UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seni kriya merupakan salah satu industri yang berkembang dengan cepat dan diadopsi dengan cepat di Indonesia. Seni kriya di era sekarang telah mengalami pergeseran dari makna seni kriya terdahulu (Farikha, 2019). Dahulu, seni kriya memiliki konsep sebagai kreasi unik yang memiliki nilai kuat, namun seiring perkembangan zaman, seni kriya memiliki pergeseran makna yang mengandung unsur filosofi, simbol fungsi estetik, dan memiliki kesempatan lebih luas untuk berkembang. Seni kriya di era sekarang tidak selalu hadir dalam karya-karya tradisional yang memiliki unsur budaya dan nilai estetik, namun hadir sebagai karya modern yang dipengaruhi oleh perkembangan seni dari negara-negara berkembang (Farikha, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Farikha (2019) tentang fenomena *do-it-yourself* (DIY) sebagai tren di masyarakat milenial dengan konklusi bahwa perkembangan seni kriya harus mengikuti perkembangan kemajuan secara global karena akses masyarakat milenial ke perkembangan seni dan kerajinan modern sudah sangat terbuka, namun tetap diimbangi dengan nilai-nilai budaya Indonesia. Perkembangan tren yang terjadi di masyarakat milenial untuk seni kriya didukung oleh ketersediaan material yang sudah semakin lengkap dan kecenderungan minat

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

masyarakat untuk mengikuti tren seni kriya dari sosial media, seperti *knitting, crocheting, macramé, tapestry*, dan lain sebagainya.

Pertumbuhan minat masyarakat Jakarta dan sekitarnya pada seni kriya semakin bertambah. Pengunjung pameran seni Art Jakarta 2023 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Menurut website resmi Art Jakarta, jumlah pengunjung Art Jakarta pada tahun 2022 adalah sekitar 32.000 orang, sementara di tahun 2023 mencapai 35.000 orang. Fenomena ini menunjukkan bahwa minat masyarakat Jakarta dan sekitarnya terhadap seni kriya semakin bertambah. Selain itu, perkembangan seni kriya didukung oleh semakin banyaknya lokasi-lokasi wisata museum yang sekarang memberikan fasilitas tambahan berupa lokakarya seni kriya pada akhir pekan. Museum seni rupa dan keramik menawarkan lokakarya keramik, museum tekstil menawarkan lokakarya batik, museum wayang menawarkan lokakarya wayang janur, museum bank mandiri menawarkan lokakarya yang berbeda setiap minggunya, seperti melukis, mewarnai toples plastik, menghias mangkuk, hingga menari tradisional, dan museum bahari menawarkan lokakarya kulit yang dijadikan dompet, tas, dan ikat pinggang.

Fenomena memberikan nilai pengalaman unik juga terjadi pada pameran-pameran seni rupa. Pameran seni rupa yang paling hits di Indonesia adalah: Art Jog, Art Jakarta, Jakarta Biennale dan Indonesian Contemporary Art & Design (Kemenparekraf, 2020). Keempat pameran ini adalah pameran-pameran seni kontemporer yang menggandeng seniman-seniman seperti pelukis, patung, desainer, fotografer, dan sangat mendukung perkembangan teknologi. Keempat pameran seni

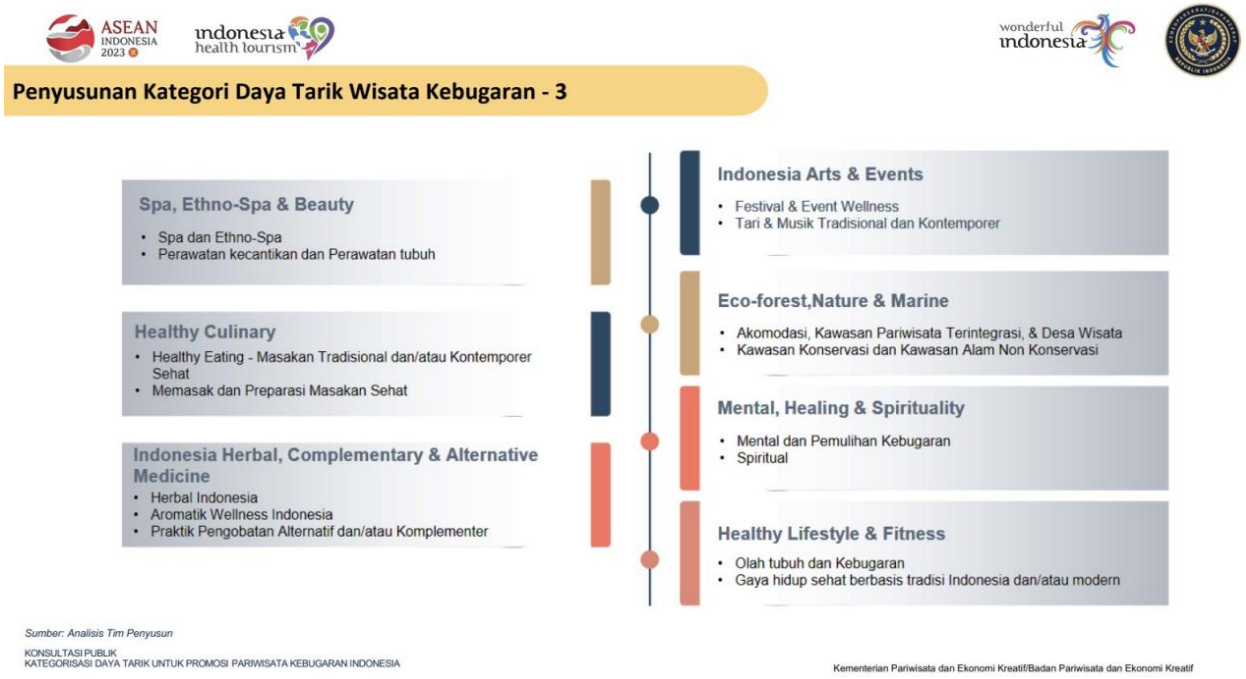
UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ini menawarkan aktivitas tambahan berupa lokakarya seni dan kerajinan, seperti menggambar sederhana, membuat kerajinan tanah liat, dan origami (teknik melipat kertas lipat dari Jepang) (Kemenparekraf, 2020). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengunjung tidak hanya menonton barang-barang seninya, namun dapat memperkaya diri dengan pengalaman sepanjang berada di lokasi galeri (Lee et al., 2020). Pallud & Straub (2014) juga menekankan bahwa galeri seni harus fokus meningkatkan sisi edukasi dan hiburan dengan menawarkan pengalaman untuk pengunjung. Sesuai trend yang dilakukan pameran-pameran seni di Indonesia, lokakarya seni kriya menjadi daya tarik bagi industri seni dan kerajinan kontemporer.

Pertumbuhan minat masyarakat Jakarta dan sekitarnya pada seni kriya didukung juga oleh fenomena dimana banyak pusat perbelanjaan di Jakarta yang memiliki lokasi-lokasi lokakarya seni kriya seperti melukis pada berbagai media dan membuat keramik. Ashta Mall di District 8 memiliki tiga studio lokakarya besar seperti Ganara Art Space, Motion Art Studio, dan Bartega Studio yang menawarkan lokakarya kriya, serta ada beberapa lokakarya seni kriya dalam booth yang tidak permanen. Beberapa pusat perbelanjaan yang mengusung tema keluarga, memiliki studio-studio lokakarya seni kriya. Taman Mini Indonesia Indah melakukan revitalisasi dan dibuka kembali pada 1 September 2023, dan memiliki lokasi lokakarya seni kriya yang cukup besar dikelola oleh Ganara Art Space. Selain itu, banyak pengusaha lokakarya seni kriya yang menawarkan program-program mini lokakarya pada kedai-kedai kopi di Jakarta untuk menarik komunitas datang ke kedai kopi maupun orang-orang awam.

UNIVERSITAS GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Potensi bisnis lokakarya seni kriya sejalan juga dengan program Kemenparekraf, yang mendukung wisata dengan nilai pengalaman. Salah satu program Kemenparekraf yaitu Wonderful Indonesia telah membuat program baru, yaitu *Indonesian Health Tourism*, dengan tujuan menjadikan Indonesia sebagai destinasi *wellness* dan produk-produk *wellness*.



Gambar 1.1 Penyusunan Kategori Daya Tarik Wisata Kebugaran Indonesia Health Tourism

(Sumber : Seminar Indonesia Health Tourism, 2023)

Program Indonesia Health Tourism salah satunya mengangkat Indonesia Arts & Events dimana lokakarya seni kriya bisa menjadi potensi baru bagi wisata kebugaran. Lokakarya seni kriya juga dapat digunakan dalam program Mental Healing & Spirituality. Berdasarkan penelitian tentang terapi seni, terapi seni

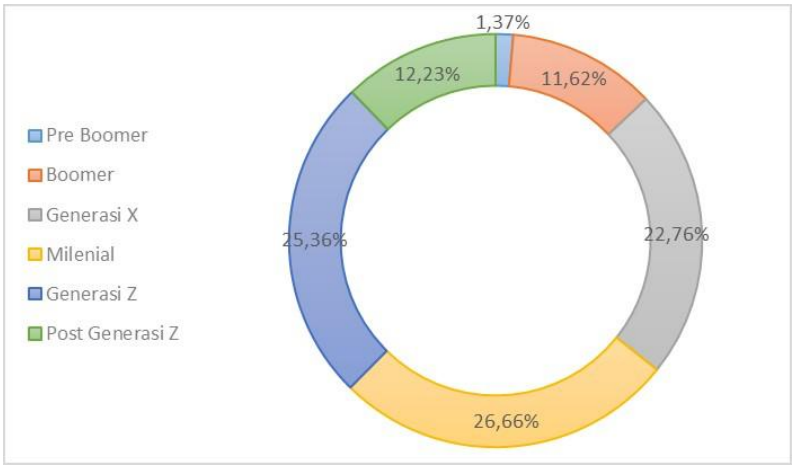
UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

dipercaya dapat membantu secara efektif penderita mental health issue seperti : gangguan kecemasan (Abbing et al., 2019), gangguan depresi (Nan dan Ho, 2017), gangguan stress pasca trauma (Chapman et al, 2001), dan gangguan spektrum autisme (Jalambadani, 2020). Oleh karena itu, bisnis lokakarya seni kriya berpotensi untuk berkembang dan akan diminati oleh masyarakat.

Potensi bisnis yang menarik harus didukung oleh pemilihan target market yang tepat dalam membuat strategi bisnis. Dilansir dari data.goodstat.id (2023), komposisi penduduk Indonesia berdasarkan Biro Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 didominasi oleh generasi Z dan generasi milenial. Generasi Z yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 mendominasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi. Generasi ini masih berada dalam usia muda hingga remaja awal. Sementara generasi milenial sebagai kelompok yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, menduduki urutan kedua dengan jumlah sekitar 69,38 juta jiwa. Milenial menjadi penduduk dominan urutan kedua dengan persentase 25,87% dari populasi. Generasi Z dan generasi Milenial menarik untuk dijadikan target market bagi suatu bisnis karena populasinya yang cukup besar. Di Jakarta, komposisi penduduk berdasarkan Biro Pusat Statistik (BPS) di tahun 2020 tetap didominasi oleh generasi milenial yaitu

UNIVERSITAS GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

sebesar 26,66% dan diikuti oleh generasi Z sebesar 25,36%. Kedua generasi ini merupakan target market yang potensial.



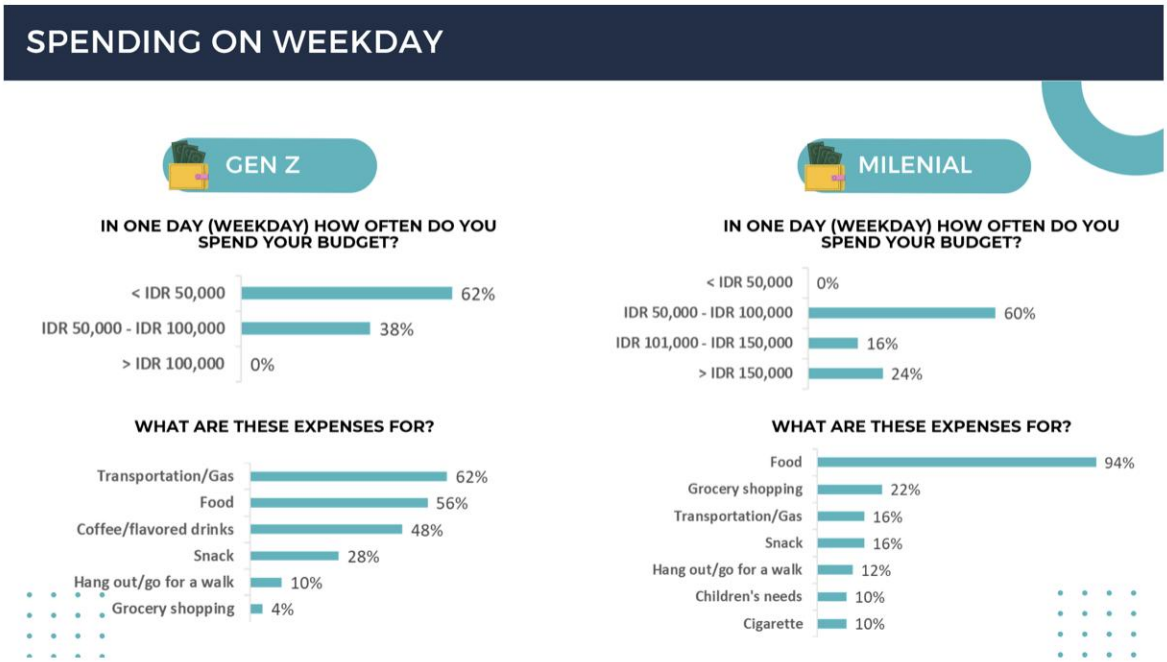
Gambar 1.2 Komposisi Penduduk Jakarta

(Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Global Loyalty Indonesia* (2024), karakter pasar generasi Z dan generasi milenial memiliki keunikan perbedaan dalam kemampuan daya belinya. Pada hari kerja, generasi Z dan generasi milenial akan cenderung melakukan pembelian pada kebutuhan primer seperti makanan dan bensin. Namun, pada akhir pekan kedua generasi ini akan mengalokasikan pembelian ke biaya untuk *hang out*. Biaya untuk lokakarya seni kriya merupakan kebutuhan sekunder dan tersier dan masuk di biaya untuk hang

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

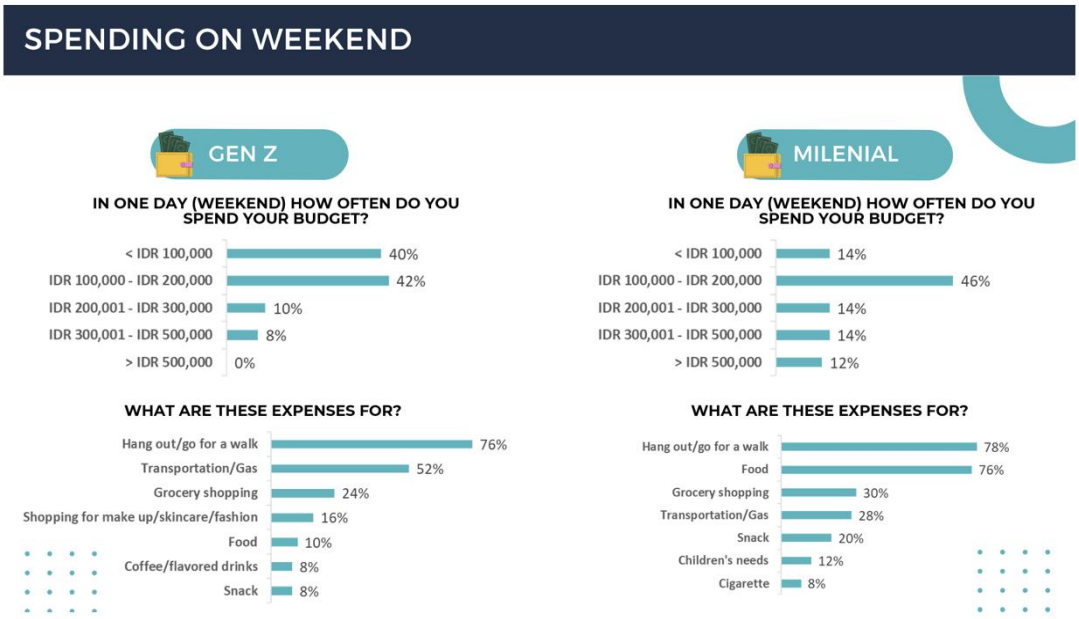
out.



Gambar 1.3 Pengeluaran Generasi Z dan Generasi Milenial saat Hari Kerja

(Sumber : Global Loyalty Indonesia, 2024)

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/



Gambar 1.4 Pengeluaran Generasi Z dan Generasi Milenial saat Akhir Pekan

(Sumber : Global Loyalty Indonesia, 2024)

Penelitian Global Loyalty Indonesia menunjukkan kecenderungan peningkatan pengeluaran alokasi biaya *hang out* pada akhir pekan pada generasi Z dan generasi milenial. Namun, berdasarkan data peserta lokakarya dari empat penyelenggara lokakarya seni kriya di Jakarta, yang terdiri dari PT Waktu Luang, PT Cerita Kreasi Nusantara, Bartega Studio, dan Lukisan Senja, terdapat fenomena bahwa peserta lokakarya didominasi generasi X sementara partisipasi generasi Z dan generasi milenial dalam lokakarya masih cenderung lebih rendah. Sementara pada masing-masing analisis data iklan lokakarya di sosial media Instagram, penonton iklan terbanyak adalah generasi Z, diikuti generasi milenial, kemudian diikuti

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

generasi X. Terdapat kesenjangan yang menunjukkan ketidaksesuaian antara nilai yang ditawarkan penyedia lokakarya dengan nilai yang diharapkan oleh generasi Z dan generasi milenial yang melihat iklan tersebut. Masalah ini dapat diselesaikan apabila menemukan apa sebenarnya faktor-faktor penyebab generasi Z dan generasi milenial di Jakarta tertarik untuk mengikuti lokakarya seni kriya. Penyedia lokakarya berfokus untuk meningkatkan penjualan lokakarya seni kriya di kalangan generasi Z dan generasi milenial yang merupakan potensi demografi terbesar di Jakarta.



Gambar 1.5 Peserta Lokakarya Seni Kriya di Empat (4) Penyedia Lokakarya Kriya 2023 di Jakarta

Berdasarkan data peserta workshop yang diperoleh dari 4 (empat) penyedia lokakarya seni kriya di Jakarta secara online dan offline pada tahun 2023, komposisi peserta didominasi oleh generasi Gen X dengan persentase sebesar 43%. Sementara

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

itu, generasi milenial dan generasi Z masing-masing menyumbang 28% dan 18% dari total peserta. Sedangkan generasi baby boomer merupakan kelompok yang paling sedikit, hanya menyumbang 11% dari jumlah peserta keseluruhan. Terdapat fenomena kesenjangan yang cukup signifikan antara dominasi generasi Z dan generasi milenial dalam komposisi demografi terbesar di Jakarta dengan persentase kehadiran mereka dalam lokakarya. Meskipun generasi Z dan milenial merupakan mayoritas dalam populasi, partisipasi mereka dalam workshop hanya mencapai 28% dan 18%. Hal ini menunjukkan adanya potensi yang besar untuk meningkatkan minat kedua generasi tersebut dalam kegiatan lokakarya, terutama mengingat potensi pasar yang besar dari kedua generasi tersebut dalam bidang pariwisata dan pengalaman.

Dalam melakukan pengembangan suatu produk atau layanan diperlukan pemahaman tentang apa yang sebenarnya kebutuhan dan keinginan konsumen, dalam kasus ini adalah peserta lokakarya. Untuk menemukan intisari kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengikuti lokakarya seni kriya, maka perlu melihat pengalaman perjalanan peserta lokakarya seni kriya yang sudah pernah mengikuti aktivitas lokakarya seni kriya. Fokus dari penelitian ini adalah menganalisa persepsi generasi milenial dan generasi Z di Jakarta terhadap lokakarya seni kriya. Cerita pengalaman perjalanan peserta lokakarya seni kriya dapat memberikan gambaran

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI
LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

faktor-faktor atau motivasi yang membuat mereka mengikuti kegiatan lokakarya seni kriya di Jakarta dan nilai-nilai apa saja yang mereka rasakan selama melakukan kegiatan tersebut. Penelitian ini diharapkan akan memberikan solusi perbaikan berdasarkan motivasi dan nilai-nilai peserta lokakarya seni kriya untuk meningkatkan minat generasi Z dan generasi milenial dalam mengikuti lokakarya seni kriya.

1.2 Rumusan Masalah

Globalisasi dan perkembangan industri kreatif di Indonesia telah mendorong pertumbuhan minat masyarakat, terutama generasi Z dan generasi milenial, pada seni kriya. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah pengunjung pameran seni Art Jakarta yang meningkat dari 32.000 orang pada tahun 2022 menjadi 35.000 orang pada tahun 2023, menunjukkan potensi bisnis yang besar dalam kategori wisata yang menawarkan nilai pengalaman. Berdasarkan data peserta workshop yang diperoleh dari tempat lokakarya seni kriya di empat (4) penyedia lokakarya seni kriya di Jakarta pada tahun 2023, komposisi total peserta didominasi oleh generasi X dengan persentase sebesar 43%. Sementara itu, generasi milenial dan generasi Z masing-masing menyumbang 28% dan 18% dari total peserta. Sedangkan generasi baby boomer merupakan kelompok yang paling sedikit, hanya menyumbang 11% dari jumlah peserta keseluruhan. Apabila merujuk pada komposisi demografi Jakarta,

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

generasi Z dan generasi milenial adalah generasi terbesar yang mendominasi demografi dari Indonesia saat ini. Dalam mengadakan acara, keempat penyedia ini selalu memasang iklan berbayar pada sosial media Instagram dan mendapatkan *insight* yaitu *reach* terbesar pada generasi Z diikuti generasi milenial kemudian baru generasi X. Hal ini menunjukkan kesenjangan yang cukup signifikan antara dominasi generasi Z dan milenial dalam demografi Jakarta dan penonton iklan berbayar di Instagram, dengan persentase ketertarikan mereka dalam lokakarya. Meskipun generasi Z dan milenial merupakan mayoritas dalam populasi dan *reach* Instagram, namun partisipasi mereka dalam berpartisipasi dalam lokakarya seni kriya hanya mencapai 28% dan 18%. Hal ini menunjukkan adanya potensi yang besar untuk meningkatkan keterlibatan kedua generasi tersebut dalam kegiatan seperti lokakarya, terutama mengingat potensi pasar yang besar dari kedua generasi tersebut dalam bidang pariwisata dan pengalaman. Agar solusi perbaikan dapat tepat sasaran, maka perlu dipahami lebih dalam mengenai apa yang dibutuhkan dan diinginkan peserta lokakarya seni kriya di Jakarta pada generasi Z dan generasi milenial. Untuk memahaminya, peneliti memahami melalui cerita pengalaman perjalanan peserta lokakarya seni kriya di Jakarta dari generasi Z dan generasi milenial. Cara ini akan membantu menemukan motivasi peserta lokakarya seni kriya untuk mengikuti

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI
LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

rangkaian lokakarya dan nilai-nilai apa yang mereka rasakan selama mengikuti kegiatan lokakarya seni kriya.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana pengalaman perjalanan peserta lokakarya dalam mengikuti lokakarya seni kriya?
2. Apakah yang menjadi motivasi dan pertimbangan generasi Z dan generasi milenial untuk menjadi peserta lokakarya dan mengikuti lokakarya seni kriya?
3. Apakah yang menjadi nilai-nilai yang dirasakan peserta lokakarya seni kriya saat mengikuti lokakarya?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Memahami pengalaman perjalan peserta lokakarya dalam mengikuti lokakarya seni kriya.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi motivasi dan pertimbangan generasi Z dan generasi milenial untuk menjadi peserta lokakarya dan mengikuti lokakarya seni kriya.

UNIVERSITAS GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3. Mengidentifikasi nilai-nilai yang dirasakan peserta lokakarya seni kriya saat mengikuti lokakarya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagi pelaku bisnis lokakarya

   Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan pada pelaku bisnis lokakarya dalam mengambil kebijakan terutama penyusunan strategi dalam memahami perilaku dan kebutuhan konsumen individu generasi Z dan generasi milenial dalam lokakarya seni kriya.

2. Bagi akademisi

   Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan dan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang terkait motivasi mengikuti lokakarya seni kriya dan memahami keputusan pembelian bagi individu generasi Z dan generasi milenial.

1.6 Lingkup Penelitian

Penulis memiliki batasan penelitian agar penelitian lebih terfokus pada inti permasalahan dan mendapatkan hasil penelitian yang valid. Batasan penelitian dalam lingkup penelitian yaitu sebagai berikut.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

1. Penelitian ini secara garis besar bertujuan untuk mengetahui dan memahami pengalaman perjalanan peserta lokakarya seni kriya, motivasi, dan nilai-nilai yang dirasakan oleh peserta lokakarya seni kriya selama mengikuti kegiatan lokakarya.
2. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh informasi dan mengumpulkan data-data secara rinci dari informan yang dipilih dengan kriteria yang telah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan penelitian yang dilakukan dengan wawancara secara mendalam (*in-depth interview*).
3. Peserta lokakarya adalah dari generasi Z dan generasi Milenial yang tinggal di Jakarta.
4. Lokakarya seni kriya yang diteliti adalah sistem lokakarya offline.

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini disusun ke dalam lima bab dengan rincian sebagai berikut.

BAB I

Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MEMAHAMI FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DI JAKARTA UNTUK MENGIKUTI LOKAKARYA SENI KRIYA
Ruth Melisa Darmawan, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tinjauan Pustaka yang berisi teori-teori yang digunakan sebagai acuan atau dasar dalam penelitian ini dan memasukkan beberapa penelitian terdahulu.

BAB III

Metodologi yang berisi desain penelitian yang menjelaskan tahapan-tahapan dalam metode atau cara yang diterapkan dalam penelitian ini, kemudian dijelaskan bagaimana cara memperoleh sampel (narasumber) untuk metode kualitatif (wawancara).

BAB IV

Hasil Penelitian dan Pembahasan dimana peneliti mempresentasikan dan menjelaskan hasil pengolahan data yang didapat dari kegiatan wawancara dengan para narasumber, kemudian peneliti membahas hasil-hasil data yang ada dan dikaitkan dengan topik dari penelitian ini.

BAB V

Kesimpulan & Saran yang berisi kesimpulan yang berasal dari komponen-komponen analisis, membuat implikasi teoritis dan implikasi manajerial yang terdapat pada penelitian ini. Terdapat saran penelitian yang diberikan untuk para peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai perfilman Indonesia dan perilaku konsumennya.