

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi pertimbangan generasi Z dan generasi milenial di Jakarta untuk mengikuti lokakarya seni kriya, memahami pengalaman perjalanan peserta lokakarya dari generasi Z dan generasi milenial di Jakarta, dan untuk memahami nilai-nilai yang dirasakan oleh peserta lokakarya dari generasi Z dan generasi milenial di Jakarta dalam mengikuti lokakarya seni kriya. Desain penelitian yang digunakan adalah kualitatif eksploratif dengan menggunakan pendekatan *in depth interview*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis tematik. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui wawancara semi terstruktur dengan 17 informan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Informan terpilih di penelitian terdiri dari informan peserta lokakarya dari generasi Z, peserta lokakarya dari generasi Milenial (sebagai peserta maupun orang tua dari anak), dan informan pengajar lokakarya seni kriya di Jakarta. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi berdasarkan sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan adanya motivasi internal dan faktor eksternal yang membuat generasi Z dan generasi milenial di Jakarta mau mengikuti lokakarya seni kriya. Faktor pendorong yang utama adalah aktualisasi diri, hiburan, kegembiraan dan gairah. Faktor penarik yang utama adalah promosi menarik dan rekomendasi eksternal. Hasil penelitian juga menyebutkan bahwa terdapat nilai-nilai yang dirasakan dalam bentuk manfaat yang dirasakan dan pengorbanan yang dirasakan. Manfaat utama yang dirasakan informan adalah nilai epistemik, nilai fungsional, dan nilai emosional. Sementara pengorbanan nilai yang terpenting bahwa pengorbanan uang dan waktu sepadan dengan manfaat yang didapat selama lokakarya seni kriya. Setelah memahami motivasi, perjalanan pelanggan, dan nilai yang dirasakan, maka diperoleh solusi untuk perkembangan seni kriya untuk kedepan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan baru mengenai lokakarya seni kriya untuk kalangan generasi Z dan generasi milenial Jakarta.

Kata kunci: lokakarya seni kriya, perjalanan pelanggan, motivasi, nilai yang dirasakan

ABSTRACT

This research was conducted to identify the factors that generation Z and the millennial generation in Jakarta consider when taking part in arts and crafts workshops, to understand the travel experiences of workshop participants from generation Z and the millennial generation in Jakarta, and to understand the values felt by workshop participants from generation Z and millennial generation in Jakarta taking part in craft arts workshops. The research design used was exploratory qualitative using an in-depth interview approach. The data analysis method used is the thematic analysis method. Research data was collected through semi-structured interviews with 17 informants selected using the purposive sampling method. The selected informants in the research consisted of workshop participant informants from generation Z, workshop participants from the Millennial generation (as participants and parents of children), and informants who taught craft arts workshops in Jakarta. Test the validity of the data using triangulation based on data sources.

The research results show that there is internal motivation and external motivation that makes generation Z and the millennial generation in Jakarta want to take part in arts and crafts workshops. The main driving factors are self-actualization, entertainment, excitement and thrills. The main pull factors are attractive promotions and external recommendations. The research results also state that there are perceived values in the form of perceived benefits and perceived sacrifices. The main benefits felt by informants are epistemic value, functional value and emotional value. Meanwhile, the most important value sacrifice is that the sacrifice of money and time is commensurate with the benefits obtained during the craft arts workshop. After understanding motivation, customer journey, and perceived value, solutions are obtained for the future development of craft arts. It is hoped that the results of this research will provide new knowledge and insight regarding craft arts workshops for generation Z and the millennial generation in Jakarta.

Keyword: *art and craft workshop, customer journey, motivation, perceived value*