreneurship on smart city sustainability with value added and citizenship journalism as mediating variables. The research results show that the social entrepreneur variable has no direct effect on the sustainability of smart cities; the value added variable cannot mediate the influence of social entrepreneurship on smart city sustainability; The citizenship journalism variable can mediate the influence of social entrepreneurship on the sustainability of smart cities.

Analisis Peran Social Entrepreneur Lembaga Penyiaran terhadap Sustainable Smart City melalui Value Added (Nilai Tambah) dan Citizen Journalism di Karesidenan Kediri

Ahmad Yani^{1*}, Aprilia Dian Evasai²

Universitas Islam Kediri

Corresponding Author: Ahmad Yani ahmadyani@uniska-kediri.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Kewirausahaan Sosial, Nilai Tambah, Citizenship Journalism, Smart City

Received : 10, Oktober

Revised : 12, November

Accepted: 05, Desember

©2023 Yani, Evasai: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Kewirausahaan sosial adalah lembaga yang bukan hanya bergerak di bidang sosial, akan tetapi juga lembaga yang berusaha memperoleh profit dari usahanya. Radio Andika sebagai salah satu lembaga penyiaran menyelenggarakan kedua kegiatan tersebut. Di satu sisi, lembaga ini melaksanakan kegiatan profit yaitu dari berbagai income yang diperoleh melalui iklan-iklan, di sisi lain, lembaga ini juga melakukan kegiatan sosial seperti Jum'at Berkah, Sahabat Dhuafa, Peduli Anak Yatim dan berbagai kegiatan sosial lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh social entrepreneur lembaga penyiaran terhadap sustainability smart city dengan value added dan citizenship journalism sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan variabel social entrepreneur tidak berpengaruh langsung terhadap sustainability smart city; variabel value added tidak dapat memediasi pengaruh social entrepreneur terhadap sustainability smart city; variabel citizenship journalism dapat memediasi pengaruh social entrepreneur terhadap sustainability smart city.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) merupakan suatu konsep yang berkembang dengan memberikan perhatian terhadap peran sosial perusahaan kepada masyarakat disamping tujuan perusahaan untuk mencapai profit (Diana & Ardiansyah, 2022). Social Entrepreneurship mendapatkan banyak fokus pembahasan karena ada spesialisasi dalam istilah ini yang menarik untuk dipelajari berawal dari pertanyaan apa, bagaimana dan mengapa Social Entrepreneurship tersebut dikembangkan.

Kewirausahaan Sosial menghasilkan pengusaha yang berbeda dari pengusaha konvensional. Pengusaha konvensional fokus pada menciptakan nilai finansial sedangkan pengusaha sosial fokus pada penciptaan nilai sosial. Pengusaha sosial akan berusaha menciptakan suatu nilai sosial dengan memanfaatkan peluang yang ada (Palakshappa & Grant, 2018). Penciptaan nilai sosial tersebut akan menciptakan suatu perubahan sosial di masyarakat yang dampaknya dapat diukur dengan berbagai alternatif pendekatan metode pengukuran.

Salah satu bentuk kewirausahaan sosial yang dijadikan obyek dalam penelitian ini adalah lembaga penyiaran berupa radio. Dalam perkembangannya radio dapat bertransformasi ke menjadi lembaga yang peduli kepada masyarakat. Dengan berbagai program yang dijalankannya telah banyak memberikan manfaat kepada masyarakat khususnya di Karesidenan Kediri. Program sosial yang telah dilakukan antara lain berupa Jum'at Berkah, Sahabat Dhuafa', Peduli Anak Yatim, Traffict Record, dan menerima berbagai pengaduan atau keluhan dari masyarakat terhadap pelayanan publik yang akan diteruskan kepada pihak-pihak terkait sehingga segera mendapatkan respon.

Sejalan dengan program pemerintah daerah menjadikan Kota Kediri sebagai Smart City, lembaga penyiaran mengambil perannya sebagai penyambung berita kepada masyarakat. Dengan memiliki ribuan follower (pengikut) pada media sosial dan pendengar yang setia, lembaga penyiaran mampu dengan cepat mensosialisasikan sebuah berita dan sekaligus menggali berita dari masyarakat untuk diteruskan kepada pihak terkait. Kecepatan informasi dan pelayanan inilah yang menjadi salah satu indikator dari Smart City (Hasibuan & Sulaiman, 2019).

Pelibatan masyarakat dalam dunia jurnalis atau disebut dengan citizen journalism saat ini mempunyai potensi bagi dunia penyiaran. Pemanfaatan partisipasi masyarakat dalam memberikan berbagai informasi yang ada di sekitarnya, sangat membantu lembaga penyiaran memperoleh sumber-sumber informasi yang dapat diteruskan kepada masyarakat yang lebih luas. Hal inilah yang menjadi konsep citizen journalism (Lestari et al., 2018).

Partisipasi masyarakat sangat dibutuhkan oleh pemerintah dalam melakukan pembangunan di segala bidang. Berbagai masukan dan kepedulian masyarakat dapat mendorong percepatan pembangunan melalui pelayanan prima. Peran serta masyarakat ini ternyata dapat dimediasi oleh lembaga penyiaran. Selain sebagai pendengar atau follower yang setia, ternyata masyarakat juga merupakan sumber berita yang potensial. Masyarakat dengan senang hati dan leluasa menyampaikan sesuatu yang mereka anggap kurang

tepat dalam sarana atau pelayanan publik, misalnya jalan yang rusak, traffict light yang tidak berfungsi, listrik yang padam, pelanggaran terhadap ketertiban lalu lintas, sampai dengan terjadinya kecelakaan dan bencana alam, serta masih banyak lagi laporan yang membutuhkan tindakan cepat dari pihak terkait. Laporan-laporan yang masuk akan diteruskan oleh lembaga penyiaran kepada pihak-pihak yang mempunyai tanggung jawab terhadap keluhan tersebut, sehingga dengan cepat akan mendapat respon dan penanganan.

Fenomena di atas, merupakan contoh perlunya pengelolaan yang baik pada media informasi oleh lembaga penyiaran. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis peran Social Entrepreneur Lembaga Penyiaran terhadap Sustainable Smart City melalui dan Value Creation (Nilai Tambah) dan Citizen Journalism di Wilayah Karesidenan Kediri.

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Social Entrepreneur*

Pengukuran kinerja Social Enterprise menjadi fokus penelitian yang semakin mendapatkan perhatian seiring dengan pertumbuhan sektor ini. Hasibuan & Sulaiman, (2019) dan Imami, (2022) secara paralel menyoroti kebutuhan mendesak untuk pengembangan metodologi yang sistematis dan alat yang efektif dalam menilai kinerja dan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari Social Enterprise

Sejumlah penelitian mendokumentasikan lonjakan minat dan pertumbuhan Social Enterprise dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Austin et al. (2012), perhatian terhadap nilai sosial dan lingkungan telah mendorong pertumbuhan Social Enterprise di seluruh dunia. Penelitian sebelumnya, seperti yang dicatat oleh Mair dan Martí (2006), menunjukkan bahwa meskipun ada perhatian terhadap pengukuran kinerja Social Enterprise, masih ada kekurangan analisis sistematis dan perbandingan pendekatan yang konsisten.

B. *Smart City*

Inisiatif kota pintar (*smart city*) telah mendapatkan perhatian yang signifikan secara global ketika kawasan perkotaan mencari solusi inovatif untuk mengatasi tantangan perkotaan secara efisien. Dalam upaya mewujudkan *smart city*, berbagai konsep dan pendekatan telah dikembangkan, yang masing-masing disesuaikan dengan keunikan dan potensi daerah masing-masing (Imami, 2022). Ulasan ini merangkum wawasan yang mengeksplorasi penerapan konsep *smart city* di berbagai kota di Indonesia, yaitu Kota Bogor, Bandung, dan Tegal. Fokusnya adalah pada evaluasi penerapan prinsip *smart city*, termasuk konsep kota peka air dan kebijakan pemerintah cerdas, serta menilai tantangan dan peluang dalam transformasi perkotaan tersebut.

Kota Bandung, mengeksplorasi penerapan kebijakan pemerintah cerdas dalam konteks pengembangan *smart city* yang lebih luas (Rahmadanita et al., 2019). Berbeda dengan pendekatan yang berpusat pada teknologi yang sering dikaitkan dengan *smart city*, penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, berdasarkan teori implementasi kebijakan Grindle. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa meskipun kebijakan pemerintah yang cerdas

berdampak positif pada kelompok sasaran, konteks implementasinya masih kurang optimal. Artikel tersebut menyarankan bahwa peningkatan konten kebijakan sangat penting untuk meningkatkan hasil, dan mendesak Pemerintah Kota Bandung untuk memaksimalkan kondisi dalam konten kebijakan untuk meningkatkan efektivitas penerapan kebijakan pemerintah yang cerdas.

Pendapat lain memperluas pembahasan dengan menekankan pentingnya ketersediaan data sebagai elemen dasar dalam pengembangan *smart city* (Perdani et al., 2021). Berfokus di Kabupaten Tegal, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menilai ketersediaan data indikator *smart city*. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun beberapa data terkait kesehatan dan mitigasi bencana sudah cukup tersedia, data lainnya, khususnya dalam dimensi *Smart Economy* dan *Smart Governance*, masih kurang. Artikel ini menyoroti perlunya ketersediaan data yang komprehensif untuk memfasilitasi perencanaan dan implementasi program *smart city*.

C. Citizen Journalism

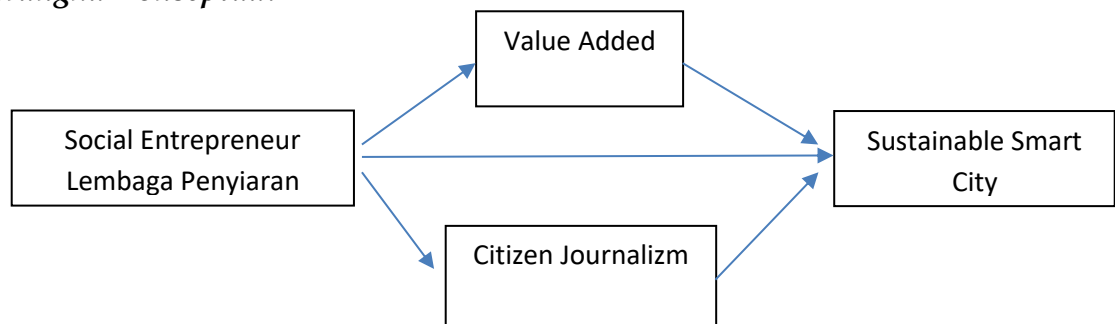
Dengan disebut nama *Citizen Journalism* yang diartikan sebagai jurnalisme warga atau pewarta warga dalam bahasa Indonesia, setiap individu memiliki potensi untuk menjadi seorang pewarta yang menyajikan berita terkini sesuai dengan kapasitasnya masing-masing. Kemunculan fenomena *Citizen Journalism* di masyarakat Indonesia menjadi suatu hal menarik untuk diamati. Di tengah pesatnya kemajuan media utama, ternyata juga muncul genre jurnalisme alternatif yang menekankan pada konsep kemandirian. Setiap orang yang memiliki akses ke internet dapat berkontribusi dengan membagikan berita dan menciptakan konten, yang pada gilirannya memperkaya dinamika jurnalisme pada masa sekarang (Prasetya, 2022).

Munculnya *Citizen Journalism* menurut Syifa, (2015) ada beberapa contoh, diantaranya sebagai berikut :

- 1) Perkembangan teknologi dan inovasi dalam bidang komunikasi telah mengakibatkan perubahan signifikan dalam proses komunikasi massa. Teknologi yang semakin canggih telah menghasilkan peralatan wartawan yang lebih kecil, lengkap, dan mudah digunakan. Kemajuan dalam media teknologi juga telah mempercepat proses komunikasi melalui media, yang pada gilirannya mengakibatkan perubahan dalam proses komunikasi massa. Sebagai hasilnya, setiap warga negara, bukan hanya pekerja media, memiliki kemampuan untuk aktif berpartisipasi dan berinteraksi dengan warga negara lainnya. Warga dapat berperan sebagai sumber berita sekaligus sebagai penyebar berita. Fenomena ini menghasilkan istilah "jurnalisme warga" atau "pewarta warga," yang diadopsi dari konsep *Citizen Journalism*.
- 2) Selain itu kemunculan *Citizen Journalism* akibat dari ketidakpuasan masyarakat terhadap berita-berita dari media massa yang dianggap tidak lagi mengindahkan prinsip-prinsip jurnalistik.
- 3) Berkurangnya kepercayaan khalayak terhadap kinerja media massa yang akhir-akhir ini cenderung mengutamakan kepentingan pemilik modal dengan segenap keberpihakan yang terang-terangan. Etika dan hukum media sering diabaikan.

- 4) Berkembangnya web blog juga sebagai wadah bagi para *Citizen Journalism* untuk menginformasikan segala hal bagi khalayak.

D. Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Sumber : diolah peneliti (2023)

Kerangka konseptual di atas memberikan gambaran tentang alur pemikiran peneliti tentang pentingnya pengukuran lembaga kewirausahaan sosial. Sebagai lembaga semi profit yang memberikan pelayanan yang luas kepada masyarakat harus memiliki nilai tambah (*value added*). Lembaga penyiaran juga memanfaatkan partisipasi masyarakat sebagai citizen journalism. Selanjutnya lembaga penyiaran dapat mendukung sustainability smart city.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan pendekatan survey. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serta peran variabel mediasi. Survey dilakukan kepada responden tentang persepsi yang mereka rasakan mengenai variabel-variabel dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan di Radio Andika Jl. Semeru Kota Kediri. Sedangkan responden penelitian meliputi pegawai atau karyawan Radio Andika, Pendengar Radio, penerima manfaat kegiatan sosial dan instansi pemerintah yang terkait. Adapun responden dalam penelitian ini berjumlah 190 orang dari berbagai elemen tersebut. Analisis data yang digunakan adalah regresi dengan variabel moderasi. Alat analisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS ver. 23. Langkah-langkahnya meliputi : uji validitas dan reliabilitas, regresi sederhana variabel X terhadap Y, regresi dengan variabel mediasi M1 dan regresi dengan variabel mediasi M2.

HASIL PENELITIAN

A. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Hasil Uji validitas dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Indikator	Korelasi	Signifikansi	Kesimpulan
	Variabel X			
1	X1	0,730	0,000	Valid
2	X2	0,732	0,000	Valid
3	X3	0,797	0,000	Valid
4	X4	0,758	0,000	Valid
	Variabel M1			
5	M1.1	0,791	0,000	Valid
6	M1.2	0,859	0,000	Valid
7	M1.3	0,836	0,000	Valid
8	M1.4	0,849	0,000	Valid
	Variabel M2			
9	M2.1	0,752	0,000	Valid
10	M2.2	0,795	0,000	Valid
11	M2.3	0,785	0,000	Valid
12	M2.4	0,664	0,000	Valid
	Variabel Y			
13	Y1	0,783	0,000	Valid
14	Y2	0,861	0,000	Valid
15	Y3	0,794	0,000	Valid
16	Y4	0,852	0,000	Valid

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas instrumen dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Alpha cronbach	Kesimpulan
1.	Social Entrepreneur (X)	0,849	Reliabel
2	Value Added (M1)	0,912	Reliabel
3	Citizenship Journalizm (M2)	0,828	Reliabel
4	Sustainability Smart City (Y)	0,904	Reliabel

B. Analisis Regresi dengan Variabel Mediasi

Langkah 1

Meresgikan antara variabel bebas (X) dengan variabel mediasi pertama (M1). Hasil analisis regresi antara variabel X dengan variabel M1 didapatkan sebagaimana pada tabel berikut :

Tabel 3 Hasil uji regresi variabel bebas dengan variabel mediasi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,562	,298		1,886	,061
SE	,751	,073	,602	10,338	,000

a. Dependent Variable: VA

Langkah 2

Mereskikan antara variabel bebas (X) dengan variabel mediasi kedua (M2). Hasil analisis regresi antara variabel X dengan variabel M2 didapatkan sebagaimana pada tabel berikut :

Tabel 4 Hasil uji regresi variabel bebas dengan variabel mediasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,327	,256		9,109	,000
	SE	,419	,062	,441	6,730	,000

a. Dependent Variable: JC

Langkah 3

Mereskikan antara variabel bebas (X), variabel mediasi pertama (M1) dan variabel mediasi kedua (M2) dengan variabel terikat (Y). Hasil analisis regresi antara variabel X, M1 dan M2 terhadap variabel Y didapatkan sebagaimana pada tabel berikut:

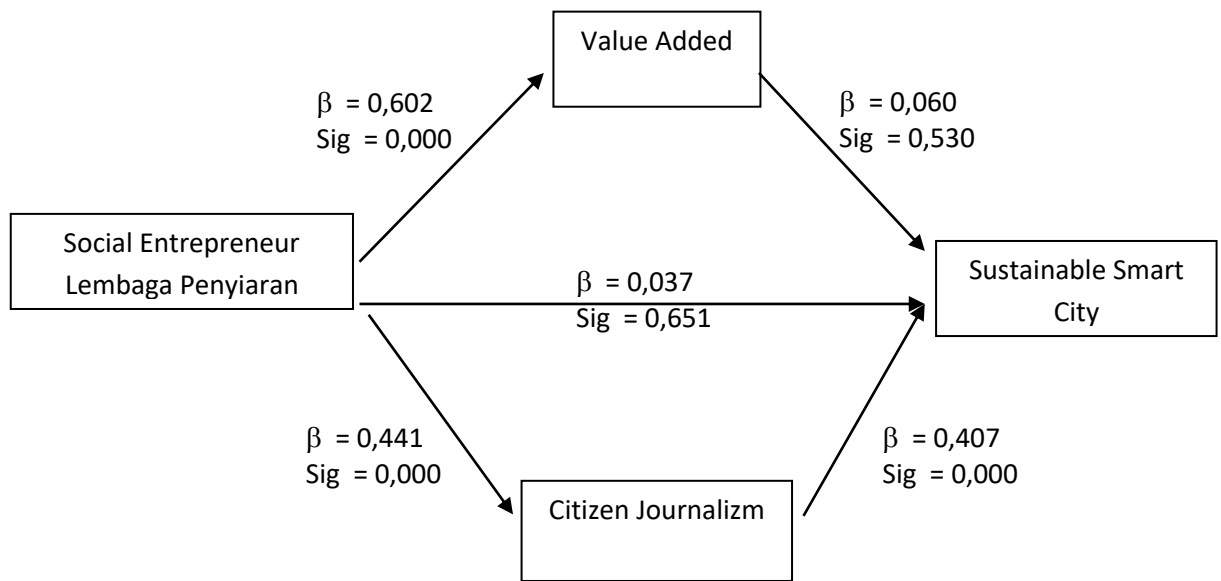
Tabel 5 Hasil uji regresi variabel bebas dan variabel mediasi terhadap variabel terikat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,300	,303		7,583	,000
	SE	,034	,076	,037	,453	,651
	VA	,045	,071	,060	,630	,530
	JC	,398	,083	,407	4,776	,000

a. Dependent Variable: SSC

Berdasarkan kedua tabel di atas dapat dirangkum ke dalam bagan sebagai berikut :



Gambar 2. Dependent variable

Bagan di atas dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 6 : Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung

Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Sig	Kesimpulan
X → M1	0,602	-	0,000	Berpengaruh signifikan
X → M2	0,441	-	0,000	Berpengaruh signifikan
X → Y	0,037	-	0,651	Tidak Berpengaruh
M1 → Y	0,060	-	0,530	Tidak Berpengaruh
M2 → Y	0,407	-	0,000	Berpengaruh signifikan
X → M1 → Y	-	0,602 x 0,060 = 0,036		Pengaruh langsung 0,037 lebih besar dari pengaruh tidak langsung 0,036, sehingga variabel M1 tidak dapat memediasi pengaruh X terhadap Y
X → M2 → Y	-	0,441 x 0,407 = 0,179		Pengaruh langsung 0,037 lebih kecil dari pengaruh tidak langsung 0,179, sehingga variabel M2 dapat memediasi

				pengaruh X terhadap Y
--	--	--	--	-----------------------

PEMBAHASAN

Analisis ini mencerminkan hasil uji pengaruh variabel X terhadap variabel Y, baik secara langsung maupun melalui mediator (M1 dan M2). Berikut adalah pembahasan dari hasil analisis tersebut:

1. $X \rightarrow M1$

- **Pengaruh Langsung:** Koefisien 0,602 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari X ke M1.
- **Pengaruh Tidak Langsung:** Tidak ada informasi yang diberikan mengenai pengaruh tidak langsung M1 terhadap Y.
- **Signifikansi:** Nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa pengaruh X terhadap M1 secara signifikan.
- **Kesimpulan:** Variabel X memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap M1.

2. $X \rightarrow M2$

- **Pengaruh Langsung:** Koefisien 0,441 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari X ke M2.
- **Pengaruh Tidak Langsung:** Tidak ada informasi yang diberikan mengenai pengaruh tidak langsung M2 terhadap Y.
- **Signifikansi:** Nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa pengaruh X terhadap M2 secara signifikan.
- **Kesimpulan:** Variabel X memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap M2.

3. $X \rightarrow Y$

- **Pengaruh Langsung:** Koefisien 0,037 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari X ke Y secara langsung.
- **Pengaruh Tidak Langsung:** Tidak ada informasi yang diberikan mengenai pengaruh tidak langsung X terhadap Y melalui M1 atau M2.
- **Signifikansi:** Nilai signifikansi sebesar 0,651 menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari X ke Y secara langsung.
- **Kesimpulan:** Variabel X tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Y secara langsung.

4. $M1 \rightarrow Y$

- **Pengaruh Langsung:** Koefisien 0,060 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari M1 ke Y secara langsung.
- **Pengaruh Tidak Langsung:** Tidak ada informasi yang diberikan mengenai pengaruh tidak langsung M1 terhadap Y melalui X atau M2.
- **Signifikansi:** Nilai signifikansi sebesar 0,530 menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari M1 ke Y secara langsung.
- **Kesimpulan:** Variabel M1 tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Y secara langsung.

5. $M2 \rightarrow Y$

- **Pengaruh Langsung:** Koefisien 0,407 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari M2 ke Y.

- **Pengaruh Tidak Langsung:** Tidak ada informasi yang diberikan mengenai pengaruh tidak langsung M2 terhadap Y melalui X atau M1.
 - **Signifikansi:** Nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa pengaruh M2 terhadap Y secara signifikan.
 - **Kesimpulan:** Variabel M2 memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Y.
6. $X \rightarrow M1 \rightarrow Y$
- Dengan mengalikan koefisien $X \rightarrow M1$ dan $M1 \rightarrow Y$, didapatkan nilai 0,036.
 - **Kesimpulan:** Pengaruh langsung $X \rightarrow Y$ (0,037) lebih besar dari pengaruh tidak langsung melalui M1 (0,036), sehingga variabel M1 tidak dapat memediasi pengaruh X terhadap Y.
7. $X \rightarrow M2 \rightarrow Y$
- Dengan mengalikan koefisien $X \rightarrow M2$ dan $M2 \rightarrow Y$, didapatkan nilai 0,179.
 - **Kesimpulan:** Pengaruh langsung $X \rightarrow Y$ (0,037) lebih kecil dari pengaruh tidak langsung melalui M2 (0,179), sehingga variabel M2 dapat memediasi pengaruh X terhadap Y.

Pada keseluruhan analisis, dapat disimpulkan bahwa variabel M1 tidak memediasi pengaruh X terhadap Y, sementara variabel M2 memediasi pengaruh X terhadap Y. Selain itu, variabel X tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Y secara langsung. Analisis ini memberikan pemahaman mendalam tentang hubungan antar variabel dalam model yang diuji

Interpretasi

Berdasarkan pembahasan di atas, maka interpretasi dari hasil analisis tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. **Pengaruh Langsung Variabel X terhadap Variabel Y:**
 - Variabel X tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Variabel Y (koefisien 0,037, p-value 0,651). Dengan kata lain, perubahan dalam Variabel X tidak secara langsung mempengaruhi Variabel Y.
2. **Pengaruh Langsung Variabel X terhadap Mediator (M1 dan M2):**
 - Variabel X memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kedua mediator, yaitu M1 (koefisien 0,602, p-value 0,000) dan M2 (koefisien 0,441, p-value 0,000). Ini menunjukkan bahwa perubahan dalam Variabel X secara langsung berdampak pada kedua mediator.
3. **Pengaruh Variabel Mediator terhadap Variabel Y:**
 - Variabel M1 tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Variabel Y secara langsung (koefisien 0,060, p-value 0,530).
 - Variabel M2 memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Variabel Y (koefisien 0,407, p-value 0,000). Dengan kata lain, perubahan dalam M2 secara langsung mempengaruhi Variabel Y.
4. **Mediasi Variabel M1 dan M2 terhadap Hubungan $X \rightarrow Y$:**
 - Variabel M1 tidak memediasi pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y secara signifikan, karena pengaruh langsung $X \rightarrow Y$ lebih besar dari pengaruh tidak langsung melalui M1.

- Variabel M2 memediasi pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y secara signifikan, karena pengaruh tidak langsung $X \rightarrow Y$ melalui M2 lebih besar dari pengaruh langsung $X \rightarrow Y$.

Dengan demikian, keseluruhan interpretasi menunjukkan bahwa pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y dapat dijelaskan melalui mediator M2, sementara mediator M1 tidak memiliki peran mediasi yang signifikan. Hasil ini dapat memberikan insight pada perancangan strategi atau intervensi untuk memahami dan mengoptimalkan hubungan antar variabel dalam konteks analisis yang dilakukan

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil:

1. Variabel Social Entrepreneur tidak berpengaruh langsung yang signifikan terhadap Variabel Sustainability Smart City.
2. Variabel Social Entrepreneur memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kedua mediator, Value Added dan Citizenship Journalism.
3. Variabel Value Added tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Variabel Sustainability Smart City.
4. Variabel M2 memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Variabel Sustainability Smart City.
5. Mediasi Variabel Value Added dan Citizenship Journalism terhadap Hubungan Social Entrepreneur \rightarrow Sustainability Smart City:
 - a. Mediator Value Added tidak memediasi pengaruh Variabel Social Entrepreneur terhadap Variabel Sustainability Smart City secara signifikan.
 - b. Mediator Citizenship Journalism memediasi pengaruh Variabel Social Entrepreneur terhadap Variabel Sustainability Smart City secara signifikan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh Variabel Social Entrepreneur terhadap Variabel Sustainability Smart City tidak bersifat langsung, melainkan melalui mediator Citizenship Journalism. Variabel Value Added tidak memiliki peran signifikan dalam memediasi hubungan tersebut. Kesimpulan ini dapat menjadi dasar untuk pengambilan keputusan atau perancangan strategi lebih lanjut, terutama jika tujuan adalah untuk memahami dan mengoptimalkan pengaruh Variabel Social Entrepreneur terhadap Variabel Sustainability Smart City dalam konteks penelitian atau analisis yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Diana, N., & Ardiansyah. (2022). Konstruksi Pengukuran Kinerja Social Enterprise Berbasis Perspektif Deep Ecology. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 6(1), 67-84. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v6i1.5145>

Hasibuan, A., & Sulaiman, oris kianto. (2019). Smart City, Konsep Kota Cerdas

Sebagai Alternatif Penyelesaian Masalah Perkotaan Kabupaten/Kota. *Buletin Utama Teknik*, 14(2), 127-135.
<https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/but/article/view/1097>

Imami, E. V. D. (2022). Evaluasi Implementasi Konsep Water Sensitive City dalam Masterplan Smart City Kota Bogor Tahun 2017-2021. *Geodika: Jurnal Kajian Ilmu Dan Pendidikan Geografi*, 6(2), 186-197.
<https://doi.org/10.29408/geodika.v6i2.6108>

Lestari, S. P., Rachmaria, L., Studi, P., & Komunikasi, I. (2018). PERAN CITIZEN JOURNALISM DALAM MENYAJIKAN INFORMASI KOTA TANGERANG SELATAN BERBASIS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @tangsel.life). 1-8. <https://instagram.com/>, diakses

Palakshappa, N., & Grant, S. (2018). Social enterprise and corporate social responsibility. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(3), 606-625. <https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2016-0131>

Perdani, M. D. K., Widyastuti, I., & Nupikso, D. (2021). Analisis Ketersediaan Data Indikator Smart City Kabupaten Tegal. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 8(5), 1049-1056.
<https://doi.org/10.25126/jtiik.2021854573>

Prasetya. (2022). Persepsi Mahasiswa Terhadap Citizen Journalism. *Journal of Digital Communication and Design (Jdcode)*, 1(netizen), 1-12.
<http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jdcode/article/view/699>

Rahmadanita, A., Santoso, E. B., & Wasistiono, S. (2019). Implementasi Kebijakan Smart Government Dalam Rangka Mewujudkan Smart City Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 44(2), 81-106.
<https://doi.org/10.33701/jipwp.v44i2.279>

Syifa, S. (2015). Peluang Dan Tantangan Citizen Journalism Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 27-38.