



Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Seni Dan Budaya Oleh Bengkel Kreatif Hello Indonesia (Studi kasus Bengkel Kreatif Hello Indonesia di Tangerang Selatan dengan Metode Kualitatif)

¹Nia Surya Amiati, ²Susie Perbawasari, ³Centurion C Priyatna

^{1,2,3}Universitas Padjajaran, Indonesia

Received: 13 April 2023
Revised: 24 April 2023
Accepted: 22 Mei 2023

Abstract

Creative workshops are a form of action taken by an organization to preserve Indonesian arts and culture which have begun to fade and prevent their extinction. This study aims to find out why Hello Indonesia Creative Workshop was formed, to analyze the increase in participants at Hello Indonesia Creative, to analyze how Hello Indonesia Creative Workshop increases public interest in art and culture. The research method used is a qualitative approach. Research using in-depth interviews, observation and literature study. While the results of the research are to arouse the interest of young people by optimizing art and cultural education, holding regular traditional art performances, maximizing traditional arts in the midst of society, mixing and matching traditional art performances and inviting professional speakers. It can be suggested that the public, especially the younger generation, should be able to avoid and limit themselves against the negative impacts of globalization. because, if left unchecked, the negative impacts of globalization can gradually lead to the fading of the love for art that belongs to a region.

Keywords: *Public Interest in Art and Culture*

(*) Corresponding Author: Nia21002@mail.unpad.ac.id

How to Cite: Amiati N.S, Perbawasari S, & Priyatna C.C. (2023). Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Seni Dan Budaya Oleh Bengkel Kreatif Hello Indonesia (Studi kasus Bengkel Kreatif Hello Indonesia di Tangerang Selatan dengan Metode Kualitatif). <https://doi.org/10.5281/zenodo.8079034>

PENDAHULUAN

Indonesia termasuk kedalam negara yang terdiri dari pulau-pulau atau biasa disebut dengan negara kepulauan yang memiliki berbagai macam suku, bahasa, adat istiadat dan ke budayaan. Oleh karena itu, kewajiban bagi setiap lapisan masyarakat untuk mempertahankan kebudayaan yang dimiliki sejak dahulu dan diwariskan secara turun-temurun. Peran masyarakat, terutama generasi muda sangat diharapkan untuk terus berusaha belajar dan dapat mewarisinya agar tidak punah (Nahak,2019) Berdasarkan data Statistik Kebudayaan dan Bahasa 2018 dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Sekretariat Jendral, Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan. Terdapat data yang menunjukkan seberapa fasilitasi kegiatan kesenian tiap provinsi, jumlah kegiatan seniman mengajar, dan jumlah revitalisasi kesenian pada setiap provinsinya.

Salah satu provinsi di pulau jawa yang paling rendah dalam bidang keseniannya pada tahun 2017 jatuh kepada provinsi Banten. Oleh karena itu, untuk mencegah punahnya budaya dan kesenian yang ada di Indonesia, maka beberapa tahun ini mulai terciptalah suatu komunitas atau suatu program yang sering disebut dengan Bengkel Kreatif. Bengkel kreatif ini merupakan tempat dimana masyarakat bisa berkumpul saling bertukar pikiran dan mengekspresikan



rasa cinta nya terhadap seni dan kebudayaan tanah air Indonesia. Bengkel Kreatif merupakan suatu bentuk tindakan yang dilakukan oleh suatu organisasi guna melestarikan kembali kesenian dan kebudayaan Indonesia yang sudah mulai luntur dan mencegah kepuahannya. Salah satu Bengkel Kreatif yang sedang bergerak di pulau Jawa, tepatnya di Provinsi Banten yaitu Bengkel Kreatif Hello Indonesia (BKHI) yang merupakan program dari Yayasan Seni untuk Bangsaaku (SUB) yang memiliki peran sebagai wadah yang dapat menjaring semua generasi muda mudi yang nantinya akan didorong untuk menjadi generasi yang jasatiff, kreatif dan memiliki nilai budaya yang arif terhadap potensi alam semesta beserta kehidupannya, sehingga kelak generasi itu akan berguna bagi masa depan bangsa ini. Kata “Hello” yang diselipkan di nama BKHI ini memiliki arti sebagai sebuah keakraban, kedamaian, dan kasih sayang sebagai makhluk sosial dan berbudaya. Bengkel Kreatif Hello Indonesia didirikan oleh Muhammad Holis Satriawan yang merupakan salah satu ketua Lembaga Seniman Budayan Muslim Indonesia (LESBUMI) yang merupakan organisasi kebudayaan Nahdatul Ulama.

BKHI pertama kali diresmikan pada 3 Juli tahun 2017 oleh ketua umum Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) yaitu KH. Said Agil Siradj yang berlokasi di Graha Raya Bintaro, Kota Tangerang Selatan, Banten. Namun, seiring berjalannya waktu, terdapat kendala pada lokasi BKHI ini yaitu berupa adanya pembangunan jalan tol oleh pemerintah yang mengharuskan BKHI ini harus pindah lokasi ke jalan Merpati Raya, Sawah Baru, Tangerang Selatan, Banten. Kemudian, lokasi BKHI ini kembali diresmikan pada tanggal 19 Mei 2019. Bengkel Kreatif Hello Indonesia (BKHI) Nahdlatul Ulama (NU) telah resmi dibuka di Jl. Merpati Raya No 33, Sawah Baru, Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan. Didirikannya BKHI ini, menurut Holis, untuk membantu program pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran dan menciptakan lapangan kerja baru yang kreatif, memberikan wadah kepada generasi muda yang mempunyai jiwa kreativitas namun terkendala dengan permodalan dan pengembangan kreativitas. NU sebagai organisasi masyarakat Islam terbesar tentu memiliki tanggung jawab besar dalam membangun umat dalam segala halnya dan perlu ditopang oleh kekuatan ekonomi karena ekonomi bagian utama dalam perjuangan membangun kesejahteraan umat.

Program BKHI ini akan memberikan pelatihan kepada 1000 Nahdliyin untuk menjadi para kreatif ekonomi NU yaitu 1000 kedai kepada seluruh santri-santri. Bengkel Kreatif Hello Indonesia ini merupakan ikon baru kreatifitas anak muda yang membanggakan dan perlu digaungkan keseluruhan anak muda penjurur tanah air. Ini bisa menjadi wadah anak-anak muda untuk lebih kreatif, responsif, dan inovatif. Bengkel Kreatif Hello Indonesia ini dibangun dengan tujuan sebagai sarana pelatihan dan pengembangan kreativitas, terutama untuk generasi muda Indonesia agar dapat mengasah serta mengembangkan potensi-potensi yang mereka miliki sehingga dapat di realisasikan kedalam bentuk nyata, seperti menghasilkan jasa dan lain lain. oleh karena itu, selain tempat pelatihan seni dan pengembangan kreatifitas, BKHI juga merupakan sarana pelatihan keterampilan untuk para wirausaha pemula atau para masyarakat yang ingin belajar

berwirausaha dengan menghasilkan kreatifitas tersebut yang kemudian hasilnya bisa diperjual belikan. Dalam BKHI, terdapat beberapa kelas, workshop, seminar, serta kegiatan-kegiatan lainnya yang dapat diikuti untuk mengasah keterampilan masyarakat contohnya seperti kelas menari tradisional, menjahit baju adat seperti kebaya, batik dan lain-lain, melukis menggunakan akrilik, mengukir, membuat kerajinan tangan, dan kegiatan-kegiatan kreatifitas lainnya. Namun, untuk menarik perhatian para generasi muda atau seluruh masyarakat untuk datang dan ikut serta dalam kegiatan di BKHI ini tentu tidak akan mudah. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan-kegiatan yang tepat untuk Bengkel Kreatif Hello Indonesia dalam meningkatkan meningkatkan minat masyarakat. Hal ini sangatlah penting untuk membuat masyarakat tertarik untuk mendatangi serta ikut serta dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh BKHI ini dan meyakinkan masyarakat bahwa Bengkel Kreatif Hello Indonesia merupakan pilihan yang tepat bagi masyarakat dalam menyalurkan dan mengembangkan potensi-potensi yang mereka miliki. Oleh karena itu, dibutuhkannya peran Public Relations dalam suatu organisasi guna meningkatkan kepercayaan masyarakat pada Bengkel Kreatif Hello Indonesia.

Public Relations yang dalam istilah Bahasa Indonesia disebut hubungan masyarakat, istilah ini digunakan secara luas terutama di instansi pemerintah, perusahaan, lembaga, yayasan dan sebagainya. Bahkan *Public Relations* sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam struktur organisasi dalam suatu institusi atau lembaga. Pelaksanaan *Public Relations* lebih tertuju pada ketrampilan membina hubungan antar manusia didalam dan diluar organisasi seraya mencegah timbulnya masalah. Pengertian *Public Relations* terdiri dari dua kata yaitu *public* dan *relations*. *Public* atau masyarakat dalam hal ini adalah sekelompok orang yang menaruh perhatian pada suatu hal yang sama. Mempunyai minat dan kepentingan yang sama pula. *Relations* mengandung arti hubungan yang timbal balik (*two way communication*).

Pengertian dari kedua kata itu substansi yang kedua public atau masyarakat yang dituju. Hubungan tersebut diupayakan agar dapat menghasilkan suatu pengertian atau kesepakatan dalam suatu hal tertentu. Dapat dimengerti bahwa *Public Relations* itu adalah suatu ilmu, system, seni, fungsi, proses, profesi, metode dan kegiatan (*Acting*). Puntoadi (2011: 5). Berdasarkan pendapat di atas, Peneliti menyimpulkan bahwa, *Public Relations* adalah hubungan timbal balik di antara sekelompok orang yang mempunyai minat dan kepentingan sama untuk menghasilkan suatu pengertian atau kesepakatan dalam hal tertentu. Pengertian *Public Relations* atau menurut Frank F. Jefkins: "Segala bentuk komunikasi berencana ke luar atau ke dalam suatu organisasi dengan masyarakat dengan tujuan memperoleh sasaran-sasaran tertentu yang berhubungan dengan saling pengertian". (Jefkins, 2017: 75). Berdasarkan pendapat di atas, Peneliti menyimpulkan bahwa, adalah segala bentuk komunikasi ke luar atau ke dalam didalam suatu organisasi yang berhubungan dengan masyarakat untuk mencapai tujuan yaitu hubungan yang saling pengertian. Menurut Soemirat, "*Public Relations* adalah salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif

dari citra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama” (Soemirat, 2017:112).

Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan (Sardiman, 1990: 76). Menurut (Tampubolon, 1991: 41) mengatakan bahwa minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi. Sedangkan menurut (Djali, 2008: 121) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan, jabatan, atau karir. Tidak akan mungkin orang yang tidak berminat terhadap suatu pekerjaan dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan baik. Minat dapat diartikan sebagai rasa senang atau tidak senang dalam menghadapi suatu objek (Mohamad Surya, 2014: 100).

Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh (Slameto, 2013: 180) yang menyatakan bahwa minat sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Menurut Kartini Kartono (1996: 12) minat merupakan momen dan kecenderungan yang searah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap penting. Menurut Ana laila Soufia dan Zuchdi (2014: 116) menjelaskan bahwa minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada orang lain, pada aktivitas atau objek lain. Sedangkan (Slameto, 2013: 57) menjelaskan bahwa minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Lebih lanjut Slameto mengemukakan bahwa 2013 dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam satu aktivitas. Siswa yang memiliki minat terhadap subjek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subjek tersebut.

Menurut (Sudirman, 2013: 76) minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Minat merupakan kecenderungan pada seseorang yang ditandai dengan rasa senang atau ketertarikan pada objek tertentu disertai dengan adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu, karena dirasakan bermakna bagi dirinya dan ada harapan yang di tuju.

Dari pendapat para ahli di atas peneliti mengambil kesimpulan bahwa timbulnya minat seseorang itu disebabkan oleh beberapa faktor penting yaitu fsakttor intern dan ekstern. Adapun faktor intern terdiri dari perhatian, tertarik,

dan aktifitas, sedangkan faktor ekstern terdiri dari keluarga, sekolah, dan lingkungan.

Pentingnya Minat Elizabeth B. Hurlock (1993: 214) mengatakan bahwa pada semua usia, minat memainkan peran yang penting dalam kehidupan seseorang dan mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap, terutama selama masa kanak-kanak. Karena jenis pribadi anak sebagian besar ditentukan oleh minat yang berkembang selama masa kanak-kanak. Di samping itu pengalaman belajar dari anak juga sangat berpengaruh terhadap perkembangan minat anak. Minat mempunyai pengaruh yang besar terhadap proses dan pencapaian hasil belajar. Apabila materi pelajaran yang dipelajari tidak sesuai dengan minat siswa, maka siswa tidak akan tertarik untuk belajar dengan sebaik-baiknya. Tidak ada daya tarik bagi siswa mengakibatkan keengganan belajar. Keengganan belajar mengakibatkan tidak adanya kepuasan dari pelajaran tersebut. Namun sebaliknya, pelajaran yang menarik siswa, lebih mudah direncanakan karena minat menambah aktivitas belajar. Jika terdapat siswa yang kurang berminat terhadap belajar, maka dapatlah diusahakan agar mempunyai minat yang lebih besar yaitu dengan cara menjelaskan hal-hal yang menarik dan berguna bagi kehidupan sertahal-hal yang berhubungan dengan cita-cita kaitannya dengan materi pelajaran yang dipelajari.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis studi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Hal ini dikarenakan peneliti mencoba memahami suatu peristiwa berdasarkan sudut pandang individu. Menurut Bungin (2015), pendekatan kualitatif merupakan suatu pendekatan yang dilakukan ketika melakukan penelitian yang memiliki orientasi pada gejala-gejala yang sifatnya alamiah. Oleh karena orientasi itu, maka pendekatan kualitatif memiliki sifat yang naturalistik dan mendasar atau mengharuskan peneliti untuk terjun secara langsung ke lapangan. Penelitian seperti ini memiliki tujuan untuk memandang apa yang sedang berlangsung atau terjadi pada dunia tersebut dan melekatkan temuan-temuan yang didapatkan didalamnya.

Menurut Faisal (2017:109) Subjek penelitian adalah menunjuk pada orang/individu atau kelompok yang dijadikan unit atau satuan (kasus) yang diteliti. Karena studi kasus berkepentingan dengan upaya "merekonstruksi" bagaimana seseorang atau sesuatu kelompok itu sebagai suatu keseluruhan (misalnya riwayat hidup seseorang). Berdasarkan pendapat Faisal tentang subjek, Peneliti menyimpulkan bahwa subjek penelitian adalah menunjuk pada orang atau pelaku. Subjek dalam penelitian ini adalah, Meningkatkan Partisipan Kelas Seni Bengkel Kreatif Hello Indonesia. Subjek penelitian ini adalah narasumber yang akan diwawancara untuk memberikan informasi tentang penelitian ini. Narasumber dalam penelitian ini berasal dari pihak internal Bengkel Kreatif Hello Indonesia.

Pengertian Objek dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia (KUBI) (Susunan Poerwadarminta 2016:683) Objek (Objek) 1 hal, perkara atau orang yang menjadi pokok pembicaraan ; 2 sasaran; tujuan; 3 bahan. Pelengkap (tujuan penderita); - pembangunan, sesuatu yang akan atau sedang dibangun. Berdasarkan pendapat dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu, Kepercayaan pelanggan. Objek dalam penelitian ini di Bengkel Kreatif Hello Indonesia yang beralamat di Jalan Merpati Raya, Sawah Baru, Tangerang Selatan, Banten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ditengah maraknya arus perkembangan zaman yang masuk ke Indonesia, tentunya membuat berbagai dampak positif maupun negatif bagi anak-anak zaman sekarang. Seiring dengan kemajuannya zaman kebudayaan lokal yang ada disuatu daerah mulai dilupakan. Kesadaran masyarakat untuk mau menjaga kebudayaan yang mereka miliki masih terbilang minim, karena anakanak pada zaman sekarang ini lebih tertarik dengan budaya asing yang sudah masuk ke wilayah yang dimilikinya, karena budaya asing yang masuk tersebut lebih bersifat praktis dan sesuai dengan perkembangan zaman yang lagi ngetrend (Wigunadika, 2018). Mereka cenderung lebih suka dan bangga dengan karya-karya asing, dan gaya hidup yang kebarat-baratan dibandingkan dengan kebudayaan lokal di daerah mereka.

Mereka lebih menyukai hal-hal baru yang terlihat lebih menarik, namun hal-hal yang menurut mereka menarik tersebut belum tentu memiliki dampak yang baik bagi dirinya, jadi anak-anak didik yang akan menjadi generasi bangsa kelak harus dibimbing dan diawasi agar anak-anak tersebut tidak membawa dampak buruk dikehidupannya yang akan datang. Karena kebudayaan barat yang masuk tersebut tidak selalu membawa dampak baik bagi mereka semua, dan jangan sampai para generasi muda menyalah artikan perkembangan zaman yang semakin maju ini. Kebudayaan lokal yang kita miliki saat ini sebenarnya masih bisa disesuaikan dengan perkembangannya zaman, asalkan tidak meninggalkan ciri khas dari budaya lokal tersebut. Budaya lokal harus bisa memperkuat daya tahannya untuk menghadapi globalisasi budaya asing yang semakin berkembang ini. Jika kebudayaan lokal tidak berdaya dalam menghadapi busaya asing yang masuk ke negara ini, maka sama saja artinya kita membiarkan budaya asing melenyapkan sumber identitas lokal yang kita miliki (Mubah, 2011).

Mengapa dibentuknya komunitas Bengkel Kreatif Hello Indonesia

Dengan dibentuknya Bengkel Kreatif Hello Indonesia (BKHI) Nahdlatul Ulama menjadi wadah kreatifitas anak muda, khususnya kaum santri yang tak pernah berhenti pada gagasan, namun membuat karya nyata sebagai generasi produktif. BKHI menjadikan generasi muda mampu bersaing di era global milenial. BKHI merupakan sebuah wadah untuk para komunitas dan generasi muda yang memiliki jiwa kreatif serta ingin mengembangkan bakatnya dalam berkarya. Kehadiran Bengkel Kreatif Hello Indonesia (BKHI) memang sangat diperlukan untuk para pemuda pada umumnya. Sesuai dengan pernyataan

menpora juga berharap dapat bermanfaat untuk para atlet. Para atlet yang merupakan kaum muda dengan skil khusus ternyata juga memiliki sisi lain yang dapat dikembangkan, terutama pasca keatletannya

Mengapa Bengkel Kreatif Hello Indonesia Mengalami Kenaikan Partisipan Yang Signifikan Pada Tahun 2021

Bengkel Kreatif Hello Indonesia sebagai wadah bagi para komunitas dan pendongkrak ekonomi kreatif, lewat hastag #BersamaBKHI tidak akan bosan-bosannya untuk mengajak teman-teman agar tetap kreatif karena BKHI akan selalu mensupport agar untuk berkembang bersama. Dengan adanya kenaikan yang signifikan yaitu dengan adanya adanya satu program yang dijalani oleh BKHI yaitu Kelas Seni. Dalam kelas seni ini, masyarakat dapat mendaftarkan diri serta mengikuti pelatihan kesenian didalamnya. Meningkatkan Partisipan Kelas Seni yang dilakukan oleh Bengkel Kreatif Hello Indonesia dalam menarik minat masyarakat karena kurangnya awereness dengan melakukan pelatihan serta pengembangan kreatifitas di BKHI itu dianggap baik bila dilihat berdasarkan perkembangan jumlah partisipan dalam Kelas Seni setiap tahunnya

Dengan masuknya komunitas bisa memperkaya cara pandang yaitu dengan berkesempatan menemukan perspektif lain dari teman komunitas hal ini akan memperluas cara pandang dalam melihat dan menghadapi sesuatu serta memunculkan ide baru. Dengan berkomunitas akan bertemu dengan macam macam orang dengan kualitas dan pengalaman masing masing. Hal ini dapat membantu mendapatkan banyak akses yang luas atas berbagai resource yang dapat meningkatkan kualitas, bertukar pikiran, hingga membangun kolaborasi. Kemudian dengan berbagai macam macam orang didalamnya akan belajar bagaimana menghadapi dan berkomunikasi dengan berbagai orang. Hal itu akan membantu ketika terlibat dalam suatu agenda atau acara komunitas sebagai panitia karena komunikasi adalah salah satu suksesnya suatu tim. Terakhir tidak menutup kemungkinan akan mendapatkan keuntungan dalam berkomunitas. Selain sharing bisa juga berkolaborasi atau membangun kerjasama. Bisa jadi ada anggota komunitas yang membutuhkan jasa keahlian ataupun produk yang kita miliki. Hal itu juga dapat membantu dalam membranding diri sendiri. Untuk itu kita perlu melakukan pengembangan diri secara terus menerus.

Bagaimana Bengkel Kreatif Hello Indonesia Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Seni Dan Budaya Cara membangkitkan minat anak muda terhadap kesenian tradisional dan manfaatnya:

1. Mengoptimalkan Pendidikan Seni dan Budaya

Kegiatan yang dilakukan BKHI yaitu dengan membuka kelas pelatihan kesenian serta kebudayaan untuk masyarakat yang juga disebut sebagai 'Kelas Kreatif' dan juga melakukan workshop kesenian. Kelas Kreatif dan workshop ini dibuka untuk siapa saja yang tertarik dan mau belajar serta mendalami kesenian dan kebudayaan Indonesia. Kelas Kreatif dan workshop yang difasilitasi oleh BKHI ini sangat variatif, seperti kelas menari tradisional, kelas melukis akrilik, kelas tari kreasi modern, workshop menjahit, dan lain lain. Kegiatan ini dilakukan

agar masyarakat bisa mempraktikkan dan belajar secara langsung mengenai kesenian yang mereka minati.

2. Mengadakan Pertunjukkan Seni Tradisional secara Berkala

BKHI juga mengadakan berbagai *event* terbuka, yang berhubungan dengan pementasan seni tradisional secara terjadwal, baik tari, drama, permainan alat musik tradisional, pameran pakaian adat dan lain-lain. Hal ini dilakukan agar kegiatan di BKHI tidak monoton, jadi diadakannya selingan hiburan yang juga dilakukan BKHI, namun tetap masih sejalan dengan visi dan misi BKHI.

3. Memaksimalkan Kesenian Tradisional ditengah-tengah Masyarakat

Selanjutnya cara membangkitkan minat anak muda yang dilakukan BKHI terhadap seni tradisional yaitu dengan memberikan pelajaran budaya lokal, mengikut sertakan kegiatan budaya asal, mengenalkan produk seni dan budaya di tingkat international, menjadikan budaya sebagai identitas daerah, dan mengadakan dan turut serta dalam kegiatan lomba/pentas seni di daerah sekitar.

4. Memadupadankan pertunjukan kesenian tradisional dan modern

Kegiatan ini terdiri dari beberapa pertunjukan semi modern seperti mengundang penyanyi-penyanyi masa kini agar masyarakat menjadi tertarik untuk menontonnya. Untuk mempertahankan serta berpegang teguh pada visi dan misi BKHI, pertunjukan kesenian semi modern ini diselingi dengan pertunjukan-pertunjukan tradisional. Mungkin memang awalnya masyarakat akan tertarik karena pertunjukan modern yang ditampilkan, namun seiring berjalannya acara mereka mulai menikmati pertunjukan tradisionalnya dan memiliki penglihatan baru atau pengetahuan baru tentang kesenian tradisional.

5. Mengundang pembicara yang profesional

Selain *event* musik, BKHI juga mengadakan kegiatan yang dinamakan 'Ngobrew' yang dimana kegiatan ini BKHI mengundang pembicara-pembicara profesional untuk memberikan materi atau berbagi ilmu tentang kesenian serta kebudayaan kepada masyarakat. Cara BKHI memilih pembicara profesional yaitu dengan mencari tokoh populer serta memiliki '*self branding*' yang baik dikalangan masyarakat, terutama generasi muda. Pemilihan figur yang telah dikenal oleh publik, baik karena karya maupun aktivitasnya selama ini merupakan pilihan yang tepat untuk menarik minat masyarakat mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh BKHI. Kehadiran sosok terkenal akan membuat peserta kegiatan lebih familier dengan acara yang diadakan. Bisa jadi, awal mula calon peserta mendaftarkan diri untuk mengikuti acara karena merasa penasaran dengan sepak terjang sosok tersebut, yang kemudian akan mengalir mengikuti kegiatan lainnya yang diselenggarakan oleh BKHI tersebut.

KESIMPULAN

Generasi muda tidak memiliki persepsi terhadap seni karena generasi muda tidak mengetahui adanya BKHI. BKHI diciptakan untuk sebagai sebuah wadah untuk para komunitas dan generasi muda yang memiliki jiwa kreatif serta ingin mengembangkan bakatnya dalam berkarya. Optimalisasi sosial media melalui hashtag #BersamaBKHI untuk mengajak teman-teman agar tetap kreatif

karena BKHI akan selalu mendukung penuh masyarakat untuk berkembang bersama. Kehadiran Bengkel Kreatif Hello Indonesia (BKHI) memang sangat diperlukan untuk para pemuda pada umumnya. Untuk membangkitkan minat masyarakat yang dilakukan BKHI juga mengadakan berbagai *event* terbuka, kelas kreatif, dan webinar yang berhubungan dengan pementasan seni tradisional secara terjadwal, baik tari, drama, permainan alat musik tradisional, pameran pakaian adat dan lain-lain. Cara membangkitkan minat anak muda yaitu dengan terus mengoptimalkan pendidikan seni dan budaya, mengadakan pertunjukkan seni tradisional secara berkala, memaksimalkan kesenian tradisional ditengah-tengah masyarakat, dan memadupadankan pertunjukan kesenian tradisional dan modern agar generasi muda tidak mudah bosan dengan acara pagelaran seni tersebut.

REFERENSI

- A M, Sardiman. 1990. *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Bungin, Burhan. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. PT . Bumi Aksara: Jakarta
- Elizabeth B. Hurlock. 1993. *Perkembangan Anak*: Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Faisal, Sanapiah. 2017, *Format-Format penelitian Sosial*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Jefkins, 2017. *Public Relations Edisi kelima*, Jakarta: PT Gelora Aksara. Pratama
- Kartono Kartini, 1996. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Madar Maju, Bandung, Cet. Ke-VII
- Mubah. A Safaril. 2011. “*Strategi meningkatkan daya tahan budaya lokal dalam menghadapi arus globalisasi*”.Departemen Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Airlangga, Surabaya. Volume24, Nomer 4 hal : 302-308
- Nahak, H. 2019. Upaya Melestarikan Budaya Indonesia Di Era Globalisasi. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5 (1), 65–67. <https://doi.org/10.33369/jsn.5.1.65-76>
- Poerwadarminta, WJS. 2016, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta, PT. Balai Pustaka
- Puntoadi, Danis, 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, PT Elex Komputindo, Jakarta.
- Slameto. 2013. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Soemirat, Soleh dan Asep Suryana. 2017. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Surya, Mohamad. 2014. *PSIKOLOGI GURU Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Wigunadika, I. W. S. 2018. Pendidikan karakter berbasis kearifan lokal masyarakat Bali. *Purwadita*, 2 (2), 91-100.
- Zuchdi, Darmiyati. 2014. *Pendidikan Karakter dalam perpektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: UNY Press.