

BAB II

TINJAUAN UMUM *DESIGN ENTREPRENEUR*

II.1. Desain

II.1.1. Pengertian Desain

Desain biasa diterjemahkan sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian kreatif lainnya. Dalam sebuah kalimat, kata "desain" bisa digunakan baik sebagai kata benda maupun kata kerja. Sebagai kata kerja, "desain" memiliki arti "proses untuk membuat dan menciptakan obyek baru". Sebagai kata benda, "desain" digunakan untuk menyebut hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik itu berwujud sebuah rencana, proposal, atau berbentuk obyek nyata.

Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetika dan berbagai macam aspek lainnya, yang biasanya datanya didapatkan dari riset, pemikiran, *brainstorming*, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya. Akhir-akhir ini, proses (secara umum) juga dianggap sebagai produk dari desain, sehingga muncul istilah "perancangan proses". Salah satu contoh dari perancangan proses adalah perancangan proses dalam industri kimia.

Desain merupakan suatu hasil karya kreatif yang menggabungkan berbagai disiplin ilmu. Proses desain bukan hanya sekadar perancangan bernilai estetika, akan tetapi untuk melahirkan suatu desain, dibutuhkan pertimbangan pemikiran, rasa, gagasan juga pendapat dari pihak lain. Selain itu penting juga melibatkan faktor internal (yaitu jiwa seni, ide dan kreativitas perancang) atau pun faktor eksternal (berupa hasil penelitian dari berbagai bidang ilmu, teknologi, lingkungan, budaya dan sebagainya). Maka dapat dikatakan bahwa untuk menghasilkan suatu desain dibutuhkan suatu proses pemikiran yang terstruktur rapi sehingga mendapatkan hasil yang dapat diukur.

Keterlibatan banyak faktor untuk membangun suatu desain yang berwawasan luas menuntut seorang desainer harus ditopang minimal oleh lima dimensi keilmuan lain seperti:

a. Wawasan Teknologi

Wawasan ini dapat membuat seorang desainer mempunyai pemahaman ke arah sistem industri, bahan dan proses, manajemen, kesadaran akan kelebihan dan keterbatasan manusia sebagai pemakai dan ketrampilan teknis. Teknologi yang digunakan terutama teknologi mekanik, teknologi produksi, teknologi bahan, ergonomi dan wawasan ilmu-ilmu teknik.

b. Wawasan Sains

Wawasan ini dapat membuat seorang desainer mempunyai tanggung-jawab ilmiah yang tinggi serta mampu merumuskan persoalan yang dihadapi secara sistematis. Ilmu sains yang terutama digunakan adalah Fisika, Metodologi Riset dan Logika Matematika.

c. Wawasan Seni

Wawasan ini dapat membuat seorang desainer mempunyai pemahaman estetika dan kreatifitas yang tinggi.

d. Wawasan Sosial dan Budaya

Wawasan ini akan membuka pemikiran seorang desainer ke arah wawasan budaya, sejarah persoalan sosial dan permasalahan manusia lainnya. Karena itu seorang desainer minimal memiliki wawasan terutama di bidang Sosiologi, Sikologi, Ekonomi, Komunikasi dan Antropologi.

e. Wawasan Filsafat dan Etika

Wawasan ini dapat membangun pola pikir mendalam dari seorang desainer yang dilandasi oleh sikap etis yang tinggi. Filsafat yang terlibat terutama filsafat seni dan desain.

II.1.2. Tujuan Desain

Berdasarkan berbagai teori tentang desain, ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan desain. Beberapa tujuan ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Desain bertujuan untuk menyesuaikan antara hasil desain dengan manusia sebagai pemakainya dengan menyadari kelebihan keterbatasan serta kemampuan yang dimilikinya.
2. Desain yang dipadupadankan dengan unsur-unsur seni dan teknologi bertujuan untuk mencapai keamanan, nyaman dan keindahan.
3. Desain diciptakan dengan tujuan agar dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas dan kualitas hidup manusia.

Desain memberikan nilai tambah untuk hidup. Sebuah bangku, asal sudah bisa diduduki selesailah masalahnya. Tetapi dengan desain memberi makna pada “duduk” , hingga berkembanglah bentuk kursi sesuai dengan makna yang disandangnya. Demikianlah secara sederhana bagaimana desain berperan dalam kehidupan. Ruang tamu, kamar tidur, pakaian, walkman, surat undangan merupakan contoh terdekat bagaimana membangun makna melalui desain.

II.1.3. Klasifikasi Desain dalam Seni Rupa

Desain, khususnya dalam seni rupa, dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok. Berikut ini adalah beberapa klasifikasi desain dalam seni rupa.

- Desain Grafis



Gambar 2.1. Desain Grafis

Sumber: www.google.com

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar, multimedia dan fotografi untuk menyampaikan komunikasi rupa, informasi

atau pesan seefektif mungkin. Komunikasi rupa dan visual yang dapat ditampilkan dalam desain grafis dapat berupa bahan-bahan tercetak seperti poster, brosur, undangan, majalah, surat kabar dan sebagainya.

- Desain Interior



Gambar 2.2. Desain Interior

Sumber: www.google.com

Desain Interior adalah suatu cabang seni rupa yang berupaya untuk memecahkan kebutuhan akan ruang yang nyaman dan indah dalam sebuah hunian.

- Desain Busana



Gambar 2.3. Desain Busana

Sumber: www.google.com

Desain Busana adalah kumpulan informasi visual tentang suatu busana yang akan dibuat, berkaitan dengan kesempatan penggunaan, siapa penggunanya, berbagai elemen penyusun yang dibutuhkan, teknik pembuatan, hingga pada persoalan pembiayaan dan sistem pemasarannya.

- Desain Produk



Gambar 2.4. Desain Produk

Sumber: www.google.com

Desain produk atau juga dikenal sebagai desain industri merupakan cabang seni rupa yang berupaya untuk memecahkan persoalan kebutuhan masyarakat akan peralatan dan benda sehari-hari untuk menunjang kegiatannya.

- Desain Web



Gambar 2.5. Desain Web

Sumber: www.google.com

Desain web mencakup perancangan isi web, dapat berupa teks, gambar, animasi, suara atau video yang dikirimkan ke pengguna akhir melalui World Wide Web dengan menggunakan sebuah browser web atau perangkat lunak berbasis web.

II.1.4. Sejarah Desain

II.1.4.1 Sejarah Desain secara global

Sejarah perkembangan desain bisa dikatakan bermula dari revolusi industri di Eropa. Meskipun sebenarnya dasar perkembangan desain adalah juga ditentukan oleh pertumbuhan seni rupa dan kerajinan sejak manusia ada di muka bumi ini. Suatu fenomena kemudian terjadi bersamaan dengan Revolusi Industri di Eropa akhir abad ke-18 sampai awal abad ke-19, di mana masyarakat industri yang baru tumbuh menuntut adanya pembagian kerja dan spesialisasi kerja dalam mengembangkan proses produksi. Dalam masyarakat industri status seni menjadi tiga kelompok yaitu seni tinggi (high art), seni menengah (middle art), dan seni rendah (low art). Kategori ini masih memperlihatkan kelanjutan tradisi klasik, yaitu semakin tinggi kedudukan seni apabila semakin dekat atau tinggi tingkat integrasinya dengan industri. Demikian pula sebaliknya, makin jauh tingkat hubungannya dengan industri maka makin rendah pula kedudukan seninya.

Pertemuan seni dan industri tersebut mengakibatkan banyak benturan. Penemuan-penemuan mesin-mesin produksi massal mendorong kalangan industri untuk mengembangkan teknik produksi dan hanya menempelkan reproduksi karya-karya seni klasik yang berstandar pada bentuk produk yang dihasilkan. Hal ini menimbulkan reaksi keras dan serius dari kalangan seniman, sebab standarisasi dan mekanisasi serta penempelan begitu saja karya-karya klasik pada produk merupakan ancaman bagi kelangsungan hidup seni, di samping tidak sesuai bentuk dengan motif dekorasi yang ditempelkan tersebut.

Seni harus memutuskan hubungan dengan ikatan-ikatan seni masa lalu yang dianggap membelenggu dan membatasi perkembangan seni, karena tidak ada hubungannya dengan nilai-nilai estetika. Otonomi seni diharapkan dapat mempertegas dan meningkatkan standar nilai estetik secara terus-menerus atau berkelanjutan. Pada akhirnya, seni selalu melahirkan norma yang menjunjung nilai

kebaruan, nilai keaslian dan nilai kreativitas yang lebih lanjut mendasari pandangan seni modern pada abad ke-19-20.

Ketika seni telah menjadi komoditi dan tunduk pada hukum permintaan dan penawaran ekonomi, maka seni dianggap jatuh pada selera massa yang rendah dan seni itu menjadi seni picisan atau kitsch. Status rendah ini dikarenakan seni telah kehilangan "roh" atau "jiwa". Jelaslah kiranya pengertian seni yang sekarang dan sepadan dengan art adalah datangnya dari Dunia Barat yang terbentuk pada abad ke-18 sampai abad 20.

Revolusi Industri (1745-1770 M) di Eropa kemudian menghasilkan barang-barang pakai yang menjadi murah dalam mutu maupun ekonomi. Memasuki suatu masa spesialisasi dan otonomi seni, dimana bidang teknik dipisahkan dengan bidang seni, seni bukan lagi bagian penting dalam keteknikan. Kejenuhan akan hasil industri membuat orang-orang tertentu mulai menolak buatan mesin yang dianggap kaku dan polos tanpa sentuhan tangan manusia.

Hal inilah yang membuat para pengusaha dan pemilik modal kembali menarik seni di saat barang atau produk tidak laku dan menjadi murah. Dalam hal ini, agar produk terjual atau dapat menarik pembeli, kemudian para pengusaha atau industriawan membeli seni seperti barang lepas yang tidak ada hubungannya dengan produksi, kemudian menempelkan begitu saja pada benda produksinya. Mereka membeli seni dari berbagai masa seperti zaman klasik Yunani, gaya Neo-clasic, seni Barok, Rococo dan Renaissance dengan menerapkannya pada produk industri dengan seenaknya saja. Tindakan yang keliru ini menunjukkan belum adanya pengertian terhadap persoalan yang sebenarnya dan beranggapan bahwa seni tidak ada hubungannya dengan mesin. Saat itu belum disadari bahwa masalah tersebut dapat diatasi dengan perencanaan bentuk yang akan dihasilkan mesin yang dikenal sekarang sebagai industrial design atau desain produk. William Morris (1870) adalah salah seorang yang mempertanyakan kembali hasil industri, dan menganjurkan untuk kembali kepada ketrampilan, kriya, atau kerajinan tangan, yaitu mencari kemungkinan baru dengan memadukan atau mempertemukan antara fungsi yang praktis dengan seni sebagai unsur keindahan. Pertemuan antara seni dan industri sebagai "seni tengah" yang awal kemunculannya disebut sebagai seni industri atau seni dekoratif atau seni terapan dan pada akhirnya disebut sebagai desain.

Gerakan "Art & Craft" (seni dan kerajinan) memberikan nafas baru kepada barang pakai dengan menekankan pada faktor fungsi dan dekorasi sesuai dengan metode industri atau sistem pembuatan produk dalam jumlah banyak. Selain desain juga kriya yang termasuk "seni tengah" ini memiliki persamaan yang berkaitan dengan proses penciptaan objek pakai. Sedangkan perbedaannya, desain menghasilkan rancangan yang berupa gambar-sketsa, foto, diagram, model, spesifikasi verbal dan numerik, maka kriya hasil akhirnya adalah benda pakai. Dalam proses desain industri realisasi produk dilakukan dengan proses manufaktur. Sedangkan kriya, produk dikerjakan secara tradisional dan manual mulai dari bahan mentah hingga menjadi produk benda pakai, sebagai tradisi techno di masa lalu. Muncullah kemudian suatu istilah machine art atau "seni mesin" yang menunjukkan perlunya unsur seni diterapkan pada produk yang dihasilkan mesin. Kemudian "seni industri" terjadi ketika mekanisasi semakin berkembang di berbagai industri manufacturing. Sistem ini ternyata menuntut ketrampilan ketukangan dan wawasan industri si seniman dalam merancang produk. Baru setelah Perang Dunia II, ketika bisnis modern yang mencanangkan modal, pemasaran dan industrialisasi melanda Eropa Barat dan Amerika, persaingan tak terelakkan bagi dan konsekuensinya setiap industriawan atau pengusaha harus menyusun strategi untuk menjawab dan menjabarkan kebutuhan konsumen yang beraneka ragam, dari daya beli, latar belakang sosial-budaya, cita-cita dan tuntutan lainnya.

Terangkatlah kemudian perancang yang disebut sebagai "desainer" yang berprofesi menelaah bentuk fisik produk dan memikirkan pula kelayakan psikologis, fisiologis-ergonomis, sosial, ekonomis, estetis, fungsi dan teknis. Victor Papanek, seorang pemikir desain terkenal merumuskan bahwa tujuan desain sebagai "pengubah lingkungan manusia dan peralatannya, bahkan lebih jauh lagi mengubah manusia itu sendiri".

Selama perjalanan sejarah kriya dan desain, dimana teknologi telah diterima dan dipahami oleh umat manusia serta menjadikan desain sebagai suatu kegiatan khusus atau tersendiri dari bagian kegiatan industri. Desain merupakan juga bagian dari proses kerja untuk dapat merealisasikannya.

II.1.4.2 Sejarah Desain di Indonesia

Masyarakat agraris tradisional di masa lampau tidaklah membedakan antara seni, ilmu pengetahuan, teknologi dan keagamaan, melainkan lebih banyak menyatu dalam kehidupan sosial kemasyarakatan dan keagamaan itu sendiri. Indonesia pada peralihan zaman batu ke zaman perunggu, dikenal sebagai masa "perundagian", yaitu suatu masa "kemahiran teknik" mengolah bahan dan mengukir logam, dan para ahli ketukangan disebut undagi. Orang-orang cerdas pandai atau ahli-ahli pada masa lampau di Indonesia sering pula disebut empu. Pada masa kerajaan Hindu ada disebut Empu Gandring sebagai ahli pembuat keris, Empu Tantular sebagai cerdas pandai dengan kitab sastra "Sutasoma", Empu Prapanca dengan kitab "Negara Kertagama" dan lain-lain.

Bali yang merupakan bagian dari wilayah Majapahit pernah memperoleh sekotak wayang dari Raja Hayam Wuruk yang diterima oleh Raja Gelgel, Dalem Semara Kepakisan, sesuai upacara pensucian roh (srada) dari Rajapatni, nenek Hayam Wuruk, pada tahun 1362. Tersebutlah nama Raden Sangging Prabangkara (Putra Brawijaya terakhir) yang telah melakukan perubahan dan penyempurnaan warna-warna pada pakaian wayang sesuai dengan martabat ketokohnya, sehingga ahli seni rupa atau desainer pada zaman Majapahit ini namanya juga dipakai sebagai gelar atau sebutan untuk para ahli seni rupa atau perancang desain yakni sangging, sungging, atau prabangkara.

Di era modern, pengembangan desain di Indonesia diawali dengan membentuk 'Design Center' oleh Fakultas Perencanaan dan Sipil Institut Teknologi Bandung tahun 1968 yang pada waktu itu diperkenalkan dalam Expo 70 di Osaka Jepang. Sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam pembentukan ASEAN sebagai wadah pemersatu Bangsa-bangsa Asia Tenggara tahun 1976 oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan sebagai penyelenggaranya, salah satu keputusan penting yang dikeluarkan adalah suatu saran agar setiap anggota ASEAN memiliki dan mendirikan pusat pengembangan Desain dan Kerajinan. Setelah itu dengan adanya kegiatan-kegiatan yang berkisar pada masalah-masalah desain dengan berbagai aspek, dalam sebuah lokakarya muncullah gagasan untuk membentuk sebuah organisasi yang pada waktu itu diberi nama IADI (Ikatan Ahli Desain Indonesia). Munculnya organisasi IADI merupakan manifestasi dari kehadiran profesi desain di

Indonesia, dan timbulnya kesadaran akan tanggung jawab profesi para ahli desain Indonesia.

II.1.5. Dinamika Pendidikan dalam Seni, Desain, dan Industri Kreatif

Di dalam buku Paradigma Baru Pendidikan Tinggi Seni di Indonesia yang diterbitkan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi 2005, seni dikatakan sebagai panduan antara ekspresi individual dan ekspresi cultural dimana seni itu sendiri sesungguhnya sudah ada dari manusia hidup dan tinggal di bumi, ini dapat dilihat dari lukisan-lukisan serta pahatan-pahatan di goa tempat manusia tinggal pada zaman purba. Bisa dilihat bahwa sebenarnya manusia mempunyai apresiasi tinggi terhadap bidang kesenian, tetapi sayangnya pendidikan seni sering dianggap pendidikan “kelas 2” dibandingkan dengan pendidikan kedokteran, hukum dan lainnya, serta kerap dianggap kurang menjajikan karir dan masa depan yang cerah. Bagi masyarakat terutama para seniman, kegemaran akan seni dapat dijadikan pegangan hidup yang layak apabila karya seni yang dihasilkan mempunyai seni jual tinggi dan dapat diterima oleh masyarakat.

Dalam perkembangan pendidikan seni hingga tahun 1993 Pendidikan Tinggi Seni Rupa di Indonesia telah memperluas lingkungannya. Pada institusi ini tidak hanya mencakup pendidikan Seni Rupa yang disebut 'Seni Murni' seperti Seni Lukis dan Seni Patung. Tetapi juga mencakup pendidikan Seni Rupa yang disebut 'Desain', termasuk di dalamnya Desain Grafis (Komunikasi Visual), Desain Interior, Desain Produk, dan Desain Tekstil. Oleh karena itu dikenal istilah "Seni Rupa dan Desain", keduanya menggunakan bahasa rupa sebagai 'pengucapan' karyanya, meskipun dengan tekanan arah yang berbeda. Seni Murni memakai bahasa rupa sebagai sarana ungkapan diri pribadi, sedangkan Desain memakainya sebagai sarana pemecahan masalah bagi lingkungan manusia maupun sarana informasi dalam masyarakat.

Berdasarkan Kurikulum Nasional 1994, institusi Pendidikan Tinggi Seni Rupa dan Desain di Indonesia 'dilebur' menjadi Pendidikan Ilmu Seni yang terdiri atas 16 Program Studi. Di antaranya mencakup Program Studi Seni Rupa Murni dengan minat utama Seni Lukis, Seni Patung, Seni Grafis, dan Desain Produk, Desain Komunikasi Visual, Desain Interior, serta Kriya Seni dengan minat utama Kriya Kayu, Kriya Logam dan Perhiasan, Kriya Kulit, Kriya Tekstil dan Kriya Keramik. Dengan demikian pendidikan tinggi seni rupa mempunyai 3 jurusan, yaitu Seni Rupa Murni, Desain, dan Kriya Seni. Pada Kurikulum Nasional 1994 sistem pengelompokkan mata kuliah bersifat penguasaan ilmu dengan MKU, MKDK, MKK (SK. Mendikbud No. 312/P/1994).

Namun berdasarkan SK, Mendiknas No. 232/U/2000 terjadi perubahan sistem pengelompokan mata kuliah yang bersifat kompetensi dengan MPK (pengembangan kepribadian), MKK (keilmuan dan ketrampilan), MKB (keahlian berkarya), MPB (perilaku berkarya) dan MKBB (kehidupan bermasyarakat).

Pendidikan Tinggi Seni dalam pendidikan di Indonesia memiliki peluang yang sangat strategis untuk menyiapkan individu-individu yang kreatif dan inovatif jika dirancang dan dilaksanakan berdasarkan pendekatan Akademik yang menoleransi lingkungan belajar yang fleksible, proses pembelajaran yang unik, serta aktivitas dan metode instruksional yang tepat. Oleh karena itu pendidikan seni diharapkan dapat merespon perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, dapat merespon perubahan sosial-ekonomi budaya masyarakat, memenuhi kebutuhan dan harapan stakeholder (masyarakat dan mahasiswa), merespon perubahan sistem pendidikan nasional dan internasional.

Perkembangan didunia desain tidak lepas tidak lepas dari pendidikan akademis. Faktor-faktor yang ada didalam pendidikan akademis yaitu, kurikulum, sarana dan prasarana, dan kualitas pengajar yang secara tidak langsung memberi kontribusi terhadap kemajuan dunia desain pada umumnya dan industri kreatif pada khususnya. Pendidikan desain di Indonesia relatif masih muda, dan masih terus dicari format yang paling memadai menghadapi perkembangan kebutuhan masyarakat. Pencarian ini tak akan pernah selesai karena perkembangan juga tak pernah berhenti.

Beberapa tahun belakangan baru mulai dicoba menata pendidikan desain dari tingkat sekolah menengah kejuruan hingga sarjana. Sementara ini tak ada standard kemampuan yang cukup jelas memilah masing-masing jenjang pendidikan, di samping langkanya program pendidikan ketrampilan dibanding pendidikan tinggi. Akibatnya, lapangan kerja diisi oleh siapa saja tanpa memandang pendidikan. Lulusan perguruan tinggi pun tak jarang mengisi lowongan apa saja, dari wawasan kreatif sampai ketrampilan tangan.

Selama ini kebanyakan pendidikan desain memberi tekanan kepada kemampuan teknologi baru sebagai senjata menghadapi alih teknologi. Bahan dan teknik merupakan medium seorang pendesain dalam berkarya. Keluasan wawasan mengenai hal ini memberinya kelincahan dalam mengatasi masalah. Namun selain tekniknya sebenarnya desain sangat lekat dengan budaya, maka pendesain seyogyanya adalah insan budaya. Karyanya tak hanya memecahkan masalah praktis, tetapi juga mencerminkan ungkapan

budaya lingkungannya. Maka wawasan sosial budaya menjadi sangat penting dalam membekali pendesain untuk berkiprah di masyarakat.

Nilai desain ditentukan dari kreatifitas memecahkan masalah. Kreatif dapat diartikan sebagai: memilih jalan ke lima dari empat kemungkinan. Orang berpendapat bahwa kreatifitas itu bakat yang tak bisa diajarkan. Sebaiknya kita lebih percaya pada pendapat bahwa, wujud karya dibangun dari 10% daya kreasi dan 90% kerja keras. Sudah banyak teori dan metoda olah kreatif. Tapi secara umum kondisi kreatif tercipta dalam pikiran bebas tanpa pola. Olah kreatif adalah usaha mencoba lebih banyak, tak cepat puas untuk mencari kemungkinan baru dalam memecahkan masalah. Karena sifatnya yang simulatif, pendidikan merupakan lahan yang ideal untuk melatih kreatifitas.

Saat ini perkembangan Pendidikan Tinggi Seni Rupa di Indonesia tidak hanya dikelola oleh Perguruan Tinggi Negeri, tetapi juga oleh Perguruan Tinggi Swasta. Di Bandung misalnya, selain ITB terdapat kurang lebih 13 PTS yang menyelenggarakan pendidikan di bidang Seni Rupa.

II.2. Entrepreneurship dalam dunia desain.

II.2.1. Industri Kreatif

Definisi Industri Kreatif yang saat ini banyak digunakan oleh pihak yang berkecimpung dalam industri kreatif, adalah definisi berdasarkan UK *DCMS Task force* 1998 : *„Creatives Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content‘* Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007-pun menggunakan acuan definisi industri kreatif yang sama, sehingga industri kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai berikut: *„Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut ,*

Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya atau juga Ekonomi Kreatif. Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan

kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan dalam perekonomian, berbagai pihak berpendapat bahwa “kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama dan bahwa industri abad kedua puluh satu akan tergantung pada produksi pengetahuan melalui kreativitas dan inovasi.

Menurut Howkins, Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukkan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video.



Gambar 2.6. Jenis Industri Kreatif

Sumber: www.dgi-indonesia.com

Sub-sektor yang merupakan industri berbasis kreativitas di Indonesia berdasarkan pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia adalah:

- Periklanan: kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan delivery advertising materials atau samples, serta penyewaan kolom untuk iklan. Kode KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha) 5 digit; 73100

- **Arsitektur:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (Town planning, urban design, landscape architecture) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya: arsitektur taman, desain interior). Kode KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha) 5 digit; 73100
- **Pasar Barang Seni:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, automobile, film, seni rupa dan lukisan.
- **Kerajinan:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).
- **Desain:** kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
- **Fesyen:** kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.
- **Video, Film dan Fotografi:** kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.
- **Permainan Interaktif:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan

edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.

- Musik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
- Seni Pertunjukan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misal: pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
- Penerbitan dan Percetakan: kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, passport, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (engraving) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.
- Layanan Komputer dan Piranti Lunak: kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.
- Televisi dan Radio: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.

- Riset dan Pengembangan: kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar; termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni; serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.
- Kuliner: kegiatan kreatif ini termasuk baru, kedepan direncanakan untuk dimasukkan ke dalam sektor industri kreatif dengan melakukan sebuah studi terhadap pemetaan produk makanan olahan khas Indonesia yang dapat ditingkatkan daya saingnya di pasar ritel dan pasar internasional. Studi dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi selengkap mungkin mengenai produk-produk makanan olahan khas Indonesia, untuk disebarluaskan melalui media yang tepat, di dalam dan di luar negeri, sehingga memperoleh peningkatan daya saing di pasar ritel modern dan pasar internasional. Pentingnya kegiatan ini dilatarbelakangi bahwa Indonesia memiliki warisan budaya produk makanan khas, yang pada dasarnya merupakan sumber keunggulan komparatif bagi Indonesia. Hanya saja, kurangnya perhatian dan pengelolaan yang menarik, membuat keunggulan komparatif tersebut tidak tergalai menjadi lebih bernilai ekonomis.

Di dalam Industri kreatif, kreatifitas memegang peranan sentral sebagai sumber daya utama. Industri kreatif lebih banyak membutuhkan sumber daya kreatif yang berasal dari kreatifitas manusia daripada sumber daya fisik. Namun demikian, sumber daya fisik tetap diperlukan terutama dalam peranannya sebagai media kreatif.



Gambar 2.7. matrik industri kreatif dengan sumber daya

Sumber: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015

(Departement Perdagangan Republik Indonesia), 2008

Berdasarkan klasifikasi pada matriks di atas, subsektor yang dikelompokkan dengan warna yang sama akan memerlukan strategi pengembangan yang serupa karena kemiripan karakteristik, baik dari aspek sumber daya insani maupun substansi yang harus dikembangkan. Pada umumnya industri kreatif terdiri dari tujuh kelompok atau golongan utama yang mewakili empat belas subsektor industri kreatif di Indonesia. Tujuh kelompok tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kelompok Industri Publikasi dan Presentasi Melalui Media (Media Publishing and Presence). Kelompok ini terdiri dari; Penerbitan & Percetakan dan Periklanan (warna oranye, 2 subsektor).
2. Kelompok Industri dengan Kandungan Budaya yang Disampaikan Melalui Media Elektronik (Electronic Media Presentation with Cultural Content). Kelompok ini terdiri dari; TV & Radio dan Film, Video, & Fotografi (warna ungu, 2 subsektor).
3. Kelompok Industri dengan Kandungan Budaya yang Ditampilkan ke Publik baik secara langsung maupun lewat media elektronik (Cultural Presentation). Kelompok ini terdiri dari; Musik dan Seni Pertunjukan (warna merah, 2 subsektor).
4. Kelompok Industri yang Padat Kandungan Seni dan Budaya (Arts and Culture Intensive). Kelompok ini terdiri dari; Kerajinan dan Pasar Barang Seni (warna coklat 2 subsektor).
5. Kelompok Industri Desain. Kelompok ini terdiri dari; Desain, Fesyen, dan Arsitektur (warna hijau, 3 subsektor).
6. Kelompok Industri Kreatif dengan Muatan Teknologi (Creativity with Technology). Kelompok ini terdiri dari; Riset & Pengembangan, Permainan Interaktif, dan Teknologi Informasi & Jasa Perangkat Lunak (warna biru tua, 3 subsektor).

II.2.2. *Designpreneur*

Seperti yang telah dibahas diatas, desain adalah suatu hasil pencapaian dari hasil karya pemikiran yang kreatif dari berbagai disiplin ilmu yang memperhitungkan aspek estetika pada suatu obyek, sehingga obyek tersebut tidak sekedar dihargai berdasarkan nilai fungsi semata, tetapi nilai keindahan, yang hal tersebut bisa diterjemahkan ke dalam nilai kepuasan, pencapaian diri, nilai ekonomi, dan sebagainya bagi seorang desainer atau masyarakat umum. Sedangkan *Entrepreneurship* adalah menciptakan sesuatu nilai yang berbeda dengan mencurahkan waktu dan upaya yang diperlukan, memikul risiko-risiko finansial, psikis dan sosial yang menyertai, serta menerima penghargaan /imbalan moneter dan kepuasan secara pribadi.

Maka dari itu, berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Designpreneur* berada didalam cluster yang dibangkitkan oleh ide-ide yang terletak di persimpangan antara seni (kreativitas artistik), bisnis (*enterpreneurship*), dan teknologi (inovasi). Seorang desainer dan *entrepreneur* memiliki persamaan, dimana sama-sama dituntut dapat mengambil dan memperhitungkan resiko, memiliki empati, rasa ingin tahu, kreativitas, ketekunan, berpikir sistem, konsiliasi, kesadaran budaya dan fleksibilitas. Jadi Desain itu tidak selalu mengenai keindahan, tetapi bila masuk dalam ranah bisnis, maka dibutuhkan pula *business strategy, innovation & branding*. Itulah *Designpreneur*.

Desainer tidak hanya bertugas sebagai *value additor* atau memberi nilai tambah pada suatu produk, sebagai contoh desain sebuah kemasan. Desainer dengan sikap *value additor* bersifat pasif menunggu order, menunggu *brief* yang ada, dan membangun *experience* desain dari *benefit* lainnya. Desainer dengan sikap *value creator* menciptakan sebuah kebutuhan hidup dengan desainnya, membangun *experience* khalayaknya lewat desain, dan menciptakan kesempatan baru berdasarkan prediksi, wawasan, intuisi, perhitungan dan pengalamannya. Seorang *designpreneur* adalah seorang *value creator*.

Sebagai contoh, *Apple* bukan pencipta pertama *mp3 player* dan *Apple* juga bukan pencipta pertama *music player portable*, tapi *Apple* melalui *iPod* menciptakan suatu pengalaman mendengarkan musik baru. *Apple* tidak pernah mengkomunikasikan secara besar-besaran seberapa besar kapasitas *harddisk* ataupun *memory* yang dapat ditampung setiap *gadget*-nya. *Apple* lebih suka mengatakan *1000songs, 20000songs, 40000songs* dari pada mengatakan 4GB, 8GB, dan seterusnya. *Apple* mengerti kebutuhan terdalam

konsumennya, mempunyai perpustakaan musik pribadi yang menemani kemanapun konsumennya pergi, Ini salah satu contoh *value creating*.



Gambar 2.8. Desain iPod MP3 Player dari Apple

Sumber: www.google.com

II.3. Kreativitas

II.3.1. Definisi Kreativitas

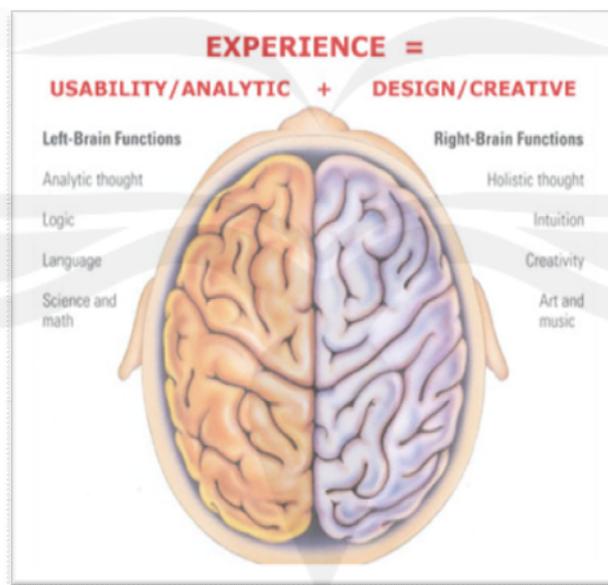
Sekarang hampir setiap orang mulai dari orang awam, pemimpin lembaga pendidikan, manajer perusahaan sampai dengan pejabat pemerintah berbicara tentang pentingnya kreativitas dikembangkan di sekolah, dituntut dalam pekerjaan, dan diperlukan untuk pembangunan. Harus diakui bahwa memang sukar untuk menentukan satu definisi yang operasional dari kreativitas, karena kreativitas merupakan konsep yang majemuk dan multi dimensional.

1. Kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta atau daya cipta. (K B B I)
2. Kreativitas adalah pengalaman mengekspresikan dan mengaktualisasikan identitas individu dalam bentuk terpadu dalam hubungan dengan diri sendiri, dengan alam, dan dengan orang lain. (Clark Moustatis)
3. Kreativitas merupakan kemampuan untuk memberi gagasan baru yang menerapkannya dalam pemecahan masalah. (Conny R. Semiawan).
4. Kreativitas adalah kecenderungan untuk mengaktualisasikan diri, mewujudkan potensi, dorongan untuk berkembang dan menjadi matang ,kecenderungan untuk mengekspresikan dan mengaktifkan semua kemampuan organisme (Rogers).
5. Kreativitas adalah kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya:
 - Baru (*novel*): inovatif, belum ada sebelumnya, segar, menarik, aneh, mengejutkan.

- Berguna (*useful*): lebih enak , lebih praktis, mempermudah, memperlancar, mendorong, mengembangkan, memdidik, memecahkan masalah, mengurangi hambatan, mengatasi kesulitan, mendatangkan hasil lebih baik/ banyak.
- Dapat dimengerti (*understandable*): hasil yang sama dapat dimengerti dan dapat dibuat di lain waktu. (David Cambell)

Dari beberapa uraian definisi di atas dapat dikemukakan bahwa kreativitas pada intinya merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, baik dalam bentuk cirri-ciri *aptitude* maupun *non aptitude*, baik dalam karya baru maupun kombinasi dengan hal-hal yang sudah ada, yang semuanya itu relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

Proses pemikiran untuk menyelesaikan masalah secara efektif melibatkan otak kiri atau otak kanan . Pemecahan masalah adalah kombinasi dari pemikiran logis dan kreatif. Secara umum, otak kiri memainkan peranan dalam pemrosesan logika, kata-kata, matematika, dan urutan – yang disebut pembelajaran akademis. Otak kanan berurusan dengan irama, rima, musik, gambar, dan imajinasi—yang disebut dengan aktivitas kreatif.



Gambar 2.9. Pembagian Otak berdasarkan fungsi

Sumber: www.google.com

Tabel 2.1. Proses Pemikiran Otak

Otak Kiri	Otak Kanan
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vertikal ▪ Kritis ▪ Strategis ▪ Analistis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lateral ▪ Hasil ▪ Kreatif

Sumber: Head First - Buzan, Tony. 2003.

Keterangan:

- Berpikir Vertikal. Suatu proses bergerak selangkah demi selangkah menuju tujuan Anda, seolah-olah Anda sedang menaiki tangga.
- Berpikir Lateral. Melihat permasalahan dari beberapa sudut baru, seolah-olah melompat dari satu tangga ke tangga lainnya.
- Berpikir Kritis. Berlatih atau memasukkan penilaian atau evaluasi yang cermat, seperti menilai kelayakan suatu gagasan atau produk.
- Berpikir Analitis. Suatu proses memecahkan masalah atau gagasan menjadi bagian-bagian. Menguji setiap bagian untuk melihat bagaimana bagian tersebut saling cocok satu sama lain, dan mengeksplorasi bagaimana bagian-bagian ini dapat dikombinasikan kembali dengan cara-cara baru.
- Berpikir Strategis. Mengembangkan strategi khusus untuk perencanaan dan arah operasi-operasi skala besar dengan melihat proyek itu dari semua sudut yang mungkin.
- Berpikir tentang Hasil. Meninjau tugas dari perspektif solusi yang dikehendaki.
- Berpikir Kreatif. Berpikir kreatif adalah pemecahan masalah dengan menggunakan kombinasi dari semua proses.

Menurut David Cambell ciri-ciri kreativitas ada tiga kategori:

- Ciri-ciri pokok: kunci untuk melahirkan ide, gagasan, ilham, pemecahan, cara baru, penemuan.
- Ciri-ciri yang memungkinkan: yang membuat mampu mempertahankan ide-ide kreatif, sekali sudah ditemuka tetap hidup.

- Ciri-ciri sampingan: tidak langsung berhubungan dengan penciptaan atau menjaga agar ide-ide yang sudah ditemukan tetap hidup, tetapi kerap memengaruhi perilaku orang-orang kreatif.

Tabel 2.2. Ciri-ciri Kreativitas

Ciri-ciri Pokok	Ciri-ciri yang Memungkinkan	Ciri-ciri Sampingan
1. Berpikir dari segala arah(convergent thinking) 2. Berpikir ke segala arah (divergent thinking) 3. Fleksibilitas koseptual (kemampuan secara spontan mengganti cara memandang,pendekatan, kerja yang tak jalan. 4. Orisinalitas (kemampuan menelorkan ide yang asli bahkan mengejutkan) 5. Lebih menyukai kompleksitas daripada simplisitas 6. Latar belakang hidup yang merangsang (hidup dalam lingkungan yang dapat menjadi contoh) 7. Kecakapan dalam banyak hal (multiple skills)	1. Kemampuan untuk bekerja keras. 2. Berpikir mandiri 3. Pantang menyerah 4. Mampu berkomunikasi dengan baik 5. Lebih tertarik pada konsep daripada detail (segi-segi kecil) 6. Keinginan tahu intelektual. 7. Kaya humor dan fantasi 8. Tidak segera menolak ide atau gagasan baru 9. Arah hidup yang mantap	1. Tidak mengambil pusing apa yang dipikirkan orang lain. 2. kekacauan psikologis

Sumber: Mengembangkan Kreativitas, Campbell. 1986

II.3.2. Kreativitas dalam Desain

Kreativitas adalah kualitas yang sangat dihargai, tetapi tidak selalu dipahami dengan baik. Mereka yang telah mempelajari dan menulis tentang itu menekankan pentingnya semacam fleksibilitas pikiran.. Penelitian telah menunjukkan bahwa individu-individu kreatif lebih spontaneous, ekspresif, dan kurang terkontrol atau terhambat. Mereka juga

cenderung mempercayai penilaian mereka sendiri dan ide - mereka tidak takut mencoba sesuatu yang baru.

. Kesalahpahaman yang umum setara kreativitas dengan orisinalitas. Dalam kenyataannya, ada ide-ide benar-benar asli sangat sedikit. Sebagian besar dari apa yang tampaknya baru hanyalah sebuah menyatukan konsep sebelumnya sudah ada dengan cara baru. Psikolog dan penulis Arthur Koestler disebut ini penggabungan ide-ide yang tampaknya tidak berhubungan sebagai bisociation. Fakta bahwa berpikir kreatif didasarkan pada pengetahuan tentang pekerjaan sebelumnya di bidang seseorang adalah pembenaran untuk mengajar sejarah dan dasar-dasar bidang tertentu sebagai sumber daya untuk penelitian masa depan dan bekerja kreatif. Hal ini dimungkinkan untuk mengembangkan yang kemampuan untuk berpikir intuitif dan kreatif. Latihan ditugaskan di kelas ini adalah sebagian dimaksudkan untuk memperluas keterampilan ini.

Jadi kreativitas adalah kemampuan untuk melihat koneksi dan hubungan di mana orang lain tidak. Kemampuan untuk berpikir dalam kerangka intuitif, non-verbal, dan visual telah ditunjukkan untuk meningkatkan kreativitas dalam semua disiplin ilmu. Ini juga telah menunjukkan bahwa proses kreatif sangat mirip dalam segala bidang.

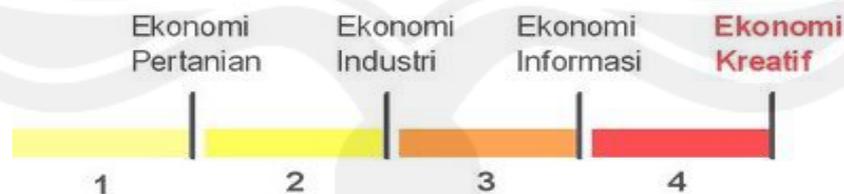
Pada dasarnya proses desain adalah proses pemecahan masalah, dan perancang, seperti ilmuwan laboratorium, akan paling berhasil jika masalah didekati dengan cara yang sistematis. Desainer sukses umumnya mengikuti pola yang sama dalam mengembangkan ide-ide kreatif mereka, meskipun mereka mungkin kurang sadar akan proses mereka tempuh. Awalnya peneliti atau desainer / seniman akan cenderung untuk bereksperimen dengan cara yang agak acak, mengumpulkan ide dan keterampilan melalui membaca atau eksperimen. Secara bertahap isu tertentu atau pertanyaan akan menjadi fokus membaca dan eksperimen. Langkah berikutnya adalah merumuskan masalah tentatif, dan mulai mengeksplorasi topik itu. Akhirnya masalah ini disempurnakan menjadi pertanyaan penelitian atau masalah desain bahwa orang tersebut kemudian akan mengejar melalui eksperimen berulang. Setiap upaya memecahkan masalah tertentu, dan menunjukkan masalah yang akan dibahas dalam karya berikutnya (atau percobaan). Bekerja di seri adalah tahap paling penting dari proses desain. Kemampuan untuk bereksperimen, untuk nilai dan belajar dari kesalahan, dan membangun pada pengalaman dicapai adalah ciri khas dari individu benar-benar sukses dan kreatif, apa pun lapangan.

II.3.3. Kreativitas sebagai dasar Industri Kreatif

Industri Kreatif sebenarnya adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Pesan besar yang ditawarkan industri kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta dan kreativitas.

Industrialisasi telah menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien. Penemuan baru di bidang teknologi infokom seperti internet, email, dan lain-lain telah menciptakan interkoneksi antar manusia yang membuat manusia menjadi semakin produktif. Globalisasi di bidang media dan hiburan juga telah mengubah karakter, gaya hidup dan perilaku masyarakat menjadi lebih kritis dan lebih peka atas rasa serta pasar pun menjadi semakin luas dan semakin global. Sisi lain yang muncul dari fenomena tersebut adalah kompetisi yang semakin keras.

Pergeseran era ekonomi memang terus terjadi, yang mana sebelumnya era perekonomian berbasis pertanian, era industrialisasi, disusul era informasi yang memberi dampak terhadap perkembangan dibidang teknologi informasi serta globalisasi ekonomi yang merubah kesadaran manusia pada model interaksi sosial yang baru. Sisi lain yang muncul dari fenomena tersebut adalah kompetisi yang semakin keras. Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini mereka tidak bisa mengandalkan supremasi dibidang industri lagi, tetapi mereka harus lebih mengandalkan SDM yang kreatif .



Gambar 2.10 Pergeseran Orientasi Ekonomi Dunia

Sumber: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015

(Departement Perdagangan Republik Indonesia), 2008

Howard Gardner, dalam buku *Five Minds of The Future*, yang menyatakan bahwa terdapat 5 (lima) pola pikir utama yang diperlukan di masa yang akan datang yaitu, Pola pikir disipliner (*The Disciplinary Mind*), Pola pikir mensintesa (*The Synthesizing Mind*), Pola pikir kreasi (*The*

Creating Mind), Pola pikir penghargaan (*The Respectful Mind*), Pola pikir etis (*The Ethical Mind*).

Dari 5 (lima) pola tersebut terdapat faktor kreativitas didalamnya, yaitu Pola pikir kreasi (*The Creating Mind*). Pola pikir ini merupakan kemampuan untuk mengungkapkan dan menemukan jawaban dari suatu permasalahan atau fenomena yang ditemuinya. Dalam konteks desain, proses kreasi selalu diawali dengan pengumpulan permasalahan-permasalahan yang ada yang harus dipecahkan. Di akhir proses, akan dihasilkan desain-desain baru yang tidak lain adalah hasil pemecahan suatu masalah. Tentu saja agar hasil maksimal, proses kreasi harus dibekali dengan bakat (*talent*) yang cukup. Dalam konteks bisnis, kemampuan ini bisa menggerakkan perusahaan-perusahaan untuk lebih pro-aktif, tidak hanya mengikuti *trend*, tetapi justru menciptakan *trend*.