

Aliansi
Desainer
Produk Industri
Indonesia

Konvensi

Desain yang Baik

Level 6 KKNI - Indonesia

Kriteria Good Design Tingkat Sarjana



Kriteria Good Design Tingkat Sarjana



DESAIN yang BAIK LEVEL 6 KKNI INDONESIA

Kriteria *Good Design* Tingkat Sarjana

Editor

Andry Masri

Y Martinus Pasaribu

Achmad Syarief

Adhi Nugraha

Ellya Zulaikha

Mochamad Junaidi Hidayat

Rahmawan Dwi Prasetya

Hak cipta @2021 oleh kontributor dan editor

Hak publikasi pada Penerbit Aliansi Desainer Produk Industri Indonesia

Dilarang memperbanyak, memperbanyak sebagian atau seluruh isi dari buku ini dalam bentuk apapun, tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan ke- 05 04 03 02 01

Tahun 25 24 23 22 21

Aliansi Desainer Produk Industri Indonesia (ADPPI)

Divisi Penerbit ADPPI



Jl. Flores No.3, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115

ISBN: 978-602-61467-4-8

KATA PENGANTAR

*Ketua Forum Program Studi
Desain Produk Indonesia*

Dalam pemahaman keilmuan, desain produk merupakan pemecahan masalah yang bersifat strategis untuk mendorong nilai kebaruan, mengembangkan bisnis, serta meningkatkan kualitas hidup melalui penciptaan inovasi produk, sistem, servis dan pengalaman. Berdasarkan konteks pengertian tersebut, terciptanya inovasi ditujukan untuk dapat memberikan kemanfaatan bagi manusia sebagai konsumen dan pengguna. Sebagai pengguna objek desain, kita senantiasa bergelut dengan pilihan yang didasarkan gagasan abstrak tentang kualitas atas ‘sesuatu’.

Itulah mengapa setiap diri kita memiliki dorongan intuitif untuk memilah mana yang baik dan yang tidak, mana yang benar dan yang tidak, dan sebagainya. Merujuk pendapat tersebut maka dapatlah dinyatakan bahwa untuk memilih mana objek desain yang baik dan mana yang tidak maka kita harus dapat mengenali ciri, penanda, atau karakteristik sebuah objek desain yang dianggap baik. Secara logis sesuatu yang baik seyogyanya dihasilkan melalui serangkaian proses yang ‘dianggap’ baik (bahkan juga benar) sehingga ia dapat diperlakukan sebagai sebuah standard capaian yang dikenali dan disepakati.

Buku **Konvensi Desain yang Baik untuk level 6 KKNI** ini merupakan urun pendapat dan pandangan akademis dari anggota Forum Program Studi Desain Produk Indonesia (terafiliasi ADPII) mengenai apa yang dimaksud dengan desain yang baik? Serta bagaimana desain yang baik dapat dikenali? Melalui konvensi akademis diharapkan berbagai urun pendapat, pandangan, dan diskusi yang mengemuka dapat menjadi masukan berharga menuju tercapainya standard proses dan pedoman perilaku desain bagi pendidikan sarjana (dan/atau sarjana terapan) desain produk yang berada pada level 6 KKNI.

Melalui buku ini diharapkan pembaca memahami bahwa pendidikan desain produk di Indonesia adalah sebuah rangkaian proses terstandar untuk menghasilkan sumber daya manusia dengan keunggulan kreatif, berwawasan inovasi, memiliki pengetahuan industrial dan keterampilan teknis untuk menghasilkan objek desain yang ‘baik’, bermanfaat dan berguna bagi masyarakat.

Bandung, Desember 2021

Ketua Forum
Program Studi Desain Produk Indonesia

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'MSD' with a stylized flourish at the end.

Achmad Syarief, MSD, PhD

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
PROLOG	1
DESAIN YANG BAIK: HASIL DAN LUARAN DARI RISET yang BENAR	6
<i>Pendahuluan</i>	6
<i>Proses dan Tahapan Pengembangan Produk</i>	7
<i>Diskusi</i>	11
<i>Kesimpulan</i>	12
<i>Referensi</i>	12
THE IMPORTANCE OF PRESENTING GOOD DESIGN IN ACADEMIC SETTING	14
<i>Pendahuluan</i>	14
<i>Menjejaki Arti Produk yang Baik (Tracing the Meaning of Good Product)</i>	15
<i>Menuju Desain yang Baik (Towards Good Design)</i>	18
<i>Menghadirkan Desain yang Baik Di Lingkup Akademik (Presenting Good Design in Academic Setting)</i>	20
<i>Kesimpulan</i>	21
<i>Referensi</i>	22
GOOD DESIGN = GOOD RESEARCH PROCESS	23
<i>Pendahuluan</i>	23
<i>Apakah Good Design Itu?</i>	24
<i>Desain Adalah Proses Riset</i>	24
<i>Memahami Konteks Desain</i>	30
<i>Kompleksitas Proses Desain</i>	33
<i>Kesimpulan</i>	34
<i>Referensi</i>	34
DESAIN, DESAINER, DAN PENILAI DESAIN	36
<i>Pendahuluan</i>	36
<i>Aspek Psikologi dalam Proses Penilaian Desain</i>	39

<i>Kesimpulan</i>	41
<i>Referensi</i>	42
DISKURSUS DESAIN ‘KESEHARIAN’ YANG BAIK UNTUK PEMBELAJARAN DESAIN	43
<i>Pendahuluan</i>	43
<i>Desain Keseharian dan Desain yang Baik</i>	44
<i>Diskusi</i>	46
<i>Penutup</i>	48
<i>Referensi</i>	49
DESAIN yang BAIK PADA LEVEL 6 KKNi	50
<i>Pendahuluan</i>	50
<i>Proses Pembelajaran yang Kompleks</i>	51
<i>Pendidikan Desain</i>	52
<i>Kemunculan Istilah Inovasi</i>	52
<i>Kreativitas dalam Proses Desain</i>	53
<i>Tahapan Penjenjangan Pendidikan Sarjana (Level 6)</i>	55
<i>Perbedaan Level 6 dan Level 7</i>	56
<i>Kesimpulan</i>	57
<i>Referensi</i>	57
DESAIN YANG BAIK DALAM PERSPEKTIF PROGRAM STUDI DI INDONESIA	59
ASPEK-ASPEK DALAM DESAIN YANG BAIK BERORIENTASI PADA NILAI-NILAI KEMANUSIAAN	60
<i>Aspek Estetika</i>	61
<i>Aspek Teknologi</i>	62
<i>Aspek Sains</i>	62
<i>Kesimpulan</i>	63
<i>Referensi</i>	64
KONSEP GOOD DESIGN UNTUK BIDANG KEILMUAN DESAIN PRODUK BERDASARKAN KEBUTUHAN DARI INDUSTRI 4.0 DAN MBKM	65
<i>Pendahuluan</i>	65
<i>Landasan Kebutuhan Wirausaha Kreatif di Indonesia</i>	67
<i>Kebutuhan Pemerintah Terkait standar pendidikan sarjana Level 6 KKNi dan MBKM (Program Kampus Merdeka)</i>	67
<i>Kriteria Desain Memuat Penerapan IPTEK</i>	68
<i>Konsep Analisa TPDC untuk Penerapan Good Design</i>	68
<i>Atribut dari Good Design berdasarkan analisa TPDC</i>	70
<i>Kesimpulan</i>	73
<i>Referensi</i>	74
MENUMBUHKAN IDENTITAS DESAINER DALAM MEWUJUDKAN ‘GOOD DESIGN’ GUNA MENDORONG MENTAL BERINOVASI DI RANAH PENDIDIKAN DESAIN	76
<i>Pendahuluan</i>	76
<i>Menjajaki Masalah Pembentukan Manusia Kreatif</i>	77
<i>Hubungan antara Kreativitas dan Inovasi Desain</i>	78
<i>Memilih Desain yang Baik</i>	81
<i>Nilai dan Identitas Personal Terefleksi dalam Desain yang Baik</i>	83
<i>Kesimpulan</i>	84
<i>Referensi</i>	85
DESAIN YANG BAIK.....	88

<i>Pendahuluan</i>	88
<i>Pemahaman Desain yang Baik Menurut Berbagai Literatur dan Para Ahli</i>	89
<i>Konversi “Desain yang Baik” Berdasarkan Kurikulum Program Studi Desain Produk Ubaya</i>	90
<i>Kesimpulan</i>	90
<i>Referensi</i>	91
GOOD DESIGN	92
<i>Pendahuluan</i>	92
<i>Good Design Bagi Desain Produk Itenas</i>	94
<i>Letupan Gairah</i>	95
<i>Proses Terciptanya Produk Baik: Produk yang Didesain Berdasarkan Kebutuhan Riil Penggunaanya</i>	96
<i>Kesimpulan</i>	98
<i>Referensi</i>	98
DESAIN PRODUK YANG BAIK	99
<i>Pendahuluan</i>	99
<i>Konsep Empat Bidang Desain Produk</i>	99
<i>Kesimpulan</i>	103
<i>Referensi</i>	104
“GOOD DESIGN” SEBAGAI LANDASAN KONSEP PEMBELAJARAN DESAIN YANG BAIK	105
<i>Pendahuluan</i>	105
<i>Memberikan Nilai.</i>	105
<i>Kelahiran Industrial Design</i>	106
<i>Kurikulum</i>	108
<i>Kesimpulan</i>	109
<i>Referensi</i>	111
GOOD DESIGN	112
<i>Pendahuluan</i>	112
<i>Pembahasan</i>	113
<i>Kesimpulan</i>	114
<i>Referensi</i>	115
KRITERIA KUALITAS DESAIN DALAM LINGKUP PRODUK SECARA UMUM DAN PRODUK TEKNOLOGI	116
<i>Pendahuluan</i>	116
<i>Tinjauan Pustaka</i>	117
<i>Desainer dan Praktisi Bidang Desain</i>	118
<i>Pembahasan</i>	119
<i>Kriteria Umum Desain Produk yang Baik</i>	119
<i>Ruang Lingkup Produk Teknologi (Relevansi dengan PDE-UPM)</i>	120
<i>Kesimpulan</i>	120
<i>Referensi</i>	120
DESAIN YANG BAIK: BIJAK DALAM MENENTUKAN PILIHAN PROSES PRODUKSI DAN MATERIAL	122
<i>Pendahuluan</i>	122
<i>Inti Keilmuan Desain Produk Industri</i>	123
<i>CPL Program Studi Desain Produk</i>	125
<i>Kesimpulan</i>	126
<i>Referensi</i>	126
DESAIN PRODUK ITS: ABOUT GOOD DESIGN	127
<i>Pendahuluan</i>	127

<i>Desain Produk yang Baik</i>	128
<i>Desain Produk ITS Terkini</i>	130
<i>Kesimpulan</i>	131
<i>Referensi</i>	131
ASPEK AUTHENTICITY DALAM GOOD DESIGN	132
<i>Pendahuluan</i>	132
<i>Definisi Authenticity (Otentisitas)</i>	132
<i>Keberkaitan Antara Konsep Authenticity (Otentisitas), Identitas, Orisinalitas dan Nilai Estetik</i>	133
<i>Aspek Authenticity Dalam Sebuah Good Design</i>	134
<i>Kesimpulan</i>	135
<i>Referensi</i>	135
STUDENT GOOD DESIGN	136
<i>Pendahuluan</i>	136
<i>Indikator Penilaian</i>	136
<i>Referensi</i>	137
Indonesia Industrial Design Student Award 1	138
30 Kategori Desain IIDSA-1 2021	139
daftar Penerima Award Dan Hasil Kurasi IIDSA 1	148
EPILOG	170

PROLOG

Dewan Kurasi Forum Program Studi ADPII

Pada pertengahan tahun 1990, pengklasifikasian pekerjaan yang didasarkan pada kompetensi berkembang pesat sebagai faktor yang menjadi sangat penting. Terhadap hal tersebut, sejumlah negara kemudian membangun sistem deskriptor keahlian dan kompetensi, seperti misalnya *AMS-Qualifikation-klassifikation* di Austria, *Kompetenzenkatalog* di Jerman, *ROME* di Perancis, *O*NET* di Amerika, *Taxonomy-DB* di Swedia dan *Job Mobility Portal* di Eropa, yang semuanya bertujuan untuk mendapatkan standar deskriptor profil kompetensi.

Dalam upaya keikutsertaan dalam hal tersebut, Indonesia mencoba mempelajari beberapa konvensi internasional antara lain seperti GATS (*General Agreement on Trade in Services*), WTO (*World Trade Organization*), AFTA, *Regional Convention*, serta *the Recognition of Studies, Diplomas and Degrees in Higher Education in Asia and the Pacific*. Perlunya kesamaan persepsi masyarakat internasional dalam hal kualifikasi ketenagakerjaan menjadi ruang lingkup konvensi internasional tersebut, dan oleh karenanya setiap negara memerlukan suatu sistem kualifikasi ketenagakerjaan yang dapat dipahami bersama, yang disebut kerangka kualifikasi, yaitu suatu instrumen yang mengklasifikasikan kualifikasi seseorang berdasarkan seperangkat kriteria yang dikaitkan dengan jenjang capaian pembelajaran (*learning outcomes*).

Di Indonesia, pada tahun 2012 diterbitkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2012 mengenai Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia, yang pada lingkup pendidikan tinggi dijalankan melalui Peraturan Menteri no. 44 tahun 2015, dan disempurnakan melalui Peraturan Menteri no. 3 tahun 2020. Dalam kerangka kualifikasi tersebut dijelaskan bahwa tahap Sarjana berada pada level 6 yang dibedakan dengan tahap selanjutnya yang disebut dengan tahap profesional, sehingga seharusnya dapat dipahami dengan jelas bahwa hasil dituntut terhadap mahasiswa yang berada pada tingkat sarjana adalah berbeda dengan apa yang dapat dihasilkan

oleh seorang profesional. Pada tanggal 24 hingga 26 November 2017, bertempat di kampus ITSB, Kota Deltamas Cikarang Jawa Barat, Forum Program Studi Desain Produk Indonesia ADPII telah dihasilkan rumusan Capaian Pembelajaran level 6 KKNi yang didasarkan pada konvensi dari anggota forum program studi Desain Produk Indonesia.

Didasarkan pada karakteristik bidang studi desain produk, yang menghasilkan karya Desain sebagai luaran proses pembelajaran, maka seyogianya produk hasil karya tersebut adalah merupakan unjuk kerja dari CPL yang telah ditetapkan, Capaian Pembelajaran Lulusan adalah standar kompetensi yang harus dimiliki oleh setiap lulusan pada level yang dijalani, dan bagi pendidikan tinggi penyelenggara program studi desain produk, karya desain yang dihasilkan sebagai unjuk kerja kompetensi tersebut memerlukan juga dasar-dasar yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi para pemangku kepentingan pengguna lulusan tersebut, apa yang disebut dengan *Good Design* (Desain yang Baik).

Buku ini merupakan hasil dari konvensi yang dilaksanakan oleh forum program studi desain produk Indonesia di bawah naungan ADPII (Aliansi Desainer Produk Industri Indonesia) pada tanggal 24 Juli 2021 dalam upaya merumuskan apa yang disebut dengan desain yang baik untuk level 6 KKNi atau tingkat sarjana. Konvensi yang dilakukan oleh forum merupakan satu upaya untuk menjabarkan apa yang disebut dengan desain yang baik. Sangat disadari bahwa tidak mudah untuk mendefinisikan desain yang baik, selain sangat kurangnya referensi mengenai desain yang baik itu sendiri, terdapat beberapa permasalahan yang terangkat pada berbagai diskusi sebelum konvensi dijalankan.

Martinus Pasaribu, menguraikan bahwa tidak ada satu proses yang sama untuk sebuah desain. Sementara itu sangat disadari bahwa pada perkembangan terakhir ini, desain mulai menjadi satu bidang tersendiri yang masuk pada disiplin penelitian, desain adalah bidang yang tidak berdiri sendiri, pada prosesnya desain akan berinteraksi dengan beragam ilmu lain bersama-sama di dalam prosesnya untuk mendapatkan solusi.

Pada kesimpulannya, Martinus menekankan bagaimana bidang desain harus dipandang bahwa desain yang baik adalah luaran (*output*) aktivitas riset yang secara kreatif dan lincah mampu mengelola informasi sains, teknologi, dan seni untuk selanjutnya memproduksi nilai-nilai tersebut dan membenamkannya baik ke dalam bentuk produk maupun servis yang mampu menjawab kebutuhan, keinginan dan harapan masyarakat pada sebuah konteks ruang dan waktu tertentu, mampu membawa dan mengikat mereka kepada sebuah pengalaman yang menyenangkan saat berinteraksi dengan produk yang mereka konsumsi tersebut.

Desain yang baik merupakan *outcomes* (hasil) aktivitas riset dalam mengeksplorasi dinamika tren masyarakat yang terus berubah. Selanjutnya, membangun gagasan produk dan/atau servis utuh yang sarat makna untuk menumbuhkembangkan tren sosio kultural baru, demi membawa masyarakat ke cara hidup baru demi masa depan

yang lebih baik. Desain yang baik juga merupakan hasil aktivitas riset dalam mengeksplorasi manusia, baik sebagai pengguna maupun sebagai pasar. Karena itu, secara berjenjang perlu dibangun sebuah sistem yang dapat menumbuhkembangkan ketajaman cara pandang desainer dalam melihat dua sisi manusia tersebut, sehingga pada akhirnya dapat terbangun sebuah ekosistem ekonomi-sosial-budaya yang berkelanjutan.

Pada tulisan yang lain, desain yang baik dicoba untuk dibedah melalui sudut pandang akademik, dalam tulisannya, Achmad Syarief mengawali sudut pandangnya dengan berawal dari karakteristik manusia yang dibekali kemampuan perseptual untuk merasakan sensasi dan kemampuan kognitif untuk menilai. Dalam tulisannya, Achmad Syarief juga menekankan bahwa pada dasarnya nilai “baik” itu sendiri bersifat kontekstual, sehingga penggunaan satu kriteria baku untuk desain yang baik mungkin tidak diperlukan.

Selanjutnya, meminjam dari Rodriguez-Ramos, 5 (lima) karakteristik yang merepresentasikan produk yang dianggap ‘baik’, adalah yang: a) bermanfaat dan memberi kemanfaatan, b) mudah dijelaskan, c) mudah dipahami dan digunakan, (d) memberi nilai tambah dalam konteks utilitas; serta (e) mampu mendorong interaksi emosional. Hal yang perlu dilakukan dalam menilai desain yang baik adalah dengan melihat karakteristik dari desain yang baik itu sendiri sesuai dengan konteksnya. Berdasarkan karakteristik desain yang baik itulah desainer berupaya untuk mendapatkan produk yang baik.

Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Martinus, Achmad Syarief menyampaikan pada bagian penutup tulisannya bahwa secara implisit, dalam setiap jenjang tahapan penguasaan konsep menuju desain yang baik tercantum ‘keharusan’ untuk menempatkan riset sebagai bagian dari kegiatan mendesain. Konsep desain yang baik tidak mungkin dikuasai tanpa mengombinasikan sintesis keterampilan merancang, pengetahuan faktor manusia, teknologi material dan produksi, dengan wawasan riset desain. Dalam pandangannya, menghadirkan desain yang baik untuk kepentingan pendidikan tidak hanya dapat dilihat sebagai luaran dari sebuah proses merancang semata, tetapi lebih dari itu ia dapat dilihat sebagai model pembelajaran praktika desain yang berpusat pada manusia (*human-centered design*).

Ellya Zulaikha menekankan pula kontekstualitas proses menilai karya desain harus sesuai dengan target penggunaannya. Kemampuan *contextual inquiry* seorang desainer produk dalam memahami konteks dari proses pengembangan desain yang dilakukan, kemampuan kreatifnya dalam mengeksplorasi pencarian solusi inovatif dalam kolaborasinya dengan berbagai pemangku kepentingan yang ada dari hulu hingga hilir merupakan sebuah kesatuan yang perlu menjadi perhatian. Metode menilai sebuah karya desain tidak dapat disamakan seperti menilai sebuah karya seni yang umumnya cenderung pada kualitas ekspresinya semata tanpa mengaitkannya dengan manusia sebagai pengguna.

Tulisan selanjutnya disampaikan oleh Rahmawan, yang membahas mengenai definisi desain yang baik dari sudut pandang peran seseorang yang secara khusus berperan sebagai penilai desain. Merujuk dari definisi desain yang dikeluarkan oleh *World Design Organization*, pada tulisan tersebut diuraikan bahwa sesungguhnya objek penilaian dari sebuah desain adalah sebuah proses pemecahan masalah melalui produk. Oleh karena itu, penilaian yang dilakukan tidak saja terhadap produknya tetapi bahkan yang terpenting adalah proses desain yang ada di belakangnya. Sebuah produk “ada” karena ada proses yang membuatnya menjadi “ada”. Itu artinya, objek penilaian bukan hanya bentuk fisik yang merupakan luaran dari proses desain, tetapi yang justru terpenting adalah bagaimana produk itu didesain.

Merujuk pada penelitian Demirbilek dan Park, Rahmawan memandang bahwa dari survei tentang kriteria desain yang baik yang digunakan pada 6 (enam) ajang *design award* yang berbeda, dengan melihat daftar kriteria penilaian pada masing-masing ajang dan opini para jurnya, menyimpulkan adanya kesamaan pada beberapa kriteria, yaitu: a) fungsi; efisiensi, b) estetika; daya tarik, c) kemudahan dalam penggunaan; ramah terhadap pengguna, dan d) menetapkan standar baru yang akan diikuti dunia; berpikir di luar kotak; berada di garis depan era; membuat terobosan baru untuk masa depan; serta menghasilkan ide yang luar biasa.

Pada tulisan tersebut, Rahmawan juga mengangkat kenyataan yang sering terlihat mengenai bagaimana sikap masyarakat sesungguhnya yang sering kali tidak terlihat kaitannya dengan apa yang disebut dengan desain yang baik. Dengan kata lain, terdapat pertanyaan yang sering menggelitik: apakah desain yang baik tidak berhubungan dengan desain yang diminati oleh masyarakat? Dalam kesimpulannya, Rahmawan memberi penekanan bahwa terdapat benang merah yang menghubungkan beragam ajang penghargaan desain yang ada di dunia, walaupun akan tidak terhindarkan bahwa akan ada interpretasi yang tidak sama terhadap kriteria bersama tersebut, karena terdapat perbedaan karakteristik dan latar belakang khusus dari para juri yang terlibat.

Sedikit berbeda dengan tulisan-tulisan sebelumnya, Adhi Nugraha mencoba memberi penekanan lain, yaitu ‘desain yang baik memiliki keterkaitan dengan aspek budaya’. Menurutnya, isu budaya dan tradisi menjadi sangat penting dalam penilaian sebuah karya desain, khususnya dalam konteks keindonesiaan. Hal tersebut disebabkan oleh kenyataan bahwa desain sudah banyak digunakan sebagai alat untuk meningkatkan daya kompetitif suatu bangsa, yang jika berhasil, dapat menjelma menjadi ‘*flagship*’ bangsa tersebut.

Bagi Indonesia, walaupun tidak harus berlaku untuk setiap kasus, Adhi Nugraha menekankan bahwa desain yang bercirikan keindonesiaan merupakan sebuah peluang bangsa Indonesia dalam mendapatkan respek hingga memenangkan persaingan di pasar global. Dalam konteks keberagaman budaya dan tradisi yang ada di Indonesia, desain yang baik dapat berarti desain yang membumi, jujur, sadar,

cerdas, relevan, dan sangat memahami, mengelola serta menumbuhkembangkan potensi kelokalan yang ada. Bagaimana pun, desain yang baik tidak boleh secara sempit terbelenggu oleh tradisi dan budaya, tetapi harus berjalan dan saling memajukan bersama-sama.

Dalam lingkup akademik, upaya untuk menghadirkan desain yang baik sesungguhnya merupakan sebuah simulasi dari model praktikal dari dunia profesi yang sesungguhnya. Andry Masri, dalam tulisannya menekankan bahwa kemampuan yang dituntut pada jenjang kualifikasi level 6 adalah kemampuan untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan desain untuk menyelesaikan permasalahan desain itu sendiri. Selanjutnya, perlu disadari bahwa penguasaan terhadap pengetahuan pada bidang desain tersebut baru berada pada tataran konsep teoritis.

Wawasan pengetahuan, kompetensi, sikap dan kepekaan dalam melakukan riset multi-lintas-trans disiplin seyogianya perlu dibangun secara bertahap dan komprehensif sejak dunia pendidikan agar mampu mencapai leveling yang disusun secara jernih. Oleh karenanya, syarat utama dari sebelum dilakukan proses penilaian dari desain yang dihasilkan adalah ketuntasan dari keseluruhan proses desain yang secara umum sesuai dengan tingkat pembelajarannya. Bukan berdasarkan kualitas dari desain yang dihasilkan. Karena itu, maka fokus pada jenjang pendidikan desain menjadi hal yang penting untuk ditinjau. Tujuannya adalah agar dapat dihasilkan sosok desainer dengan kemampuan yang sesuai dengan target capaian level yang diharapkan.

DESAIN YANG BAIK: HASIL DAN LUARAN DARI RISET yang BENAR

Yannes Martinus Pasaribu – Dewan Pembina ADPII

Pendahuluan

Begitu banyak teori dan pemikiran seputar *Good Design* (Desain yang Baik). Mulai dari produk, servis, proses, model, hingga strategi. Begitu banyak pula hal yang dikaitkan dengan istilah desain yang baik. Mulai dari definisi, metodologi, luaran, hingga dampaknya terhadap seluruh aktivitas bahkan hingga peradaban manusia. Hal ini menunjukkan betapa luasnya tingkat dan skala pemaknaan dari “Desain yang Baik” tersebut.

Desain yang baik merupakan luaran dari serangkaian proses pengembangan produk yang panjang. Tahapan pengembangan desain yang terdiri dari proses analisis, sintesis hingga evaluasi tampaknya sudah semakin baku. Mulai dari Bloom - tahun 1956 [2], Christopher Jones - tahun 1970 [6], Brian Lawson - tahun 2005 [7] hingga Tim Brown - tahun 2009 [3], tetap menggunakan tiga *benchmark* yang sama. Proses analisis desain pada dasarnya adalah proses pengambilan keputusan melalui sebuah riset yang melibatkan berbagai rumpun ilmu yang beririsan dengan produk yang akan dikembangkan.

Mulai dari rumpun ilmu humaniora; ilmu sosial; ilmu alam; ilmu formal; hingga rumpun ilmu terapan yang terkait dengan produk dan/atau servis perlu menjadi perhatian desainer. Tentunya, mengikuti tingkat kompleksitas produk yang akan dikembangkan. Hasil dari proses analisis desain ini adalah ditemukannya sebuah konsep yang mampu menjelaskan sisi teks dan konteks yang menjadi kunci sintesis produk selanjutnya.

Dalam tahapan sintesis, desainer mulai membangun pemahaman dan masuk pada tahapan pengembangan ide-ide desain baru yang memenuhi berbagai kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya. Di sini desainer mulai melakukan eksplorasi visual lebih jauh lagi untuk memberikan nilai tambah pada sisi manusia yang menjadi penggunaanya kelak. Desain dikembangkan ke dalam sebuah narasi yang mampu memuaskan pengguna dan menciptakan nilai bagi mereka. Desain produk dan/atau servis dikembangkan secara fokus pada aspek utilitas dan emosi berdasarkan umpan balik dari calon pengguna dan kebutuhan segmentasi pasarnya.

Tahapan sintesis ini pun secara bertahap bergerak dari sebuah proses eksplorasi kreatif menjadi sebuah proses yang sangat rasional. Proses pengembangan produk selanjutnya adalah mengarah pada implementasi teknis untuk kepentingan proses produksi dan/atau manufaktur yang sebenarnya. Selama periode ini, proses desain semakin berurusan dengan aspek-aspek teknis yang akan membuat hasil desain yang telah diputuskan mengalami beberapa perubahan agar dapat diproduksi secara efektif dan efisien.

Tahapan evaluasi adalah penilaian mengenai analisis dan sintesis. Evaluasi pada analisis penting untuk memberikan arah dan memprioritaskan kebutuhan. Sedangkan evaluasi pada sintesis penting untuk memperlihatkan apakah solusi yang diusulkan sudah mampu menjawab brief pengembangan produk yang dimaksudkan.

Semakin banyak keterlibatan rumpun ilmu lainnya, jumlah komponen, skala produksi, dan keluasan segmentasi pasarnya, semakin kompleks pula proses analisis, sintesis dan evaluasi yang perlu dilakukan. Potret kompleksitas yang ada menunjukkan bahwa peran desainer produk kini semakin berkembang menjadi integrator dari aspek-aspek utilitas, emosional, sosial, teknologi, dan bisnis untuk menghasilkan sebuah kebaruan, baik itu dalam luaran produk maupun servis. Semua itu demi meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan mulai dari penggunaanya, proses bisnis yang terbangun, hingga tentunya, bagi desainer yang menjadi motor rangkaian proses riset dan proses kreatif yang berlangsung.

Proses dan Tahapan Pengembangan Produk

Proses pengembangan produk dapat dikelompokkan dalam 2 (dua) tahapan besar, yaitu tahapan perancangan (menghasilkan aspek konseptualnya) dan tahapan mendesain (menghasilkan produk/artefak dan/atau servisnya).

Desain yang baik dimulai dari proses yang benar. Tahapan perancangan (konseptual) meliputi: 1) mengenali dan mendefinisikan masalah; 2) mengumpulkan fakta; 3) menganalisa fakta; dan 4) membangun konsep desain serta batasan-batasannya secara menyeluruh. Sedangkan tahapan mendesain meliputi: 5) mengembangkan

alternatif desain; 6) memilih opsi desain terbaik; 7) evaluasi desain; dan 8) implementasi desain. Rinciannya sebagai berikut.

Tahap-1: Mendefinisikan masalah

Sebagai brief awal, desainer menetapkan tujuan, dan berkomitmen untuk itu. Masalah atau proyek yang akan dijalankan harus diidentifikasi dengan para pemangku kepentingannya (baik itu pemberi tugas maupun tim kerja) sebelum dapat menanganinya secara efektif. Semakin jelas pendefinisian masalah pada tahap awal, semakin besar pula dampaknya terhadap cara pemecahan hingga solusi yang dihasilkan. Desainer yang baik selalu mencoba mendekati setiap masalah baru dengan cara pandang yang segar. Bukan yang stereotip. Desainer harus selalu menyadari bahwa setiap masalah adalah unik dan sangat dimungkinkan memiliki solusi yang kreatif dan unik. Untuk itu, komitmen, ketertarikan, dan intensitas keterlibatan desainer menjadi kunci awal dalam rangkaian panjang seluruh tahapan dari hulu hingga ke hilir.

Di sini, desainer harus mengkaji secara tajam tujuan pengembangan desain secara komprehensif mulai dari sisi kegunaan, hingga relevansinya dengan brief desain yang akan dikembangkan. Desainer harus menetapkan prioritas, mulai dari yang paling penting dan mendesak hingga isu-isu penting serta nilai (*value*) dari produk yang akan dikembangkan. Hal ini menjadi penting, mengingat bahwa desainer harus menetapkan luaran yang diinginkan dari proses kreatif yang akan dijalkannya. Luarannya dapat mencakup: menciptakan produk yang aman, memungkinkan pengguna untuk menjalankan fungsinya secara nyaman, secara estetika menyenangkan, dan seterusnya. Selanjutnya, desainer perlu mengelola waktu dan limitasinya sesuai dengan tugas/bagiannya dalam menjawab masalah tersebut. Semakin kompleks brief desain yang akan dikembangkan, semakin besar jumlah tim kreatif yang terlibat.

Tahap-2: mengumpulkan fakta

Umumnya disebut sebagai tahap pemrograman. Tahap ini melibatkan pengumpulan serangkaian data (dapat berupa data literatur, laboratorium, hingga data lapangan) yang terkategori dengan benar. Sepanjang proses pemrograman (hingga memasuki fase desain), desainer berproses untuk menetapkan "kualitas" ke arah mana program pengembangan yang ia laksanakan agar mampu mengerucut pada desain yang akan dihasilkan. Di sini upaya sadar harus dilakukan untuk memahami makna atau nilai informasi yang dikumpulkan berkaitan dengan kebutuhan, tujuan, pengguna, persyaratan teknis, dan lain sebagainya. Untuk itu, desainer perlu mengenali dan menyatakan sebuah nilai sebagai *benchmark* kerjanya untuk memastikan rangkaian proses transisi menuju ke solusi yang akan dihasilkan.

Tahap-3: menganalisis fakta

Desainer menganalisis fakta yang ada/sebenarnya yang diperoleh melalui riset yang terstruktur. Tentunya mengikuti kaidah-kaidah riset yang benar. Solusi desain yang prima didasarkan pada kualitas riset yang tinggi. Desainer harus mengumpulkan dan mengategorikan hanya fakta-fakta yang berkaitan dengan tujuan awalnya. Untuk itu, maka desainer harus menentukan dan menetapkan kebutuhan riil dari berbagai permasalahan yang ada. Untuk kebutuhan pengguna, desainer harus mempertimbangkan limitasi serta kebutuhan fisiologis, psikologis, dan sosiologis mereka. Setelah itu, desainer harus mengkaji berbagai faktor engineering hingga material dan struktur, faktor kontekstual, serta faktor ekonomi dari desain secara keseluruhan.

Tahap-4: membangun konsep desain serta batasan-batasannya secara menyeluruh

Pada tahapan ini, desainer harus membangun definisi produk dengan baik dan benar. Desainer harus menetapkan daftar persyaratan semua aspek (kebutuhan fisik, sosial, psikologis, dan ekonomi) dari target pengguna sebagai hal yang utama. Selanjutnya, menetapkan batasan-batasan teknis yang harus dipenuhi oleh desain, dan berbagai asumsi logis terkait yang akan digunakan. Konsep desain yang baik dan benar merupakan titik tolak desainer untuk mengembangkan bentuk produk yang akan dibuatnya. Di sini desainer harus mampu membakukan pemahaman komprehensifnya secara baik dan benar terhadap konsep desain yang akan dikembangkan sebagai tawaran solusi terhadap brief awal yang telah ditetapkan. Tahap-4 ini merupakan fase krusial, karena di sini kemampuan desainer dalam mengonversikan semua informasi abstrak yang berhasil diformulasikan ke dalam format kongkret dan visual untuk pengembangan aspek formalistis desain yang akan dikembangkan lebih lanjut.

Tahap-5: mengembangkan alternatif desain

Di sini, Desainer bereksplorasi untuk menghasilkan sebanyak mungkin alternatif ide (sesuai dengan limitasi waktu yang telah ditetapkan) untuk mencapai tujuan awalnya. Desainer mencari pendekatan kreatif yang berbeda untuk memecahkan masalah dan/atau mencari solusi terhadap brief yang diberikan dalam membangun konsep perwadagan desainnya secara keseluruhan. Proses pengembangan ide ini melibatkan dua fase yang berbeda, yakni: 1) fase menggambar (membangun narasi visual baik dalam bentuk teks maupun konteksnya), mulai dari membuat skema, alternatif sketsa, hingga presentasi visual yang dapat dipahami oleh para pemangku kepentingan yang terlibat. 2) fase pernyataan konsep desain, dinyatakan dalam bentuk tertulis atau verbal terkait dengan visualisasi alternatif desain yang dihasilkannya. Kemampuan desainer dalam membangun narasi pengalaman inderawi pengguna saat berinteraksi serta mengoperasikan produk menjadi kuncinya. Ujung dari tahapan ini adalah memilih opsi paling optimal.

Tahap-6: memilih opsi desain terbaik

Desainer (dan para pemangku kepentingannya) memilih opsi yang paling tepat dengan melihat kembali bagaimana kesesuaian konsep desain yang dipilih terkait dengan kompleksitas, anggaran, kebutuhan, tujuan, keinginan desainer dan/atau pemberi tugas hingga ekonomi produksinya. Opsi yang dipilih adalah yang paling memenuhi kriteria, kreatif, menghasilkan solusi yang fungsional, dan menarik minat (*Wow factors*), serta memiliki kebaruan. Di sini, desainer perlu menegaskan kembali posisinya, bahwa desain sebuah produk dan/atau servis difokuskan pada manusia sebagai subjek bukan objek. Untuk itu, sudah seyogianya segala aspek yang berkaitan dengan manusia menjadi fokus dalam menentukan opsi.

Tahap-7: evaluasi desain

Desainer (dan seluruh pemangku kepentingannya) membuat penilaian kritis terhadap apa yang telah dicapai untuk memastikan apakah hal itu memang sudah memecahkan masalah atau menjadi solusi dari brief awal yang ditetapkan. Tahap evaluasi ini juga untuk melihat konsistensi, korelasi, dan relevansi dari seluruh tahapan proses yang telah dilakukan dan bagaimana hasil akhir dari rangkaian aktivitas yang telah dilaksanakan. Tahap ini juga merupakan bagian dari evaluasi diri terhadap rangkaian proses rasional dan kreatif yang telah dijalankan. Evaluasi dilakukan tidak hanya tentang objek/artefak yang dihasilkan, tetapi juga tentang nilai (*value*) dalam kaitannya dengan hasil akhir yang ingin dicapai dari rangkaian proses yang dijalankan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa solusi yang dihasilkan sudah memenuhi isu-isu penting dan nilai dari desain yang telah ditentukan di awal dan menjadi bahan untuk tahapan pengembangan desain sejenis pada periode berikutnya.

Tahap-8: implementasi desain

Mengacu pada eksekusi atau mengambil tindakan pada ide yang dipilih dan memberikannya bentuk fisik. Langkah ini mengkomunikasikan ide melalui gambar akhir, gambar kerja (*workshop drawing*), *rendering*, dan bentuk presentasi lainnya kepada pemangku kepentingan terkait. Proses implementasi desain tidak berhenti pada ide atau solusi kreatif dokumen kerja saja, tetapi berlanjut pada tahap untuk mewujudkan ide visual yang sudah lengkap tersebut menjadi produk nyata. Langkah ini dilanjutkan dengan pembuatan *full scaled model*, prototipe awal yang selanjutnya terus difalsifikasi hingga mencapai prototipe final dan siap produksi. Bagi desainer profesional, langkah ini memerlukan strategi untuk menghasilkan desain final yang mampu mendapatkan persetujuan akhir dari para pemangku kepentingan terkait.

Di sini, juga akan dilakukan pengukuran tingkat *technology readiness level* [12], *production/manufacturing readiness level* [11], hingga tingkat *market readiness level* [5]. Hasil akhir dari rangkaian riset tersebut akan menentukan sistem produksi desain final produk dengan kehandalan teknologi yang jelas, dalam skala produksi terbatas atau skala massal, dan memastikan tingkat kesiapan pasar untuk mengonsumsi produk yang akan diproduksi tersebut. Selanjutnya, memastikan strategi pemasaran

produk pada wilayah dan segmentasi pasar sesuai dengan target yang ditetapkan. Untuk itulah maka desainer (dan para pemangku kepentingannya) dalam rangkaian proses risetnya perlu terus menerus melakukan *check* dan *recheck* seluruh tahapan rasional hingga kreatif (tahap 1 sampai tahap 8) yang telah dilaluinya untuk memahami dan meningkatkan metode pencarian solusi kreatif dan penyelesaian masalah yang ada dalam setiap tahapannya.

Diskusi

Desainer memiliki tanggung jawab pengembangan produk dalam konteks manusia sebagai penggunanya. Karena itu, maka untuk menghasilkan desain yang baik seorang desainer harus mampu [2] [6] [7] [3]: 1) mempelajari dan menanggapi kebutuhan pengguna secara riil; 2) memahami karakteristik ergonomis produk/servis dengan penggunanya; 3) ramah terhadap pengguna – memahami, mengantisipasi, dan merancang interaksi yang *seamless* antara pengguna dengan produk; 4) membangun pengalaman emosional yang menyenangkan pengguna; dan 5) menemukan apa kebutuhan (para) pengguna yang sesungguhnya pada wilayah sosio-kultural mereka secara inklusif.

Desainer memiliki tanggung jawab dalam konteks manusia sebagai pasar. Desain merupakan bagian penting dalam membangun keunggulan kompetitif dalam bisnis [8]. Karena itu, desain yang baik adalah yang mampu meningkatkan profit bagi desainer dan semua pemangku kepentingannya. Untuk itu, desainer harus mampu membaca orientasi pasar secara proaktif [10] [1]. Desainer harus mampu menghasilkan produk/servis baru untuk menjawab sebanyak mungkin keinginan, harapan, dan kebutuhan pasar saat ini dan di masa depan melalui pengembangan inovasi berbasis desain yang terintegrasi dalam strategi bisnisnya [9]. Semua itu tentunya perlu dikelola melalui manajemen pengembangan desain dengan memperhatikan siklus hidup produk secara cermat. Di sini, desain yang baik adalah desain dengan terobosan inovasi yang mampu memahami, mengikuti dinamika pasar dengan lebih baik, serta menciptakan pasar yang baru.

Kedua alinea di atas menunjukkan bahwa desainer seyogianya melihat manusia sebagai dua sisi mata uang yang sama. Sebagai pengguna dan sebagai pasar. Sebagai pengguna, manusia dilihat sebagai subjek pengembangan produk dengan tujuan meningkatkan aspek utilitas dan nilai dari produk yang melalui rangkaian riset diharapkan dapat meningkatkan pula kualitas hidup dan nilai kemanusiaan manusia penggunanya.

Sedangkan dari sisi pasar, manusia dilihat sebagai entitas yang mengonsumsi produk dan/atau servis yang dibuat oleh desainer. Kekuatan desainer terletak pada kemampuan risetnya dalam menumbuhkan hasrat pasar untuk mengonsumsinya dengan cara mengembangkan inovasi melalui eksplorasi utilitas, bentuk, antarmuka, psikologis, estetika produk, dan seterusnya. Baik dengan strategi menciptakan produk

yang diinginkan dan diharapkan oleh pasar potensial maupun dengan strategi untuk merangsang permintaan baru dari target pasarnya secara spesifik. Selanjutnya, membangun sebuah siklus hidup suatu produk agar mampu menumbuhkembangkan seluruh ekosistem bisnis desain secara berkelanjutan.

Kesimpulan

Desain yang baik adalah luaran (*output*) aktivitas riset yang secara kreatif dan *agile* mampu mengelola informasi sains, teknologi, dan seni untuk selanjutnya memproduksi nilai-nilai tersebut dan membenamkannya baik ke dalam bentuk produk maupun servis yang mampu menjawab kebutuhan, keinginan dan harapan masyarakat pada sebuah konteks ruang dan waktu tertentu. Selanjutnya, mampu membawa dan mengikat mereka kepada sebuah pengalaman yang menyenangkan saat berinteraksi dengan produk yang mereka konsumsi tersebut.

Desain yang baik merupakan hasil (*outcomes*) aktivitas riset dalam mengeksplorasi dinamika tren masyarakat yang terus berubah. Selanjutnya, membangun gagasan produk dan/atau servis utuh yang sarat makna untuk menumbuhkembangkan tren sosio kultural baru, demi membawa masyarakat ke cara hidup baru demi masa depan yang lebih baik.

Desain yang baik juga merupakan hasil (*outcomes*) aktivitas riset dalam mengeksplorasi manusia, baik sebagai pengguna maupun sebagai pasar. Karena itu, desainer perlu memiliki ketajaman cara pandang dalam melihat dua sisi manusia tersebut demi membangun seluruh ekosistem bisnis dan keberlanjutannya.

Dengan demikian, wawasan pengetahuan, kompetensi, sikap dan kepekaan desainer dalam melakukan riset multi-lintas-trans disiplin seyogianya perlu dibangun secara bertahap dan komprehensif sejak dunia pendidikan agar mampu mencapai *leveling* yang disusun secara jernih. Tujuannya adalah agar dapat dihasilkan sosok desainer yang matang sesuai dengan target capaian level yang diharapkan oleh masyarakat ilmiahnya dan dunia kerja di era yang semakin dipenuhi oleh berbagai disrupsi akibat semakin menguatnya teknologi cerdas dan pembelajar sebagai dasar pembentuk peradaban baru manusia ke depannya.

Referensi

- [1] Bodlaj, M., Coenders, G., & Zabkar, V. (2012). Responsive and proactive market orientation and innovation success under market and technological turbulence. *Journal of business economics and management* (13) no. 4, 666-687
- [2] Bloom, B.S. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives – Handbook 1 Cognitive Domain*, London. Longman.
- [3] Brown, Tim (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York, HarperCollins.

- [4] D'Azzo, John J., And Constantine Houpi (1966). *Feedback Control System Analysis and Synthesis*, 2nd Edition, McGraw-Hill.
- [5] Hjorth, Sune Solberg and Alexander Michael Brem (2016). How to Assess Market Readiness for an Innovative Solution: The Case of Heat Recovery Technologies for SMEs. *Journal Sustainability*, (8): 8.
- [6] Jones, John Christopher (1970). *Design Method*, New York, John Wiley and Sons.
- [7] Lawson, Brian (2005). *How Designers Think: The Design Process Demystified*, 4th Edition, London, Architectural Press.
- [8] Mozota, Borja de, B. (2003). Design management: Using design to build brand value and corporate innovation. DMI/Allworth Press, New York.
- [9] Moll, I., Montana, J., Guzman, F., Praallada, F.S. (2007). Market orientation and design orientation: A management model. *Journal of Marketing Management*, 23 (9): 861-876
- [10] Slater, S. & Narver, J. (1998). Customer-led and market-oriented: Let's not confuse the two. *Strategic Management Journal*, 19 (10), 1001-1006.
- [11] _____. Manufacturing Readiness Assessment (MRA), diunduh dari www.fch.europa.eu/sites/default/files/MRL_support.pdf.
- [12] _____. Technology readiness level, diunduh dari www.nasa.gov/pdf/458490main_TRL_Definitions.pdf

THE IMPORTANCE OF PRESENTING GOOD DESIGN IN ACADEMIC SETTING

Pentingnya Menghadirkan Desain yang Baik di Lingkup Akademik

Achmad Syarief, MSD, PhD

Pendahuluan

Sepanjang hidupnya manusia senantiasa bergelut dengan pilihan. Kita terbiasa dan membiasakan diri untuk memilih teman, memilih lokasi tempat tinggal, memilih jenis makanan yang akan dikonsumsi, dan ‘sejuta’ kemungkinan memilih lainnya yang kemudian melandasi hidup kita. Proses memilih sendiri didorong gagasan abstrak tentang kualitas dari sesuatu. Secara alamiah kita dibekali kemampuan perseptual untuk merasakan sensasi (*perceptual ability to sense*) dan kemampuan kognitif untuk menilai (*cognitive ability to judge*). Di benak setiap manusia yang mampu merasakan dan berpikir secara normal, terdapat dorongan intuitif untuk memilah konsep: baik, benar, indah, menarik, buruk, jelek, salah, tidak menarik, dan sebagainya.

Sebagai contoh jika kita diminta menggunakan benda dengan embel-embel merek ‘tidak dikenal’, maka pandangan atas ‘ketidakterkenalan’ itu seringkali mendorong penilaian apriori (*apriori judgment*) akan kualitas benda tersebut. Dengan kata lain, penilaian bukan lagi didasarkan semata atas tampilan dan esensi ekstrinsiknya saja namun juga esensi instrinsik yang muncul dalam bentuk citra simbolik atau familiaritas, yang dilandasi pandangan/sikap yang terbentuk sebelumnya (*preconceived notion*) terhadap benda. Oleh karenanya, pengalaman interaksi terhadap benda dan konteks pemunculan benda dapat dianggap memiliki peran penting terhadap pemahaman

atas makna dan nilai benda. Namun bagaimanakah sebuah produk dapat dimaknai sebagai desain yang ‘baik’ (*Good Design*)? Bagaimanakah pemahaman atas desain yang baik (*Good Design*) dapat digunakan untuk lingkup akademik? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, dalam paper ini terlebih dahulu ditelaah pengertian produk yang baik’ (*good product*), sebelum menetapkan pengertian desain yang baik (*Good Design*), dan memaparkan pendapat tentang penggunaannya dalam lingkup akademik melalui kajian oto-diskursif atas beberapa sumber referensial yang dianggap relevan.

Menjejak Arti Produk yang Baik (*Tracing the Meaning of Good Product*)

Apakah yang disebut dengan produk yang ‘baik’ (*good*)? Menurut Garry, Newnes, dan Huang [1], yang disebut dengan produk adalah segala *item* (benda atau layanan) yang memiliki nilai, dapat dipertukarkan, berbentuk fisik-virtual atau kombinasi keduanya, serta dibuat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia [1]. Suatu benda disebut sebagai produk karena ia memiliki relevansi dalam kehidupan manusia baik terkait fungsi operasional maupun simboliknya. Dengan demikian, produk yang ‘baik’ (*good*) dapat dipahami sebagai benda (atau layanan) yang memiliki fungsi yang terbaik (*ultimate function*), tampil dengan kualitas terbaik dan oleh karenanya dianggap memiliki nilai tukar (*exchange value*) yang lebih dibanding yang lainnya. Walaupun pemahaman ini masih berkesan ambigu dan problematik, namun setidaknya ia dapat digunakan sebagai deskripsi pendahuluan untuk memahami konsepsi produk yang ‘baik’ (*a concept of good product*).

Jika disadari bahwa makna ‘baik’ (*good*) bersifat kontekstual, maka upaya mendefinisikan produk yang ‘baik’ (*good product*) tentulah perlu Memperhatikan pemunculan konteks yang melekat padanya. Menurut Rodriguez-Ramos [2], oleh karena makna bersifat kontekstual maka untuk memahami konsepsi produk yang ‘baik’ (*good*) diperlukan upaya untuk mengenal karakteristik pemunculan produk yang dianggap ‘baik’ (*good*) bukan berdasarkan pada penetapan kriteria atau atribut [2].

Apa yang membedakan karakteristik dan kriteria? Berdasarkan kamus daring Webster (2020), kriteria adalah item baku (*standard*), tidak berubah (*fixed*), menjadi dasar untuk perbandingan serta dapat dijadikan prasyarat untuk menilai sebuah capaian menggunakan pengukuran metrik. Sedangkan karakteristik adalah fitur esensial, dapat menjadi petunjuk, dan oleh karenanya bersifat mewakili (representasional) [3]. Sebagai contoh, karakteristik kursi ergonomi adalah kursi yang memiliki fitur untuk diduduki (*seat*) dengan perbedaan jarak ketinggian tertentu dari lantai/tanah dilengkapi fitur sandaran punggung (*backrest*), dibuat dengan menggunakan material yang nyaman dan sesuai dengan postur tubuh pengguna. Uraian ini merujuk fitur esensial yang menjadi penanda representasional dari sebuah objek bernama kursi.

Adapun kriteria merujuk faktor yang dapat diperbandingkan dan diukur secara metrik, misalnya kriteria kursi yang ergonomis adalah kursi yang memiliki fitur tempat duduk

dengan ukuran panjang-lebar x cm dengan jarak ketinggian antara x-y cm dari lantai, dudukan memiliki ketebalan a-b cm, dan seterusnya. Dengan kata lain jika dilakukan perbandingan beberapa kursi, maka dengan menggunakan kriteria dapat diperbandingkan mana kursi yang lebih sesuai dan mana yang tidak. Jika dijelaskan dengan analogi penyakit, maka karakteristik seperti dekripsi gejala (*symptom*) dari sebuah penyakit, sedangkan kriteria merupakan identifikasi kualitas dari akut tidaknya penyakit yang diderita.

Merujuk pada problematika makna 'baik' (*good product*) sebagai sesuatu yang kontekstual, mudah berubah dan tidak tetap; maka pandangan Rodriguez-Ramos [2] yang lebih menekankan pada uraian karakteristik tentu lebih sesuai digunakan dalam diskusi menuju pemahaman produk yang 'baik' (*good product*) karena sifatnya mendeskripsikan ciri atau penanda kontekstual bukan merumuskan kriteria yang sifatnya tetap dan *judgmental* untuk sebuah desain yang baik (*Good Design*). Menurut Rodriguez-Ramos [2] terdapat 5 (lima) karakteristik yang menjadi representasi sebuah produk yang dianggap 'baik' (*five characteristics of good product*), yaitu:

Produk tersebut bermanfaat dan memberi kemanfaatan (*useful and usefulness*) - *The product solves a real user problem and does it better than existing ones.*

Hal yang paling mendasar dari keberadaan sebuah produk adalah manfaat dan kemanfaatannya. Oleh karenanya karakteristik terutama dari sebuah produk yang baik adalah bagaimana produk tersebut bermanfaat bagi pengguna dalam hal pemenuhan fungsi serta nilai kemanfaatan relatif yang dirasakan dari penggunaannya (misalnya membuat proses kerja lebih efisien, lebih efektif atau bahkan lebih menyenangkan). yang harus dipahami adalah kebutuhan dan keinginan pengguna tidaklah statis, itulah mengapa karakteristik manfaat dan kemanfaatan produk pun akan senantiasa menyesuaikan dengan konteks penggunaan produk tersebut.

Produk tersebut mudah dijelaskan (*explainability – easy to explain*) - *The usefulness of the product is simple enough to explain.*

Produk yang memenuhi kebutuhan pengguna belum tentu disadari oleh penggunanya sendiri. Menurut Rodriguez-Ramos, hal tersebut karena seringkali pengguna tidak mengetahui apa yang sesungguhnya mereka butuhkan. Sebuah kutipan terkenal dari Henry Ford ketika ditanya apakah objek yang dia buat didasarkan pada kebutuhan masyarakat mengatakan, "*If I had asked people what they wanted, they would have said faster horses*".[2] Ford mampu menjelaskan alasan membuat kendaraan (pengganti kuda) yang berfungsi untuk mengakomodasi kebutuhan perpindahan manusia dari satu titik ke titik lain dengan satu kalimat yang serta merta dipahami.

Produk yang dapat dijelaskan dengan mudah, apalagi dengan satu penjelasan sederhana yang memuat segalanya, maka ia memiliki kapabilitas sebagai produk yang diunggulkan atau produk yang 'baik' (*good product*). Sebuah produk yang harus dijelaskan panjang lebar dengan buku manual; walaupun berfungsi baik, bermanfaat dan memberi kemanfaatan; namun ia dapat dianggap tidak memiliki kapabilitas untuk

menjadi produk yang ‘baik’ (*incapable to be a good product*) karena ia membutuhkan ‘upaya tambahan’ untuk meng-edukasi pengguna.

Produk tersebut mudah dipahami dan digunakan (*simplicity – easy to understand and use – The product itself is simple enough to understand and use*)

Produk yang mudah digunakan tidak selalu berarti simpel, karena pada dasarnya setiap produk memiliki kompleksitasnya masing-masing baik dalam bentuk sistem operasi, konsep utilitas, maupun prosedur penggunaannya. Hanya bagaimana ia dapat melingkupi kompleksitas tersebut sehingga tidak ‘membebani’ pengguna untuk melakukan ‘kesalahan’ operasional menjadi kunci keberhasilan sebuah produk. Dalam pandangan Rodriguez-Ramos [2], produk yang ‘baik’ (*good product*) memiliki kemampuan untuk membuat sistem operasi, konsep utilitas atau prosedur penggunaan yang kompleks menjadi mudah dipahami dan mudah digunakan oleh pengguna. Dengan kata lain, produk yang ‘baik’ (*good product*) adalah produk yang dapat membuat setiap proses interaksi fungsional menjadi simpel tanpa membatasi kemampuan operasional yang dimilikinya dengan cara yang cerdas dan memudahkan.

Produk tersebut memberikan nilai tambah sesuai skala penggunaan (*scalability to add value*) - *Each additional users adds less maintenance costs than previous ones. It adds values to the existing ones*

Setiap produk ‘dipersiapkan’ untuk mengakomodasi kebutuhan manusia sesuai permasalahan yang dihadapinya. Oleh karena itu sebuah produk harus dapat memberikan nilai tambah sebagai konsekuensi pembuatan dan penggunaannya. Semakin besar skala penggunaan produk, maka seharusnya fungsi operasional produk menjadi semakin familiar, mudah dikenali, dan memberikan nilai pengalaman yang semakin baik. Sebuah produk yang ‘baik’ (*good product*) memiliki kemampuan untuk mempermudah proses interaksi, memberikan nilai tambah yang lebih baik seiring dengan semakin familiarnya produk. Dengan kata lain, produk yang ‘baik’ (*good product*) bersifat lebih efisien sesuai dengan meningkatnya skala produksi dan pemanfaatannya oleh pengguna.

Produk tersebut mendorong munculnya kebiasaan dan menciptakan keterikatan emosional (*generating habit – engagement*) - *Each use adds value to users and reduces their likelihood of looking for other product.*

Dalam proses interaksi pengguna dengan produk, persepsi atas fungsi mendorong terbentuknya hubungan positif dengan pengguna dan memunculkan manfaat psikologis yang pada akhirnya menciptakan keterikatan (*engagement*). Produk yang ‘baik’ (*good product*) memiliki kemampuan untuk menciptakan keterikatan (*engagement*) dengan pengguna karena ia dapat berfungsi melebihi ekspektasi pengguna, memberikan perasaan nyaman dan menyenangkan saat digunakan.

Berdasarkan pemahaman atas uraian tersebut diatas, dapatlah disimpulkan bahwa: konsepsi produk yang ‘baik’ (*good product*) walaupun tidak dapat didefinisikan secara tunggal namun dapat dikenali dari konteks pemunculan makna ‘baik’ (*good*) yang

disematkan pada objek. Untuk mendefinisikan produk yang 'baik' (*good product*) dapat dilakukan dengan menguraikan karakteristik fitur esensial yang berfungsi sebagai penanda representasional. Secara konseptual, sebuah produk yang 'baik' (*good product*) adalah produk yang:

- 1) Bermanfaat dan Memberi Kemanfaatan (*useful and usefulness*)
- 2) Mudah Dijelaskan (*easy to explain*)
- 3) Mudah Dipahami dan Digunakan (*easy to understand and use*)
- 4) Memberi nilai tambah (*adding value*) dalam konteks utilitas; serta
- 5) Mampu mendorong interaksi emosional (*engagement*)

Menuju Desain yang Baik (*Towards Good Design*)

Apakah desain yang 'baik' (*Good Design*) sama dengan produk yang 'baik' (*good product*)? Desain, menurut Heathcote [4], tidaklah melulu terkait produk dan instrumen objek tetapi juga terkait pengalaman. [4] Desain lebih dari sekedar objek yang dilihat, dikonsumsi/dibeli, dan digunakan manusia. Desain merupakan titik sentral terbentuknya pengalaman manusia dalam lingkungan karena desain memiliki potensi dampak terhadap sumberdaya, produktivitas, konektivitas, bahkan teknologi yang mengiringi kehidupan manusia. [5] Oleh karenanya desain memiliki daya untuk mengubah kehidupan manusia melalui kapabilitasnya untuk meningkatkan, merubah, dan bahkan memodifikasi pengalaman interaksi dengan objek.

Berdasarkan pandangan tersebut, maka desain yang baik **tidaklah sama** dengan produk yang baik. Sebuah desain yang baik memiliki dimensi pengalaman produk (*product experience*) yang menjadikannya lebih dari sekedar produk yang baik (*Good Design is more than being a good product*). Lalu apa dan bagaimana pengalaman berfungsi sebagai pengarah desain yang baik (*serve as indicator of Good Design*)? Menurut Desmet dan Hekkert [6], dalam kaitannya dengan desain, pengalaman adalah resultante proses interaksi dinamis antara manusia dengan objek desain [6]. Ia dibentuk oleh karakteristik pengguna dan produk serta dipengaruhi oleh konteks dari interaksi yang terjadi.

Pemahaman atas pengalaman menjadi penting untuk mengarahkan karakteristik sebuah desain yang baik (*Good Design*) ditengah kehadiran ragam objek desain dengan fungsi serupa. Menurut Donald A Norman, pengalaman-lah yang menjadi pembeda kualitas antara satu objek desain dengan objek desain lainnya, sebagaimana dinyatakan, "*When technology delivers basic needs.... experience dominates*". [7]

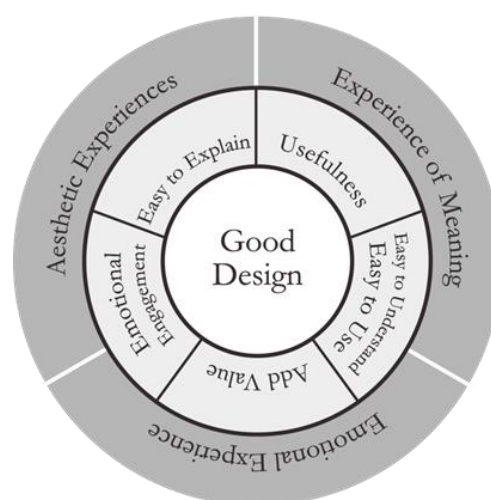
Hekkert [8] menyatakan bahwa yang disebut pengalaman produk (*product experience*) dapat diartikan sebagai keseluruhan aspek afeksi yang muncul akibat terjadinya interaksi pengguna dengan sebuah objek hasil desain. Kondisi afektif tersebut menghadirkan pengalaman yang terkait dengan persepsi tentang keindahan dan

tampilan estetik (*aesthetic experience*), pengalaman yang berkenaan dengan citra simbolik dan makna produk (*experience of meaning*), serta pengalaman yang terkait perasaan dan emosi (*emotional experience*).

Desmet dan Hekkert [8] mencontohkan seseorang yang membeli sebuah perangkat minum teh dalam perjalanannya ke negara Cina. Ia mendapatkan pengalaman estetik dari sensasi keindahan bentuk dan kualitas material yang ditampilkan produk tersebut (*aesthetic experience*); hal tersebut kemudian membangkitkan perasaan nyaman dan senang menggunakan produk sebagai bagian dari pengalaman emosional (*emotional experience*); seiring dengan waktu, proses interaksi lanjut dengan produk mendorong munculnya memori dan kenangan terhadap produk sebagai *memento* perjalanan yang menjadikannya pengalaman bermakna (*experience of meaning*). [6] Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, maka dapat diidentifikasi hal-hal sebagai berikut:

- Desain yang baik memiliki karakteristik sebagai produk yang baik dengan kapabilitas untuk menciptakan pengalaman produk yang bermanfaat (*Good design is good product with capabilities to create beneficial product-experiences*). Deskripsi karakteristik produk bersifat instrumental, ia menjadi ciri atau 'penanda' dari kualitas interaksi pengguna dengan fungsi dan utilitas produk.
- Desain yang baik mendorong terciptanya pengalaman produk (*product experience*). Secara kondisional, pengalaman yang tercipta terdiri dari pengalaman tentang keindahan dan tampilan estetik (*aesthetic experience*), pengalaman terkait citra simbolik dan makna (*experience of meaning*), serta pengalaman yang berkenaan dengan perasaan dan emosi (*emotional experience*). Munculnya pengalaman merupakan 'konsekuensi' dari proses interaksi pengguna dengan faktor *instrumental* produk, ia menjadi 'penanda' atau ciri dari ketercapaian interaksi yang berkualitas. Dengan kata lain, desain yang baik tidak dapat dimunculkan jika kondisi *experiential* tidak terbangun.

Secara skematik, hubungan faktor *instrumental* dan kondisi *experiential* dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Hubungan Faktor Instrumental dan Kondisi Experiential.

Menghadirkan Desain yang Baik di Lingkup Akademik (*Presenting Good Design in Academic Setting*)

Bagaimana menghadirkan desain yang baik untuk kepentingan akademik? Bagaimana konsep desain yang baik dapat diejawantahkan dalam proses pembelajaran desain? Untuk menjawab pertanyaan ini, faktor instrumental dan kondisi experiential yang melatari munculnya kualitas desain yang baik (*Good Design*) perlu dielaborasi menjadi bahasan konten pembelajaran yang dapat disesuaikan dengan tujuan setiap tahapan pendidikan desain, yaitu:

Tahapan 1: Penguasaan kemampuan dan keterampilan dasar desain. Pada tahapan ini, pengenalan atas desain yang baik (*Good Design*) lebih ditekankan pada wawasan dan pengetahuan untuk mengeksplorasi gagasan kegunaan (*usefulness*) dan reliabilitas (*ease to explain*) sebuah produk. Fokus pembelajaran adalah pada pemahaman relasi fungsi produk dan kebutuhan pengguna.

Tahapan	I Penguasaan Kemampuan dan Keterampilan Dasar Desain	II Penguasaan Pengetahuan Produksi dan Segmentasi Pengguna	III Penguasaan pengetahuan sosio-kultural, lingkungan, dan perilaku pengguna	IV Penguasaan wawasan etik, sinergi lintas-disiplin, dan sintesa pengetahuan
	A Conception of Good Design			
Fokus	faktor instrumental usefulness ease to explain	faktor instrumental ease to understand ease to use	faktor instrumental object valuation emotional engagement	faktor experiential aesthetic experience experience of meaning emotional experience
Konteks	Reliability	Usability	Pleasurability	Meaningfulness

Gambar 2 Tahapan Pendidikan Desain.

Tahapan 2: Penguasaan pengetahuan produksi dan segmentasi pengguna (pasar). Pada tahapan ini, pemahaman atas desain yang baik (*Good Design*) lebih ditekankan pada wawasan dan pengetahuan untuk menerapkan gagasan usabilitas sebuah produk (*ease of understanding dan ease of use*). Fokus pembelajaran adalah pada pemahaman utilitas dan performansi produk (*efficiency dan effectiveness*).

Tahapan 3: Penguasaan pengetahuan sosio-kultural, lingkungan, dan perilaku pengguna. Pada tahapan ini pemahaman atas desain yang baik (*Good Design*) lebih ditekankan pada wawasan dan pengetahuan untuk mengeksplorasi gagasan nilai benda (*object values*) dan interaksi emosi pada produk (*explored values dan emotional engagement*).

Tahapan 4: Penguasaan wawasan etik, sinergi lintas-disiplin, dan sintesa pengetahuan yang telah diberikan pada tahapan sebelumnya. Pada tahapan ini pemahaman desain yang baik (*Good Design*) lebih ditekankan pada wawasan dan pengetahuan untuk

mengeksplorasi aspek pengalaman produk (*product experience*) sebagai konsekuensi dari terjadinya proses interaksi antara pengguna dengan produk hasil desain.

Kesimpulan

Upaya untuk menghadirkan desain yang baik (*Good Design*) dalam lingkup akademik sesungguhnya merupakan model praktikal. Dengan memetakan ciri atau penanda yang merepresentasikan konsep desain yang baik (*indicators of Good Design*), siswa dibiasakan untuk melihat hasil desain sebagai sebuah sintesa proses. Melalui penjenjangan tahapan penguasaan konsep desain yang baik (*Good Design*) berdasarkan eksplorasi atas faktor *instrumental* (yang berkaitan dengan produk) dan kondisi *experiential* (yang berkaitan dengan pengguna), pembelajaran desain ditekankan pada praktika berbasis kajian atas manusia (*human-centered*).

Secara implisit, dalam setiap jenjang tahapan penguasaan konsep menuju desain yang baik (*Good Design*) tercantum 'keharusan' untuk menempatkan riset sebagai bagian dari kegiatan merancang. Konsep desain yang baik (*Good Design*) tidak mungkin dikuasai tanpa mengkombinasikan sintesa keterampilan merancang, pengetahuan faktor manusia, teknologi material dan produksi, dengan wawasan riset desain. Penulis berpandangan bahwa menghadirkan desain yang baik (*Good Design*) untuk kepentingan pendidikan tidak hanya dapat dilihat sebagai luaran dari sebuah proses merancang semata, tetapi lebih dari itu ia dapat dilihat sebagai model pembelajaran praktika desain yang berpusat pada manusia (*human-centered design*).

Mengapa 'kehadiran' konsep ini penting untuk dilakukan dalam lingkup akademik, khususnya pendidikan desain? Karena desain merupakan disiplin sintesis yang tidak hanya berfokus pada keterampilan analitikal namun juga pada kemampuan mencipta/membuat objek, sebagaimana dinyatakan oleh Meyer-Norman (2019, h 37): "*Design, however, is afield of synthesis, of creating things.... The act of creation automatically cuts across many of the existing disciplines, and because we are creating for the benefit of people, organization, and society, we must also be knowldegeable about these issues...*" [9]

Paper ini berupaya menghadirkan diskusi mengenai konsepsi desain yang baik (*Good Design*) dan pemanfaatan pengetahuan tersebut untuk lingkup akademik. Dalam paparan, penulis tidak berkehendak mengarahkan pada satu pemahaman atau pengertian tunggal atas konsep desain yang baik (*single definition of Good Design*), namun lebih pada upaya menghadirkan konsepsi mengenai desain yang baik sebagai sebuah model umum atau kerangka dasar diskusi (*a common model or basic framework for discussion*) yang bersifat fleksibel dan terbuka untuk dieksplorasi lebih lanjut baik untuk kepentingan akademik maupun profesi desain.

Referensi

- [1] Parry, G., Newnes, L., and Huang, X. (2011). Chapter 2: Goods, Products and Service dalam Macintyre, M et al. (2011, eds.), *Service Design and Delivery, Service Science: Research and Innovations in the Service Economy*. Bristol, UK: Springer Science. DOI 10.1007/978-1-4419-8321-3_2, pp. 19-29.
- [2] Rodriguez-Ramos, Jorge (2020). What Qualities Make a Product Great?. Artikel daring dari <https://www.mindtheproduct.com/what-qualities-make-a-product-great/>(Diakses: 28 Juni 2021)
- [3] Kamus daring Merriam-Webster (*online dictionary*). (2021). Akses: <https://www.merriam-webster.com/>(Diakses: 5 Juli 2021)
- [4] Heathcote, Edward. (2016). What is good design? A look at the many definitions of quality. *Financial Times* (online magazine), edisi 14 Januari 2016. Artikel daring dari <https://www.ft.com/content/1dbb7868-b46e-11e5-8358-9a82b43f6b2f>. Diakses: 5 Juli 2021
- [5] NHO (2021). The Value of Design. Artikel daring dari <https://nho.agency/the-value-of-design/>(diakses 7 Juli 2021).
- [6] Desmet, P. M. A., & Hekkert, P. (2007). Framework of product experience. *International Journal of Design*, 1(1), 57-66.
- [7] Anderson, Stephen A. (2011). *Seductive Interaction Design: Creating playful, fun, and effective user experience*. New Riders: CA, USA.
- [8] Hekkert, P. (2006). Design aesthetics: Principles of pleasure in product design. *Psychology Science*, 48(2), 157-172.
- [9] Meyer, M.W. dan Norman, D.A. (2020). Changing Design Education for The 21st Century. *The Journal of Design, Economics, and Innovation* Vol. 6, No. 1, Spring 2020

GOOD DESIGN = GOOD RESEARCH PROCESS

Proses Riset Desain bagi Pembelajaran Desain

Ellya Zulaikha ST, M.Sn, Ph.D

Pendahuluan

Desain yang baik untuk tingkat pembelajar desain di perguruan tinggi adalah desain yang kontekstual dan melalui suatu proses riset. Proses riset pada bidang desain sedikit berbeda karena adanya *Value* atau Konsep Desain yang menjadi penciri proses riset desain. *Value* ini merupakan aspek krusial dalam desain yang menentukan sejauhmana suatu desain dapat diterima, namun *Value* ini bersifat relatif. “*Valueable*” bagi sebagian pengguna atau pengamat, belum tentu *valuable* bagi pengguna yang lain yang memiliki latar belakang demografi atau pengalaman yang berbeda. *Value* ini pula yang menjadi penyebab adanya berbagai aliran desain.

Value dalam desain bersifat multi tafsir dan tidak mutlak, serta sangat dipengaruhi oleh konteks. Proses riset desain terdiri dari dua tahap yaitu merumuskan *Value* dan mewujudkan *Value*. Pembelajar pemula fokus pada riset untuk mewujudkan *Value yang* sudah ditentukan. Semakin lanjut jenjang pembelajar desain, maka semakin besar proporsi riset untuk merumuskan *value*.

Kedua tahapan itu memiliki kompleksitas yang sama. Perkembangan jaman menuntut pembelajar desain untuk lebih jeli memahami konteks dan memahami pengguna. Pengujian kepada calon pengguna untuk validasi ide solusi sejak dini dapat memberikan wawasan pemahaman konteks penggunaan secara lebih baik kepada desainer. *Good design* tidak dapat hanya dinilai dari tampilan akhir artefak semata dengan mengabaikan proses desain di balik itu.

Apakah *Good Design* Itu?

Kata “*Good*” menurut Cambridge Dictionary [4], berarti: baik (*correct, desirable*), bagus (*high quality*), baik (*helpful, beneficial*), gembira (*pleased, happy*), menyenangkan (*pleasant, enjoyable*), cocok (*suitable*), baik, sehat (*sound, fit*). *Good Design*, dengan demikian, dapat diartikan sebagai desain yang baik, bagus, gembira, menyenangkan, cocok, dan sehat. Jika dicermati, kata-kata sifat tersebut pada kenyataannya adalah kata yang relatif bagi masing-masing manusia.

Suatu produk boleh jadi yang menyenangkan bagi satu manusia, belum tentu hal yang sama dirasakan oleh manusia yang lain. Desain yang baik untuk satu kelompok budaya masyarakat juga belum tentu sesuai untuk kelompok budaya masyarakat yang lain. Perbedaan latar belakang demografi, geografi, sejarah, bahkan pengalaman estetika akan mempengaruhi apresiasi seseorang terhadap suatu desain. Oleh karena itu mengapresiasi suatu desain yang baik tidak dapat dilepaskan dari siapa pengguna yang dituju oleh desain tersebut dan dalam konteks seperti apa. Terlebih jika membahas *Good Design* dalam rangka pembelajaran bidang ilmu desain, maka juga perlu dicermati sejauhmana proses desain dilakukan dalam menghasilkan desain tersebut.

Desain Adalah Proses Riset

Proses desain adalah proses riset, sebagaimana keilmuan yang lain, tetapi proses riset desain memiliki keunikan dibandingkan riset pada bidang sains. Cross menyebut keunikan proses riset dalam bidang desain ini sebagai *designerly ways of knowing*. [6] Sistematika proses desain telah dicoba dirumuskan, mulai dari proses yang sangat sistematis dengan pendekatan teknis [7] [26] hingga yang bersifat umum (*general*) dan fleksibel, di mana proses desain hanya terbagi atas atau 5 fase: Empati (*Empathy*) - Perumusan (*Define*) - Ideasi (*Ideation*) - Prototip (*Prototype*) - Pengujian (*Test*) [9] atau 4 fase: Temukan (*Discover*) – Perumusan (*Define*) – Pengembangan (*Develop*) – Implementasi Desain (*Deliver*) [24][25] atau 3 fase: inspirasi – ideasi – implementasi. [2]

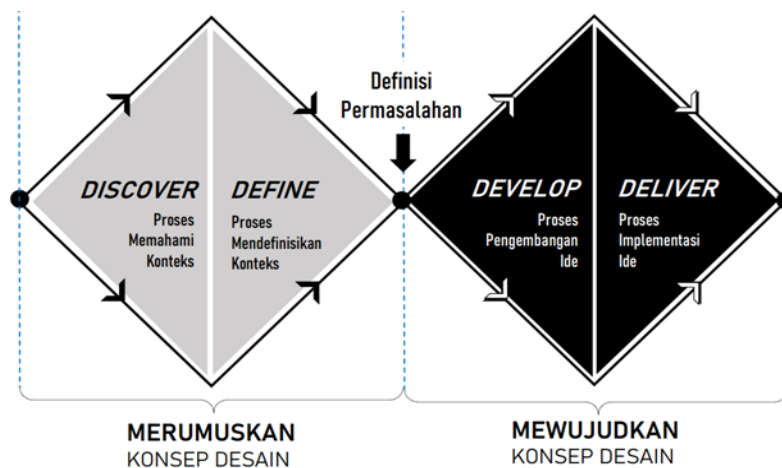
Perbedaan mendasar pendekatan sistematika proses desain antara pendekatan teknis dengan pendekatan umum terletak pada adanya fase awal untuk pemahaman terhadap konteks. Tim Brown [2] menyebut proses ini sebagai fase inspirasi, Dam & Siang [9] menyebutnya fase empati, sedangkan *UK Design Council* menyebutnya fase *discover*. Sebagian besar alur proses desain dengan pendekatan teknis mengasumsikan bahwa tujuan dan permasalahan sudah dirumuskan/didefinisikan dengan jelas terlebih dahulu. Pada kenyataannya, tujuan dan permasalahan desain kerap kali menjadi tahapan pendahuluan yang tak kalah kompleks dan harus diidentifikasi dengan cermat.

UK Design Council [24][25] melaporkan hasil analisis proses desain yang dilakukan pada 11 perusahaan yang inovatif, antara lain Alessi, LEGO, Microsoft dan Starbucks. Terlepas dari ragam proses yang dilakukan pada perusahaan tersebut, hasil investigasi

menunjukkan ada benang merah kemiripan proses desain yang mengarah pada empat fase utama, yaitu: Penemuan/Pemahaman terhadap Konteks (*Discover*) – Perumusan (*Define*) – Pengembangan (*Develop*) – Implementasi Desain (*Deliver*).

Fase pertama, Penemuan/Pemahaman (*Discover*) terhadap Konteks adalah proses identifikasi tantangan-tantangan desain dan mengidentifikasi kebutuhan pengguna. Fase kedua, Perumusan (*Define*) adalah memahami temuan, memahami bagaimana kebutuhan pengguna diterjemahkan dari permasalahan. Hasilnya adalah ringkasan desain yang secara jelas mendefinisikan tantangan berdasarkan temuan tersebut. Fase ketiga, Pengembangan (*Develop*) fokus pada pengembangan, pengujian, dan penyempurnaan berbagai solusi potensial. Fase keempat, Implementasi Desain (*Deliver*) adalah ketika satu solusi terbaik dipilih dan diluncurkan. Fase pertama dan ketiga adalah proses divergen, ketika segala kemungkinan dieksplorasi seluas-luasnya, sedangkan fase kedua dan keempat adalah proses konvergen atau proses sintesis untuk mengarah pada satu keputusan. Adanya proses divergen-konvergen-divergen-konvergen tersebut menyebabkan seolah-olah proses desain seperti dua “wajik” atau *double diamond*.

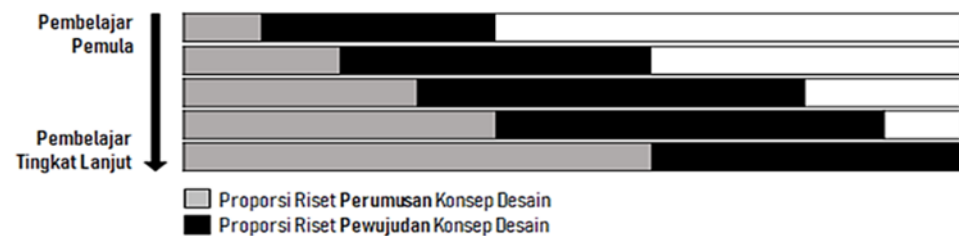
Merujuk pada tahapan proses desain *Double Diamond*. [24] terdapat dua tahapan utama pada riset desain, yaitu: riset untuk merumuskan konsep dan untuk mewujudkan konsep. Pada artikel ini, riset untuk merumuskan konsep desain dapat disebut dengan Riset Tahap 1, sedangkan riset untuk mewujudkan konsep desain disebut dengan Riset Tahap 2.



Gambar 1 Adaptasi Proses Desain Double Diamond [24] Pada Tahapan Perumusan Dan Pewujudan Konsep Desain

Riset untuk merumuskan konsep desain (tahap 1) memiliki berbagai tingkat kompleksitas. Riset tahap 1 untuk pembelajar desain pemula umumnya hanya mempertimbangkan satu aspek desain seperti estetika/penggunaan/styling dengan mengabaikan aspek-aspek lain. Hal ini karena penekanan pembelajaran desain ditekankan pada riset untuk mewujudkan konsep desain (tahap 2), seperti aspek material, konstruksi, mekanisme dan ergonomi.

Lambat laun tingkat kompleksitas riset untuk menentukan konsep desain ini ditingkatkan hingga mempertimbangkan bagaimana kepentingan berbagai pihak pada suatu desain, aspek social budaya, aspek psikologi dan sosiologi pengguna, aspek bisnis, aspek lingkungan dan lain-lain. Pembelajaran desain di tingkat akhir dituntut untuk mempertimbangkan berbagai aspek yang kompleks dalam proses perumusan konsep desain, sebagaimana kompetensi desainer produk yang diidentifikasi oleh asosiasi sekolah seni dan desain NASAD (*National Association of Schools of Art and Design*) [18], yaitu: “desainer industri membuat dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan estetika produk, lingkungan, sistem, dan layanan untuk kepentingan pengguna, industri, dan masyarakat. Desain industri melibatkan kombinasi disiplin seni visual, sains, dan teknologi, dan membutuhkan keterampilan pemecahan masalah dan komunikasi” (h.125). Gambaran sederhana untuk peningkatan proporsi Riset Tahap 1 adalah seperti pada Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2 Proporsi Riset Desain Dikaitkan Dengan Tingkatan Pembelajaran Desain

Hal-hal terkait aspek pewujudan konsep desain menjadi pertimbangan sejak pada tahap pembelajaran pemula hingga pembelajaran tingkat lanjut. Namun jika diperhatikan, pada pembelajaran tingkat lanjut, ada kalanya proporsi riset pewujudan konsep desain yang lebih utama, terutama jika untuk pewujudan suatu desain diperlukan implementasi teknologi tingkat lanjut yang belum dapat diwujudkan pada masa desain tersebut dibuat. Mengingat bahwa pada pembelajaran desain tingkat pemula penekanan desain adalah pada riset untuk mewujudkan konsep desain, maka pada artikel ini akan dibahas mengenai riset untuk mewujudkan desain terlebih dahulu.

Riset untuk Mewujudkan Konsep Desain (Riset Tahap 1)

Riset untuk mewujudkan konsep pada tahapan proses desain sering disebut dengan tahap implementasi desain. Pertimbangan-pertimbangan teknis untuk pewujudan ide seperti material, konstruksi, mekanisme, analisis ergonomi hingga permodelan dibahas pada tahap ini.

Sebagaimana proses yang berlaku pada riset saintifik di mana “Apa + Bagaimana = Hasil”, pada riset desain berlaku proses yang mirip. Pada riset saintifik “Apa” adalah suatu objek penelitian yang harus jelas dan terdefinisi sejak dini. Sebagai contoh, misalkan “Kayu” (Apa) + “Dibakar selama sekian menit” (Bagaimana), hasilnya adalah “Kayu menjadi Arang”. Riset deduktif adalah metode untuk mengetahui hasil dari suatu perlakuan, sedangkan riset induktif adalah untuk memprediksi penyebab suatu fenomena.

Proses riset desain juga mengandung pola semacam itu, namun dengan komponen yang berbeda.[10] menyatakan proses riset yang berlaku pada proses desain ini sebagai *abduction* (abduksi). Abduksi adalah bentuk pembuktian yang berdasarkan silogisme. Sedikit berbeda dengan pembuktian berdasarkan deduksi dan induksi pada riset saintifik naturalis, pada pembuktian berdasarkan abduksi terjadi penyimpulan silogistik yang tidak berujung pada kepastian. Pola yang berlaku pada proses desain adalah “Apa + Bagaimana = menghasilkan NILAI apa” sebagaimana terdapat pada Gambar 3. “NILAI atau *VALUE*”, pada proses riset desain, bukan sesuatu yang mutlak dan pasti seperti pada hasil penelitian saintifik untuk ilmu-ilmu pasti alam.



Gambar 3. Pola Abduksi Yang Berlaku Pada Proses Riset Desain

Berangkat dari pola pada Gambar 2 tersebut, terdapat dua tipe dalam proses riset desain. Tipe pertama adalah ketika objek yang didesain sudah jelas (APA), namun belum diketahui apa yang harus dilakukan terhadap objek tersebut (BAGAIMANA) untuk mencapai *Value yang* sudah ditentukan (Gambar 4). Sebagai contoh, objek yang ditentukan adalah kayu untuk mainan, yang masih perlu dieksplorasi bagaimana kayu tersebut harus diperlakukan untuk mencapai *Value* tertentu misalnya: edukatif dan eksklusif.



Gambar 4 Pola Abduksi Tipe 1 Pada Riset Desain

Tipe kedua adalah ketika seorang desainer diminta untuk memenuhi suatu *VALUE* tanpa diketahui apakah objek APA yang harus dieksplorasi dan BAGAIMANA mengeksplorasinya sebagaimana pada Gambar 5. Contoh kasus ini misalnya ketika seorang desainer diminta membuat sesuatu yang edukatif dan eksklusif untuk diterapkan pada konteks tertentu (misalnya untuk anak berkebutuhan khusus) dengan kebebasan mengeksplorasi produk dengan bahan dan proses sesuai dengan kreatifitas desainer. Pada tipe ini proses desain lebih kompleks karena desainer harus mencari objek (APA) sekaligus bagaimana mengeksplorasinya.

Kembali pada penjelasan pada Gambar 1, ketika suatu *Value* (Konsep Desain) sudah ditentukan, sebenarnya proses riset desain sudah separo jalan, karena desainer fokus pada pewujudan konsep desain (implementasi desain).



Gambar 5 Pola Abduksi Tipe 2 Pada Riset Desain

Untuk menghasilkan ide-ide untuk implementasi desain dapat berlaku pola pertama atau kedua. Pola tersebut dapat berlaku pada hal-hal yang dengan tujuan pemenuhan kebutuhan, baik kebutuhan utilitarian maupun hedonis sebagaimana yang dimaksud oleh Chitturi, Raghunathan, & Mahajan.[5] Namun demikian, untuk pengembangan desain yang tidak berangkat dari permasalahan ada kemungkinan pola yang terjadi sedikit berbeda.



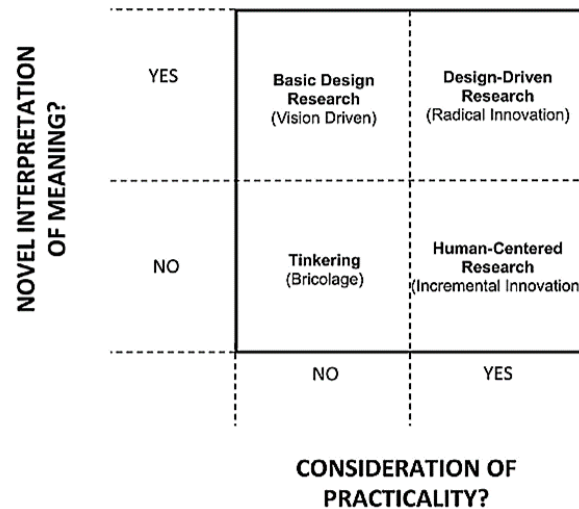
Gambar 6 Alur Riset Desain Mulai Permasalahan Hingga Implementasi Desain

Pada proses pembelajaran desain tingkat lanjut, untuk merumuskan *Value* juga melalui proses riset perumusan konsep desain yang juga memiliki kompleksitas tersendiri. Gambaran proses riset desain sebagaimana pada Gambar 6 menunjukkan bahwa Perumusan Konsep dihasilkan dari pemahaman terhadap permasalahan (konteks desain) yang diterjemahkan menjadi kebutuhan desain. Kebutuhan-kebutuhan desain dikelompokkan dan dianalisis menjadi rumusan *Value* yang dirangkum dalam Konsep Desain sebagai *guidance* untuk menghasilkan ide-ide solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Implementasi Desain ini harus memiliki relevansi dengan permasalahan desain.

Riset Perumusan Konsep Desain (Riset Tahap 2)

Proses Riset Perumusan Konsep Desain (*Value*) ini menjadi proses yang tak kalah rumitnya, terutama jika semakin luas ruang lingkupnya. Proses penentuan *Value* adalah proses negosiasi dengan banyak pihak dengan mempertimbangkan banyak aspek. Pihak-pihak terkait yang menjadi pertimbangan antara lain adalah pihak produsen. Produk preseden yang diperlukan untuk menentukan posisi produk (*positioning*), pihak manufaktur, regulator, investor, serta yang tak kalah pentingnya adalah pihak pengguna.

Value ini sifatnya relatif, kadang subyektif, sangat tergantung konteks dan prioritas. *Value* inilah yang menyebabkan terciptanya berbagai aliran desain. Jordan [16] mengidentifikasi setidaknya ada empat aspek kesenangan (*pleasure*) yang dituju dalam desain, yaitu *physio* (fisik), *psycho* (psikis), *socio* (social), dan *ideo* (ideologis) *pleasure*. Satu permasalahan dapat ditanggapi berbeda oleh desainer yang berbeda, tergantung prioritas yang menjadi perhatian utamanya.



Gambar 7. Kuadran Macam-Macam Pendekatan Riset Desain [20]

Norman dan Verganti [20] mengidentifikasi setidaknya empat macam riset desain berdasarkan tujuan pemaknaan dan kepraktisan untuk pemenuhan fungsi, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 7. Ada kalanya suatu konsep desain dirumuskan dengan pendekatan *Basic Design Research*, *Design Driven Research*, *Human Centered Design Research*, atau *Tinkering*. Riset Desain dengan pendekatan *Basic Design Research* bertujuan untuk eksplorasi makna baru, tanpa pertimbangan khusus (seperti aspek fungsi atau manusia) dalam pengembangan produk. Contoh pengembangan desain ini adalah yang dilakukan oleh Gerakan Memphis oleh Ettore Sottsass di Milan pada tahun 1981 bersama Michele De Lucchi, Matteo Thun, Javier Mariscal, and Aldo Cibic yang menjadi pionir aliran posmodernisme.

Sedangkan Riset Desain dengan pendekatan *Design-Driven Research* bertujuan untuk pemaknaan baru pada suatu produk. Contohnya seperti yang diterapkan pada pengembangan desain produk peralatan dapur Alessi di Milan, Italia, pada awal 1990-an dengan seri produk "*Family Follows Fiction*". Riset ini bertujuan untuk menciptakan pengetahuan baru tentang makna, mencari pemahaman yang mendalam tentang mengapa orang membeli produk dan bagaimana seseorang dapat mengubah peralatan dapur menjadi barang-barang yang orang beli untuk komponen emosional, menyenangkan, dan simbolis sebanyak untuk penggunaan fungsionalnya.

Human Centered Design Research adalah pendekatan penelitian desain untuk mengeksplorasi makna yang diberikan khalayak pada produk yang sudah ada, mendeteksi makna tersebut, dan kemudian merumuskan kebutuhan untuk

merancang produk yang sesuai dengan makna dan kebutuhannya. Pendekatan Riset Desain bertujuan bermain-main dengan produk atau teknologi tanpa tujuan (baik untuk peningkatan makna, maupun untuk kepraktisan) atau “utak-atik”. Mengutak-atik dapat menghasilkan wawasan dan produk baru yang cemerlang, tetapi jika hal itu terjadi, itu karena kebetulan semata karena tiada proses sistematis yang dilakukan.

Norman dan Verganti [20] berargumen bahwa langkah-langkah sistematis dalam pengembangan produk menyebabkan inovasi pengembangan produk hanya dapat dilakukan secara *incremental*, tidak dapat radikal. Terlepas dari pendekatan desain yang mana yang lebih tepat, perlu dicermati bahwa muara dari berbagai pendekatan desain itu bertujuan pada tercapainya suatu inovasi produk.

Merujuk pada Tim Brown dan Barry Katz [3], desain yang inovatif adalah desain yang dapat memenuhi tiga aspek sekaligus: manusia (*human*), teknis (*technical*) dan komersil (*commercial*) dalam proporsi yang tepat. Suatu desain yang inovatif tidak cukup hanya mempertimbangkan pemenuhan kebutuhan pengguna (*desirability*), namun harus dapat diwujudkan secara teknis (*feasibility*) dan harus memberi keuntungan komersil secara berkelanjutan (*viability*).

Di sisi lain, suatu desain juga tidak dapat semata hanya fokus pada kecanggihan penerapan teknologi baru, tanpa memperhitungkan sejauhmana teknologi tersebut sesuai dengan kebutuhan pengguna, sebagaimana yang diperingatkan oleh John Maeda dan John Antonelli [17]: “*Technology has made our lives more full, yet at the same time we’ve become uncomfortably full*” (teknologi telah membuat hidup “sempurna”, namun pada saat yang sama (kadang) kita justru merasa tidak nyaman karenanya). Contoh kasus tersebut seperti pada *Google Glass*. [22][28]

Salah satu masalah *Google Glass* adalah potensi penyalahgunaannya di tempat umum. *Google Glass* diaktifkan dengan suara dan memungkinkan pengguna untuk mencari informasi tentang orang yang diajak bicara, termasuk mengambil gambar orang tersebut tanpa diketahui oleh orang tersebut. Hal ini dapat menjadi masalah serius jika seseorang menggunakan produk ini di tempat-tempat privat seperti di toilet umum. Kasus *Google Glass* ini hanya sekadar contoh bahwa ada kalanya kecanggihan teknologi harus diimbangi dengan pertimbangan aspek sosial budaya pengguna.

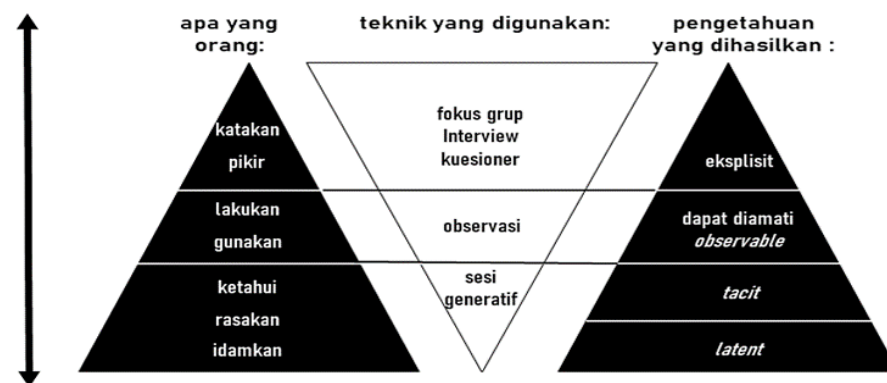
Innovative Value menurut Tim Brown [3] terutama merujuk pada konteks bisnis. Perlu dipertimbangkan pula hal-hal di luar konteks bisnis yang tidak dapat diabaikan yaitu pertimbangan lingkungan, norma sosial, serta keberlanjutan (*sustainability*).

Memahami Konteks Desain

Penjelasan mengenai kompleksitas dan macam-macam pendekatan pada proses riset di atas adalah untuk menunjukkan bahwa diperlukan kehati-hatian dalam menilai suatu desain mengingat sifatnya yang relatif tergantung pada konteksnya. Apresiasi terhadap suatu karya desain boleh jadi sangat berbeda bagi tiap-tiap orang jika konteks

desain tidak tersampaikan dengan jelas. Sedikit berbeda dengan proses apresiasi pada karya seni, di mana apresiator dapat langsung mengapresiasi suatu karya seni dengan pengalaman yang dimiliki, pada proses apresiasi karya desain diperlukan informasi suatu suasana atau lingkungan di mana, siapa, dan bagaimana pengguna berinteraksi dengan karya desain tersebut.

Untuk menilai karya desain diperlukan wawasan dan kebijaksanaan dalam memahami konteks desain secara holistik. Ada kemungkinan penilai karya desain memiliki pengalaman dan latar belakang yang sangat berbeda dengan target pengguna yang dituju oleh suatu karya desain. Sebagai contoh, untuk menilai karya desain *toilet portable* di Ghana [14], *Embrace Warmer Project* 2005 [11] diperlukan pemahaman mengenai bagaimana keseharian masyarakat di daerah tersebut, karena desain yang dihasilkan adalah desain yang secara teknis tidak mengandung kecanggihan teknologi tetapi sangat menjawab permasalahan yang ada.



Gambar 8. Konsep Sanders [23] mengenai Proses Riset untuk Pemahaman terhadap Pengguna

Berangkat dari fenomena tersebut, ada satu proses yang perlu dipelajari oleh pembelajar desain tingkat lanjut, yaitu pengujian desain oleh pengguna (*user testing*). Pengujian oleh pengguna ini bukan hanya sebatas pada bagaimana suatu produk mudah dioperasikan (*usability testing*). Bukan pada saat suatu desain sudah menjadi prototip *alpha*, tetapi sejak desain masih menjadi ide. Bahkan pada level yang lebih ekstrem, pengguna diajak mendesain bersama (*participatory design*).

Sanders [23] berargumen bahwa sesi generatif (mendesain bersama pengguna) akan memungkinkan penggalian hal-hal mendalam (*laten* atau *tacit*) yang tidak dapat digali melalui teknik-teknik verbal (Gambar 8). Tujuan mengikut sertakan target pengguna pada proses mendesain sejak dini bukan untuk implementasi ide, tetapi untuk mengetahui keinginan terdalam yang tidak selamanya dapat digali dari pengguna melalui bahasa verbal atau *tacit knowledge*. [21]

Penggalian terhadap mimpi atau keinginan terdalam oleh periset desain dapat meminimalisir pengaruh pengalaman pribadi (subyektifitas) periset dalam menerjemahkan kebutuhan pengguna. Contoh penerapan teknik ini adalah ketika periset menggali keinginan terdalam anak-anak Kamboja mengenai kaki palsu. [12]

Pada kasus kaki palsu, ada pengguna yang lebih mementingkan aspek kosmetik (kemiripan dengan kaki asli) dan ada pula yang menginginkan aspek fungsional, meskipun tidak mirip dengan kaki asli. Di sisi lain, teknik ini juga dapat menjadi cara lain teknik penggalian data selain teknik wawancara mendalam yang selama ini sudah umum diterapkan, terutama kepada para pengguna yang memiliki keterbatasan untuk berekspresi secara verbal.

Hal-hal seperti inilah yang menyebabkan penilaian desain mensyaratkan pemahaman mengenai konteks desain. Alan Cooper, seorang konsultan desain interaksi, memperkenalkan penggunaan “persona” dalam rangka membantu proses komunikasi dalam riset desain untuk memahami konteks.[19]

Namun mengikut sertakan pengguna pada proses desain tidak selamanya mudah dilakukan, terlebih pada masa pandemi. Jika penggalian data untuk pemahaman konteks pengguna hanya dapat dilakukan melalui wawancara, setidaknya wawancara tersebut dilakukan dengan teknik *laddering*: “WHAT-HOW-WHY [8] dan dilanjutkan dengan pengujian ide desain sedini mungkin. Sekali lagi bukan untuk menguji sejauhmana suatu prototip bekerja dengan baik, tetapi untuk mengetahui apa yang ada di benak pengguna mengenai suatu ide. Teknik pengujian ide yang umum digunakan adalah teknik *Feedback Capture Grid* [8] seperti pada Gambar 9.

Apa hal yang bekerja dengan baik? Apa hal yang disukai / yang dianggap positif?	Apa hal yang perlu diubah / diganti menurut anda?
+	!
Apakah anda punya ide untuk memperbaiki desain ? Atau untuk menyelesaikan masalah?	Apakah ada hal yang membingungkan? Atau menjadi pertanyaan bagi anda?
☀	?

Gambar 9 Teknik Pengujian Ide Kepada Konsumen Dengan Feedback Capture Grid [8]

Melalui teknik ini setiap pengguna ditanya mengenai apa yang disukai dari ide desain yang ditawarkan, apa yang menjadi kritik terhadap ide desain tersebut, apakah pengguna memiliki ide untuk memperbaiki ide desain tersebut. Jadi teknik ini bukan menempatkan pengguna sebagai hakim atau juri untuk menilai keberhasilan atau kegagalan suatu desain, tetapi diajak bersama-sama berkontribusi secara konstruktif untuk turut memperbaiki suatu ide desain.[29] Pelaksanaan pengujian ide desain perlu dilakukan pada tahap sedini mungkin sebelum dilakukan analisis implementasi desain yang terlalu jauh. Ketika implementasi desain sudah dilakukan terlalu *rigid*, justru akan menyebabkan keengganan untuk merevisi desain.

Kompleksitas Proses Desain

Tak jarang ada orang yang mengklaim dapat mendesain tanpa harus sekolah desain. Ini adalah fenomena umum yang juga terjadi pada profesi yang lain, seperti dokter, seniman, musikus. Apa perbedaan antara yang sekolah dan tidak sekolah khusus desain? Perbedaan mendasar terletak pada *conceptual thinking* dan *comprehensiveness*. Proses desain ada kalanya bersifat sangat praktis dengan cara modifikasi dari referensi desain sehingga proses desain dapat dilakukan tanpa menempuh jenjang pendidikan khusus desain. Namun proses desain yang seperti ini biasanya mengabaikan perumusan konsep desain (*Value*) yang menjadi titik tolak untuk menghasilkan desain inovatif. Proses Riset Perumusan Konsep Desain inilah yang memerlukan wawasan dan pengalaman untuk menghadapi kompleksitas tantangan yang harus dihadapi dalam proses riset desain yang dapat diperoleh di jenjang sekolah desain.

Desain adalah *never ending story*, karena tidak ada satu desain pun yang sempurna. Ketika satu desain telah diselesaikan dan diujikan kepada calon pengguna, selalu ada hal-hal baru untuk perbaikan selanjutnya. Keberagaman manusia menyebabkan keberagaman kebutuhan dan keinginan. Suatu desain mungkin sudah memenuhi kebutuhan satu tipe pengguna (misalkan desain untuk pemula), belum tentu sesuai ketika diujikan kepada pengguna tingkat lanjut. Kejelian mencermati satu target pengguna yang tepat juga menjadi pertimbangan dalam desain. Ketika ada satu desain kurang memenuhi kebutuhan satu tipe target pengguna, bukan berarti satu desain tidak berhasil. Ada kalanya desain tersebut masih berpeluang untuk dikembangkan, hanya perlu menemukan target atau sasaran yang tepat.

Oleh karena itu penting untuk mencermati ruang lingkup atau batasan desain. Siapa persona (pengguna yang dituju), pada konteks apa. Gambaran persona perlu diditilkan, terutama jika desain tersebut memang bukan ditujukan untuk pengguna umum. Apakah target desain yang dilakukan adalah hingga pengujian implementasi konsep tahap 1, serta sejauh mana sumberdaya yang dapat dialokasikan untuk proses riset desain tersebut. Jika hal tersebut sudah dilakukan, maka proses riset desain tersebut sudah memenuhi tahap pembelajaran desain. Terlepas dari berbagai kendala teknis yang masih harus dihadapi, pencapaian tersebut sudah dapat diapresiasi, terutama untuk di level pendidikan tinggi desain strata 1.

Ketika seseorang merumuskan *Value* (konsep desain) berdasarkan riset yang dibangun dari analisis-analisis setelah mempertimbangkan berbagai pihak yang berkepentingan dalam desain secara lintas disiplin maka orang tersebut telah memenuhi dasar-dasar keahlian desain yang harus dikuasai di tingkat strata 1. Oleh karena itu perlu dipastikan sejak awal, sejauhmana periset memiliki akses terhadap pihak-pihak yang berkepentingan untuk menjadi narasumber. Keterbatasan akses terhadap satu pihak boleh jadi menyebabkan ada hal-hal yang luput dari pertimbangan desain. (Hal ini pernah terjadi pada mahasiswa yang mengembangkan peralatan militer). Pengalaman

mensintesisakan kompleksitas pertimbangan desain ini akan diasah terus menerus pada permasalahan nyata di lapangan kelak. Termasuk di dalamnya adalah pengalaman untuk fleksibel menghadapi dinamika yang terjadi pada proses penentuan konsep desain, disesuaikan dengan konteks yang dihadapi.

Kesimpulan

Good Design adalah hasil dari kejelian merumuskan Konsep Desain (*Value*) dipadukan dengan kreativitas dalam mengimplementasikan Konsep Desain (*Value*) dengan pertimbangan bisnis, kelaikan teknologi, kesesuaian dengan norma sosial serta keberlanjutan lingkungan. Dengan demikian *Good Design* tidak dapat hanya dinilai dari tampilan akhir artefak semata dengan mengabaikan proses desain di balik itu. Penilai *Good Design* boleh jadi memiliki latar belakang demografi dan pengalaman yang berbeda dengan pengguna yang dituju pada desain tersebut, sehingga ada kemungkinan penilai *Good Design* mengabaikan suatu *Value* penting yang sangat berarti bagi pengguna, meski mungkin tidak terlalu berarti bagi penilai.

Oleh karena itulah pada proses desain, ada satu tahap proses desain yang menjadi paket tak terpisahkan pada proses desain yaitu pengujian oleh pengguna. Seyogyanya desain dievaluasi oleh dua tipe penilai, penilai ahli/pakar dan calon pengguna. Umpan balik dari calon pengguna akan melengkapi pemahaman konteks oleh penilai ahli/pakar yang tidak selamanya dapat merepresentasikan pengguna secara utuh, terutama *tacit knowledge* yang kadang tidak terungkap pada proses perumusan masalah, justru baru terungkap saat satu desain diuji oleh calon pengguna. Ini adalah kekhasan proses penilaian karya desain yang sedikit berbeda dengan karya seni. Penilaian karya desain tidak cukup hanya dengan pengamatan hasil akhir suatu karya, diperlukan penilaian bagaimana interaksi antara pengguna dengan karya tersebut, serta sejauh mana karya tersebut memberikan pengalaman terhadap penggunanya.

Referensi

- [1] Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *KBBI Daring*. Retrieved from Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- [2] Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard business review*, 86(6), 84.
- [3] Brown, T., & Katz, B. (2009). Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. New York: HaperCollins.
- [4] Cambridge Dictionary. (2021). *Cambridge Dictionary: English - Indonesia*. Retrieved from Cambridge University Press: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-indonesian/good>
- [5] Chitturi, R., Raghunathan, R., & Mahajan, V. (2008). Delight by Design: The Role of Hedonic versus Utilitarian Benefits. *Journal of Marketing*, 72(3).
- [6] Cross, N. (1982). Designerly ways of knowing. *Design studies*, 3(4), 221-227.
- [7] Cross, N. (1994). *Engineering Design Methods, 2nd Edition*. New York: John Wiley & Sons.
- [8] d.school at Stanford University. (2018). *Design Thinking Bootleg*. Stanford: Institute of Design at Stanford.

- [9] Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2021). *Literature: What is Ideation and How to Prepare for Ideation Sessions*. Retrieved from Interaction Design Foundation Website: www.interaction-design.org/literature/article/what-is-ideation-and-how-to-prepare-for-ideation-session
- [10] Dorst, K. (2011). The core of 'design thinking' and its application. *Design studies*, 32(6), 521-532.
- [11] Embrace Innovations. (2021). *Home: Healthtech with Heart*. Retrieved from Embrace Innovation Website: <https://www.embraceinnovations.com/>
- [12] Hussain, S., & Sanders, E. N.-B. (2012). Fusion of horizons: Co-designing with Cambodian children who have prosthetic legs, using generative design tools. *CoDesign*, 8(1), 43-79.
- [13] Ideo. (2015). *Project: An Enterprise That's Committed to Putting a Toilet in Every Home*. Retrieved from Ideo.org: <https://www.ideo.org/project/clean-team>
- [14] IDEO. (2017). *IDEO: Client - Plum Organics: Rethinking Baby Food Packaging*. Retrieved from IDEO Website: <https://www.ideo.com/case-study/rethinking-baby-food-packaging>
- [15] Industrial Designers Society of America. (2012). *Awards: Idea - Social Impact Design - Embrace Infant Warmer*. Retrieved 07 18, 2021, from Industrial Designers Society of America Website: <https://www.idsa.org/awards/idea/social-impact-design/embrace-infant-warmer>
- [16] Jordan, P. W. (2000). *Designing Pleasurable Products: An introduction to the New Human Factors*. London: Taylor & Francis.
- [17] Maeda, J., & Antonelli, J. (2006). *The Laws of Simplicity (Simplicity: Design, Technology, Business, Life)*. Massachusetts: MIT Press.
- [18] National Association of Schools of Art and Design. (2021). *Accreditation: Standards and Guidelines - Handbook 2020-21*. Retrieved from A National Association of Schools of Art and Design Website: <https://nasad.arts-accredit.org/accreditation/standards-guidelines/handbook/>
- [19] Nielsen, L. (2013). *Personas*. The encyclopedia of human-computer interaction.
- [20] Norman, D. A., & Verganti, R. (2014). Incremental and radical innovation: Design research vs. technology and meaning change. *Design Issues*, 30(1).
- [21] Polanyi, M., & Sen, A. (2009). *The tacit dimension*. University of Chicago Press.
- [22] Reynolds, S. (2015, 2 2). *Why Google Glass Failed: A Marketing Lesson*. Retrieved from Forbes Website: <https://www.forbes.com/sites/siimonreynolds/2015/02/05/why-google-glass-failed/>
- [23] Sanders, E. B.-N. (2002). From user-centered to participatory design approaches. *Design and the social sciences*, 18-25.
- [24] UK Design Council. (2005). *The Design Process*. London: UK Design Council.
- [25] UK Design Council. (2007). *Eleven lessons: Managing design in eleven global companies-desk research report*. https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/ElevenLessons_DeskResearchReport_0.pdf: UK Design Council.
- [26] Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2004). *Product Design and Development*. McGraw-Hill/Irwin.
- [27] Verganti, R. (2009). *Design-driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating what Things Mean*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Press.
- [28] Weidner, J. B. (2020, 3 8). *Business: Company Profile - How and Why Google Glass Failed*. Retrieved from Investopedia: the Dotdash publishing: <https://www.investopedia.com/articles/investing/052115/how-why-google-glass-failed.asp>
- [29] Zulaikha, E., & Sari, E. (2020). Keep online design thinking alive: A case study in Indonesia. *Proceedings of the 28th International Conference on Computers in Education*, (pp. 503-512).

DESAIN, DESAINER, DAN PENILAI DESAIN

Dr. Rahmawan D. Prasetya, S.Sn., M.Si.

Pendahuluan

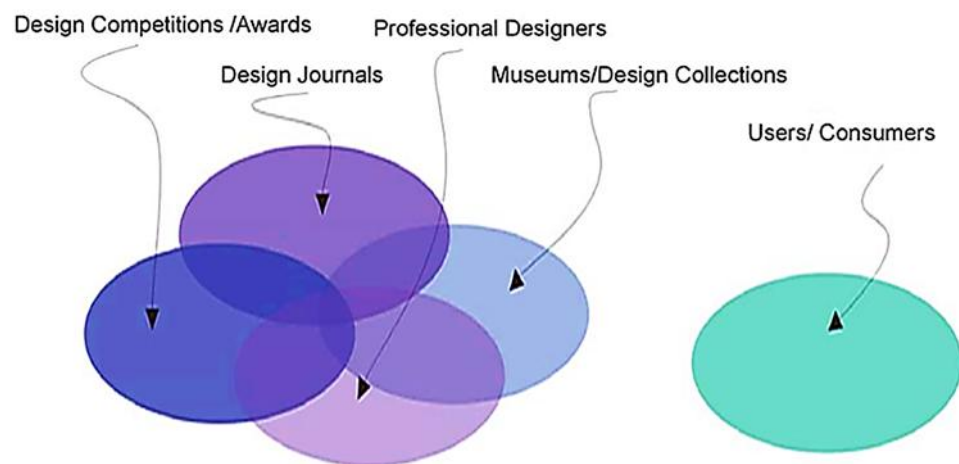
Siapakah sebenarnya orang yang “berwenang” menilai desain sebuah produk? Pengguna produk, desainer, atau kritikus desain (kurator)? Atau suatu masyarakat tertentu? Atau bahkan masyarakat umum yang tidak jelas identitas dan latar belakangnya? Bagaimanakah desain sebuah produk itu dinilai? Apakah dilihat dari bentuk fisiknya? Atau *story behind yang* melatarbelakanginya? Atau apakah karena suka-tidak suka, menyenangkan-tidak menyenangkan, memuaskan-tidak memuaskan, berfungsi-tidak berfungsi, efisien-tidak efisien, indah-tidak indah, atau karena yang lainnya? Tulisan ini akan membahas isu-isu yang ada di sekitar penilaian desain sebuah produk.

Professional Practice Committee of Word Design Organization (sebuah organisasi dalam bidang desain produk se-dunia) pada tahun 2015, menyepakati rumusan definisi dari desain produk/desain industri.[9] Menurut rumusan mereka, Desain Produk adalah sebuah proses pemecahan masalah strategis yang mendorong munculnya inovasi, membangun keberhasilan bisnis, dan membawa ke arah kualitas hidup yang lebih baik melalui produk-produk, sistem, layanan, dan pengalaman yang inovatif. Mereka menambahkan bahwa Desain Produk menjembatani kesenjangan antara apa yang ada dan apa yang mungkin. Jika mengacu pada definisi tersebut, maka kita akan berbicara “proses”, bukan hanya “hasil”.

Objek penilaian dalam hal ini adalah sebuah proses *problem solving* melalui produk. Oleh karena itu, penilaian yang dilakukan tidak saja terhadap produknya tetapi bahkan yang terpenting adalah proses perancangan yang ada di belakangnya. Sebuah produk “ada” karena ada proses yang membuatnya ada. Itu artinya, objek penilaian bukan

hanya bentuk fisik yang merupakan output perancangan, tetapi yang justru terpenting adalah bagaimana produk itu dirancang.

Lalu, bagaimana menentukan desain sebuah produk itu baik atau buruk? Untuk melihat standar atau kriteria apakah yang digunakan untuk menentukan desain sebuah produk itu layak mendapat predikat *Good Design*, Demirbilek dan Park melakukan survei tentang kriteria *Good Design* yang digunakan di 6 ajang *design award* yang berbeda.[1] Keenam ajang tersebut adalah: 1) *Australian Design Award*; 2) *G-Mark Good Design Award*; 3) *Chicago Athenaeum GOOD DESIGN® Award*; 4) *Design Museum Design Sense Award*; 5) *ID Magazine Design Distinction Award*; dan 6) *IDSA Industrial Design Excellence Award*. Dalam penelitian tersebut, objek yang menjadi sasaran adalah daftar kriteria yang dinilai oleh masing-masing ajang dan opini para juri. Selain itu, opini tentang *Good Design* juga dihimpun dari para desainer profesional.



Gambar 1. Area Kriteria Good Design Oleh Para Penilai Desain (Demirbilek & Park, 2001)

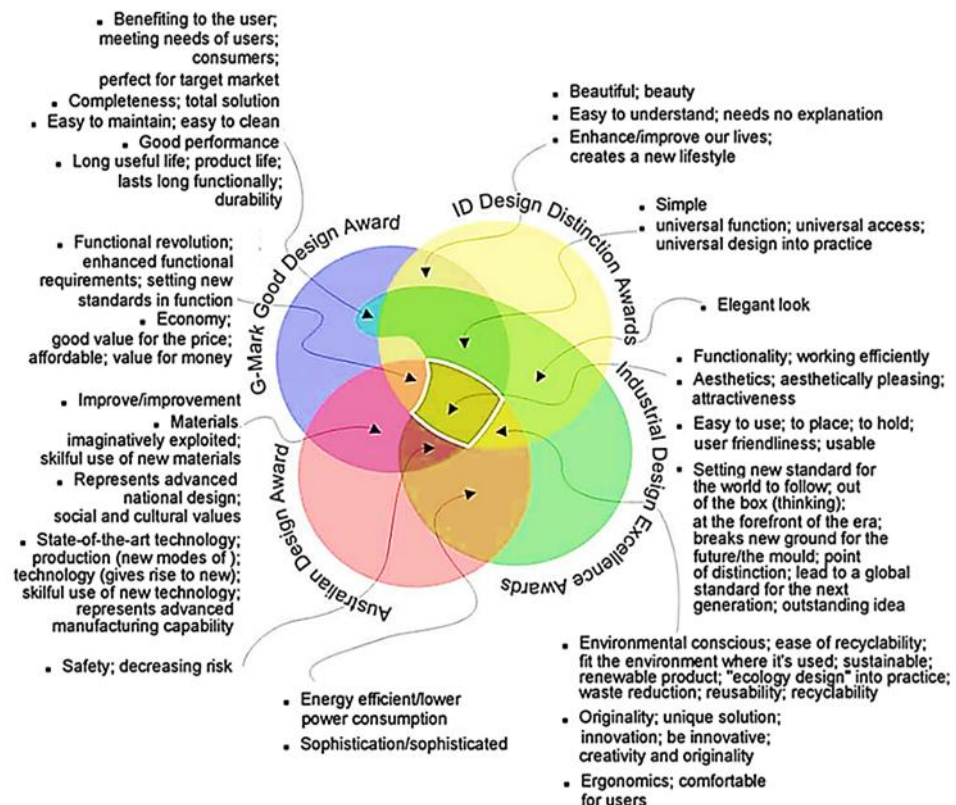
Juri ajang *design award* biasanya berasal dari kalangan profesional, pendidik, pengamat desain, dan orang-orang yang berkecimpung dalam bidang desain produk. Ketika bertugas sebagai juri, mereka memiliki pandangan yang relatif sama terhadap kriteria *Good Design* menyesuaikan dengan kriteria yang ditetapkan panitia *design award* tersebut. Namun demikian, secara individual, bukan tidak mungkin para juri tersebut juga memiliki kriteria *Good Design* tersendiri yang sifatnya personal mewakili latar belakang masing-masing.

Secara grafis, perbedaan pandangan terhadap kriteria *Good Design* dapat dilihat pada Gambar 1. Gambar tersebut memperlihatkan area-area kriteria *Good Design* yang digunakan oleh para penilai desain baik juri *design award*, jurnal desain, desainer profesional, dan museum.[1] Meskipun mereka masing-masing memiliki kriteria *Good Design* yang berbeda-beda, namun ada irisan yang menunjukkan adanya kriteria-kriteria yang sama. Masyarakat pengguna (konsumen) ditempatkan secara terpisah karena diasumsikan memiliki kriteria tersendiri yang berbeda.

Dari enam ajang *design award* yang dijadikan sebagai objek amatan tersebut, Demirbilek dan Park mengerucutkan pada 4 ajang *design award* karena beberapa alasan. Empat ajang tersebut adalah: 1) Australian Design Award; 2) G-Mark Good Design Award; 3) ID Magazine Design Distinction Award; dan 4) IDSA Industrial Design Excellence Award. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa meskipun mereka masing-masing memiliki kriteria yang berbeda-beda, namun paling tidak, ada beberapa kriteria yang sama [1], yaitu:

- *functionality; efficiency*
- *aesthetics; attractiveness*
- *ease in use; user friendliness*
- *setting new standard for the world to follow; out of the box thinking; at the forefront of the era; breaking new ground for the future; outstanding idea.*

Gambar 2 di bawah ini memperlihatkan hubungan antar kriteria *Good Design* dari masing-masing ajang *design award*.



Gambar 2. Hubungan Kriteria Good Design Antar Ajang Design Award [1]

Empat kriteria itulah yang kemudian menjadi kriteria umum *Good Design*. Dengan inti kriteria umum tersebut, *Good Design* jelas memiliki arti yang berbeda bagi kelompok dan orang yang berbeda. Terlepas dari terjadinya kriteria *Good Design* umum di antara entitas yang disurvei, hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa tidak mungkin ada kesepakatan yang bersifat universal.

Ada nilai-nilai tertentu yang membedakan pandangan dari masing-masing entitas. Termasuk pula budaya yang melatarbelakanginya. Misalnya kriteria estetik bagi satu masyarakat biasanya berbeda dengan masyarakat lainnya yang memiliki budaya yang berbeda. Pandangan ini didasari oleh keyakinan bahwa karya desain yang dihasilkan selalu dipengaruhi oleh latar belakang budaya desainernya.

Hal ini dibuktikan secara empirik dalam penelitian yang dilakukan oleh Razzaghi dkk, bahwa cara merancang seorang desainer salah satunya dipengaruhi oleh latar belakang budaya si desainer.[5] Termasuk bagaimana ia merespon keinginan dan kebutuhan pengguna. Ada aspek subjektivitas budaya yang melatarbelakangi penciptaan sebuah karya desain produk. Hasil karya desain seorang desainer merupakan perwujudan dari preferensi dan keinginannya.[4] Hal ini kemudian yang mendasari Demirbilek dan Park mengambil kesimpulan bahwa tidak mungkin ada kesepakatan kriteria *Good Design* yang bersifat universal.

Aspek Psikologi dalam Proses Penilaian Desain

Terdapat anggapan bahwa desain yang baik seringkali gagal diterima oleh pasar atau masyarakat. Anggapan tersebut tidak salah. Karena pada kenyataannya, ada faktor lain selain dari faktor desain produk itu yang mendorong masyarakat konsumen untuk membeli sebuah produk. Ini sebetulnya dapat dikatakan tidak ada kaitannya dengan *Good Design* atau *Bad Design*. Sebuah produk yang memiliki desain biasa-biasa saja menjadi *booming* dan masyarakat berebut untuk memilikinya. Mengapa? Boleh jadi karena strategi pemasarannya yang luar biasa, atau boleh jadi ada peristiwa yang terjadi di belakangnya dan mendorong masyarakat untuk membelinya beramai-ramai.

Fenomena produk bermerek “Supreme”, mungkin menjadi contoh yang sempurna. Supreme mula-mula dikenal sebagai sebuah toko *skate* di kota New York, AS di tahun 1994. Toko yang didirikan oleh James Jebbia ini kemudian berkembang menjadi merek *street wear* terdepan dengan pengguna yang paling fanatik di dunia.[3] Penggemarnya rela mengantri hanya untuk mendapatkan produk-produk bermerek “Supreme”. Kadang-kadang mereka mengantri semalaman tanpa tahu akan membeli produk apa di dalam toko. Hal ini disebabkan oleh unsur kejutan *Supreme* yang selalu diberikan kepada para penggemarnya. Mereka seringkali memproduksi produk-produk yang “aneh” yang di luar dugaan, tentu dengan merek *Supreme*, mulai dari batu bata, linggis, stoples, *airhorn*, *fire extinguisher*, dan sebagainya. Para penggemar fanatik tersebut rela mengantri dan membayar mahal produk-produk aneh tersebut, bahkan dengan harga yang berada di luar kewajaran.

Dari sudut pandang psikologi, fenomena tersebut dapat dijelaskan bahwa hampir dapat dipastikan bahwa para pembeli produk Supreme itu tidak berniat memiliki produk tersebut karena kualitas desain maupun kualitas produknya secara keseluruhan. Motivasi membeli mereka lebih dilandasi oleh kepuasannya

memperoleh produk yang diproduksi secara *limited* dengan harga yang tidak wajar (baca: mahal) dengan *brand* Supreme.

Teori *Pleasure in Human Factors* dari Patrick Jordan.[2] mungkin dapat menjelaskan fenomena tersebut. Dalam teori tersebut, ada 4 fungsi kesenangan (*pleasure*) saat menggunakan sebuah produk, yaitu *pleasure of using*, *pleasure of interacting*, *pleasure of understanding*, dan *pleasure of owning*. Mereka senang memakainya, senang berinteraksi dan memahami produknya, dan senang memilikinya. Mungkin fungsi yang terakhir inilah yang mendominasi kepemilikan produk bermerek Supreme. Harga yang melekat pada *brand* inilah yang menjadi alat untuk aktualisasi diri di lingkungan sosial dimana mereka berada. Faktor kesenangan dan kebanggaan lebih menonjol daripada faktor-faktor lainnya. Dinamika psikologis penilaian suatu produk sampai pada pengambilan keputusan membeli sebuah produk sangat kompleks. Hal itu seringkali melompati logika berpikir secara umum.

Hal tersebut sangat berbeda dengan penilaian desain sebuah produk oleh penilai yang berlatar belakang desain, walaupun aktivitas menilai desain sebuah produk itu tetap saja sarat dengan dinamika aspek-aspek psikologis. Ada banyak hal yang perlu dipertimbangkan untuk memutuskan desain suatu produk itu baik atau tidak. Ada rambu-rambu yang taat pada aspek-aspek akademik bidang desain produk. Dan tentu saja, aspek yang paling mendasar dari penilaian tersebut adalah persepsi.

Persepsi tentang produk yang dinilai. Persepsi adalah proses yang melibatkan pengenalan dan interpretasi rangsangan yang telah terdaftar di indera kita.[7] Jika belum terdaftar dalam memori indera kita, maka kita tidak akan mampu mengenali stimuli tersebut. Ini tidak saja untuk penilaian yang dilakukan oleh juri ajang *design award* atau desainer profesional, tetapi juga bahkan oleh pengguna atau konsumen. Persepsi dipengaruhi oleh 3 faktor [6], yaitu:

Pelaku yang mempersepsi

Merupakan sudut pandang individu dalam menafsirkan, hal ini dipengaruhi oleh karakteristik individu. Jika penilai desain adalah orang yang *expert*, kompeten, dan memiliki latar belakang bidang desain maka tentu akan menilainya secara lebih holistik dari berbagai perspektif dan jauh dari subjektivitas. Akan tetapi jika penilai desain adalah orang awam, maka kemungkinan besar ia akan terjebak pada satu sudut pandang tertentu dan sarat akan subjektivitas.

Karakteristik individu yang dimaksud juga termasuk latar belakang budaya. Melihat produk berbahan eceng gondok bagi penilai berlatar belakang budaya Indonesia mungkin biasa saja. Berbeda halnya jika yang melihat adalah penilai yang berlatar belakang budaya industri maju. Mereka mungkin akan merasa desain tersebut “wow.”

Target atau objek persepsi

Merupakan karakteristik awal yang dipersepsi dari objek yang akan dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Objek persepsi dalam hal ini adalah desain

suatu produk. Seperti dijelaskan di awal, objek persepsi berarti proses *problem solving* melalui produk yang dirancang. Penting untuk digarisbawahi bahwa objek persepsi atau yang dinilai bukan output desain semata, tetapi proses yang dilakukan untuk sampai pada output tersebut.

Situasi

Merupakan unsur-unsur lingkungan yang mempengaruhi persepsi, misalnya tempat, waktu, cahaya, panas dan faktor-faktor situasional lainnya. Situasi dalam hal ini tidak terbatas pada lingkungan fisik saja. Tetapi juga lingkungan sosial dan budaya. Persepsi penilai desain terhadap desain suatu produk akan relatif berubah-ubah jika melihat kandidat desain lainnya. Ada pengaruh lingkungan, dalam hal ini desain produk lainnya, yang dapat mengubah persepsinya terhadap produk sebelumnya.

Perhatian terhadap aspek-aspek yang mempengaruhi persepsi tersebut diharapkan menjadikan para penentu kebijakan penyusunan kriteria *Good Design* lebih berhati-hati dalam memutuskan standar umum *Good Design*. Sehingga siapapun penilainya, tentu dengan karakteristik individu yang setara, diharapkan hasilnya akan kurang lebih sama. Keputusan yang diambil tidak bergantung pada siapa yang memutuskan, tetapi lebih kepada sistem. Sehingga dengan demikian, unsur subjektivitas yang seringkali dituduhkan oleh kalangan tertentu akan dapat dihilangkan atau paling tidak direduksi/diminimalisir.

Kesimpulan

Setiap ajang *design award* memiliki kriteria *Good Design* sendiri-sendiri. Namun ada benang merah yang menghubungkan masing-masing ajang. Meskipun demikian, tidak terhindarkan bahwa akan ada interpretasi yang tidak sama terhadap kriteria bersama tersebut, karena adanya perbedaan karakteristik dan latarbelakang budaya para jurnya. Desain produk yang baik dari perspektif pengguna dapat sangat berbeda dengan perspektif para juri di ajang kompetisi. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh berbagai faktor yang berada di luar bidang desain itu sendiri.

Ketika suatu produk diluncurkan ke masyarakat, maka setiap komponen masyarakat akan merasa berhak untuk menilainya. Dan tentu saja kualitas penilaiannya pun akan beraneka ragam bergantung pada siapa yang menilai, objek yang dinilai, dan situasi saat penilaian.

Oleh karena itu, tidak perlu dipersoalkan jika sebuah produk tidak laku di pasaran meskipun telah memenangkan penghargaan sebagai *Good Design*. Justru diharapkan penentuan sebagai *winner* sebuah ajang *design award* dapat menjadi sarana pemasaran dan mampu men-*drive* masyarakat konsumen untuk membeli produk tersebut dan menggunakannya. Sudah saatnya bukan entitas desain yang tunduk pada pasar, tetapi pasar yang tunduk pada entitas desain, sebagai kalangan yang mengerti tentang desain yang baik.

Referensi

- [1] Demirbilek, O., & Park, M. (2001). A survey of criteria for the assessment of good product design. *Proceedings of the Fourth European Academy of Design Conference*, 370–377.
- [2] Jordan, P. W. (2002). *Designing pleasurable products: An introduction to the new human factors*. CRC press.
- [3] Rajendran, M. (2012). *The development of streetwear and the role of New York City, London, and Supreme NY*. Ryerson University.
- [4] Razzaghi, M., & Ramirez Jr, M. (2005). Product Design: The Reflection of Designers 'Preferences. *Art and Industry Forum of the Iranian Academy of Arts*, Tehran.
- [5] Razzaghi, M., Ramirez Jr, M., & Zehner, R. (2009). Cultural patterns in product design ideas: comparisons between Australian and Iranian student concepts. *Design Studies*, 30(4), 438–461.
- [6] Robbins, S. P. (2005). *Organizational Behavior*; Elevent Edition. Pearson Education, Inc.
- [7] Rookes, P., & Wilson, J. (2005). *Perception: Theory, development and organisation*. Taylor & Francis Inc.
- [8] Syarief, A. (2008). Experiencing Design "Pleasures": Framework for Pleasurable Experiences On Designed Objects. *J. Vis. Art & Des*, 2(2), 113–122.
- [9] World Design Organization. (2015). Definition of Industrial Design. <http://wdo.org/about/definition/>

DISKURSUS DESAIN 'KESEHARIAN' YANG BAIK UNTUK PEMBELAJARAN DESAIN

Dr. Moch. Junaidi Hidayat., ST., M.Ds

Pendahuluan

Wacana diskursif dan praksis tentang Desain yang Baik (*Good Design*), pada akhirnya sampai pada ujung sebuah pertanyaan bagaimana hasil desain mampu membangun, membentuk, memadu, mempertahankan serta menjawab sebuah kebutuhan masyarakatnya. Sudah menjadi kepastian bahwa desain memang tidak dapat terlepas dari kehidupan sehari-hari, sekecil apapun aktivitas yang dilakukan oleh individu. Namun, apakah kepekaan desainer terhadap apa yang dibutuhkan masyarakat dimana desainer itu berada akan menghasilkan dan membawa perubahan baik dalam kehidupan penggunaannya atau justru akan menghancurkan budaya (*cultural catashtrope*). Hal ini tentu saja penting sebagai bagian perbincangan tentang desain yang baik bagi kehidupan sehari-hari terutama desain yang memiliki nilai penguatan budaya.

Bagaimanapun desain produk menjadi bagian dari praktik yang tidak terpisahkan dari masyarakat, terutama terkait dengan kebutuhan keseharian bagi individu maupun kelompok masyarakat. Namun, “desain keseharian” ini seringkali tidak mendapat proporsi lebih terutama dalam diskursus *Good Design*. Mungkin hal ini sudah dianggap hal yang wajar dalam kehidupan sehari-hari, kurang menggigit bagi desainer, atau dalam proses pembelajaran di kampus menjadi hal yang dianggap kurang menarik untuk dibahas atau dimunculkan sebagai sebuah tawaran proses belajar mengajar. Padahal dalam realitas yang terjadi, “desain keseharian” membutuhkan sebuah

strategi, taktik, proses yang terus berkembang, bahkan seringkali melahirkan kreativitas baru agar terus dapat bertahan hidup. Desain tidak hanya tentang aplikasi teknologi, bentuk, dan fungsi. Lebih dari itu, desain adalah tentang aspek manusia dan kebiasaannya (*behaviour*) [1].

Lalu apa desain keseharian dan bagaimana dengan istilah desain yang baik (*Good Design*) pada desain keseharian ini? Sekali lagi, desain keseharian adalah hasil olah kreativitas dalam wujud produk, artefak, image, strategi, taktik, hingga metodologi yang dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari. Hasil desain keseharian ini, tidak hanya menghasilkan sebuah proses pengetahuan yang bersifat fisik saja (*tacit knowledge*) tapi juga melahirkan pengetahuan baru yang tidak terukur (*untacit knowledge*). Sebagai contoh desain keseharian dapat dilihat disekitar lingkungan kita seperti produk permainan tradisional, *craft*, hingga artefak yang membutuhkan keahlian khusus yang ada di sekitar kita. Mari kita lihat bagaimana perajin membuat sangkar burung dengan berbagai bentuk, dimensi dan material. Bukankah hal ini acapkali dinikmati dalam keseharian, namun sering juga menjadi hal bernilai biasa bahkan dianggap banal.

David Inglish [2] dalam *Culture and Everyday life* mengungkapkan bahwa kehidupan sehari-hari dibedakan dalam beberapa kategori, yakni (1) rutinitas: dimana cara, bentuk, prosedur dalam melakukan sesuatu yang terjadwal, tetap dan tidak berubah, (2) biasa (*mundane*): cara, bentuk dan prosedur melakukan sesuatu yang dianggap lazim dan diterima sebagai norma kebiasaan, (3) banal: segala yang dianggap remeh temeh, dibandingkan dengan sesuatu yang agung atau penting, (4) umum: nilai dalam pemikiran, tidakan serta karya yang diterima menurut ukuran sosial umum (*common sense*), (5) familiar: segala yang dianggap sangat dekat, intim, akrab, erat dan melekat dengan lingkungan sekitar yang berbeda dengan lingkungan asing, serta (6) alamiah (*natural*): cara, bentuk serta prosedur dalam melakukan sesuatu yang tumbuh sendiri dari bawah tanpa adanya kekuatan yang mengendalikan.

Pada pemahaman keseharian ini penting karena pada prosesnya, hal-hal keseharian dari masyarakat memberi pengaruh besar pada perkembangan desain, pembeda kategorisasi inipun memungkinkan untuk dicermati sebagai bagian dari proses dan perkembangan desain yang dapat mempengaruhi hasil karya desain nantinya. Namun juga sebaliknya, luaran desain pun memiliki implikasi besar pada aspek keseharian tersebut. Atau dengan kata lain, desain keseharian akan mempengaruhi kebaruan, kemajuan, prosedur, proses hingga nilai-nilai dalam pemikiran dan tindakan individu maupun kelompok.

Desain Keseharian dan Desain yang Baik

Setiap individu pasti memiliki pengalaman keseharian termasuk yang rutin dan terpol, namun dari hari kehari tidak pernah persis sama yang tergantung dari kondisi, situasi,

dan keadaan. Tetapi pengalaman ini menjadi pengalaman umum yang terus disharing dan menjadi sebuah kesepakatan. Misalnya bagaimana pola kehidupan pagi dibuka dengan meneguk secangkir kopi yang mungkin bagi sebagian orang menjadi rutinitas. Begitu halnya dengan desain keseharian yang terus menerus ada, berkembang dan mengikuti perubahan budaya individu dan masyarakatnya. Pengguna dan kreator desain keseharian, sesungguhnya telah melakukan praktik desain yang terus berulang dan berpola dengan mengikuti logika, kebiasaan serta aturan main.

Michael de Carteu [3] menuliskan bahwa kehidupan sehari-hari tidak ubahnya seperti cara menjalankan (*way of operating*) yang dapat menyesuaikan terhadap situasi dengan landasan logika, sedangkan Pierre Bourdieu [4] mengungkap tentang relasi logis dalam kehidupan sehari-hari sebagai sebuah 'praktikal' yang berarti dipraktikkan, dipertahankan dan dibudayakan menjadi sebuah ruang geometris yang membentuk peta kemudian membentuk rute bagi subjek untuk digunakan dan dipraktikkan oleh agen (dalam hal ini orang yang membuat desain dalam skala bidang yang formal maupun informal).

Desain keseharian juga terus menjunjung tinggi prinsip perbedaan, hal ini tentu desain mencoba mencari terus menerus kebaruan dan perbedaan-perbedaan (5). Perbedaan meruang menandakan desain dibedakan dengan desain-desain lainnya, sedangkan perbedaan mewartu yang membentuk garis temporalitas desain, yang di dalamnya desain masa kini harus berbeda dari desain-desain sebelumnya (*progress of design*). Lalu bagaimana dengan desain keseharian yang ada disekitar kita? Ada beberapa hal yang dapat diamati dari desain keseharian ini dan mereka dianggap memiliki desain yang baik (*Good Design*) oleh lingkungannya. Diantaranya:

- 1) 'Desainer' keseharian selalu memiliki cara, bentuk, dan prosedur dalam melakukan perubahan. Mereka terus berproses dan berupaya mengikuti kebaruan. Dalam proses produksi, 'desainer' ini terus melakukan upaya proses agar tetap menghasilkan produk yang laku di pasar. Gaya dan pola perubahan ini tentu berbeda dengan pola yang terjadi di dunia akademis yang memerlukan kajian dan analisis komprehensif bahkan seringkali kompleks.
- 2) Pelaku dan pengguna desain keseharian juga menggunakan cara dan prosedur untuk melakukan sesuatu yang bernilai kemajuan agar tidak tertinggal seperti penggunaan teknologi meskipun sederhana. Seringkali, pelaku dan pengguna berinteraksi langsung dalam penggunaan teknologi maupun saling menukar informasi terkait kebutuhan teknologi terbaru agar tidak kalah dengan kompetitor.
- 3) Desain yang dihasilkan juga merupakan buah pemikiran, tindakan dan karya yang diterima oleh masyarakat (yang memiliki pemahaman yang sama) sehingga dinilai rasional secara sosial. Meskipun para 'desainer' ini bukan berlatar pendidikan desain, namun mereka mendapat posisi dan pengakuan dari komunitasnya (pengakuan sosial dan budaya) atas pengalaman dan dedikasi secara sosial dan budaya. Ini adalah bagian dari modal sosial dan modal budaya untuk memenangkan pasar secara alamiah yang berkembang menjadi modal ekonomi.[4]

Ketiga hal di atas senada dengan Henri Lefebvre [6] yang menuliskan tentang adanya nilai kebaruan, kemajuan, *elitism*, rasional, sains dan artifisial dalam kehidupan modern. Para pelaku desain keseharian seringkali dikenal dan disebut sebagai ‘desainer’ yang tidak ubahnya seperti desainer lulusan sekolah formal, mereka dianggap mewakili komunitas, memiliki kemampuan kreatif dalam menghasilkan desain yang baik (*Good Design*). Misalnya: ketika para perajin sangkar burung (seperti contoh sebelumnya) dalam proses pembuatan sangkar menambahkan ornamentasi atau visualisasi dengan menggunakan teknologi *printing* atau menambahkan bentukan topi pada sangkar dengan *3d printing*, maka mereka sudah dianggap memiliki kemampuan berkreasi, berkeativitas, atau bahkan disebut sebagai ‘desainer’ oleh lingkungannya.

Tentu saja hal ini tidak salah, karena pemahaman antara orang ‘awam’ yang tidak mengenyam pendidikan desain secara formal dengan pemahaman ekspert atau ahli secara akademis akan berbeda. Hal ini juga tidak akan menghilangkan fungsi akademis yang ada di sekolah desain secara formal, namun ‘desainer’ keseharian perlu diajak bersinergi dan berkolaborasi agar terus berkarya dan menghasilkan desain yang baik. Desain yang dapat diterima secara sosial, pemahaman tentang nilai pemikiran, tindakan dan karya yang rasional menurut pemahaman penggunaannya.

Diskusi

Desain keseharian untuk desain yang baik bukan merupakan hal yang jauh dan hal baru dari dimensi ruang akademis. Terdapat ruang-ruang dalam kehidupan sehari-hari dimana desain tidak dapat mengikuti pola akademis yang ada. Para desainer keseharian terus melakukan eksplorasi, menelusuri logika rasional, berfikir strategi dalam kehidupan dengan tujuan agar desain yang dihasilkan terus menyesuaikan kebutuhan dan tentu saja berujung pada pasar yakni agar produk laku di pasar. Mereka terus memoles tampilan, fungsi, model, kebiasaan, bahkan mengubah banyak hal agar terus diterima secara umum. Inilah logika desain keseharian yang seringkali jarang ditemukan dalam proses pendesainan secara akademis.

Tulisan ini mencoba memberikan benang merah tentang bagaimana belajar dari aktivitas dan proses desain keseharian ini menjadi sebuah proses desain secara akademis. Bahwa desain disadari sebagai sebuah proses dari berkembangnya pemahaman dan pengalaman, bersifat kontekstual, bukan hanya sekedar estetika namun juga desain yang memiliki karakteristik serta memiliki nilai etika.

Proses desain keseharian mengajarkan bahwa ada ruang-ruang akademis yang selama ini belum terbuka sepenuhnya. Yakni, bagaimana proses mendesain yang baik adalah bagian dari proses menyatukan antara aspek emik dan epik. Emik mengacu pada pandangan komunitas pengguna artefak yang sedang diteliti atau dirancang dan etik merupakan kategori pandangan dalam persepsi desainer atau peneliti.

Konstruksi emik adalah deskripsi dan analisis yang dilakukan dalam konteks skema dan kategori konseptual yang dianggap bermakna oleh partisipan dalam suatu kejadian atau situasi yang dideskripsikan dan dianalisis. Sedangkan, konstruksi etik adalah deskripsi dan analisis yang dibangun dalam konteks skema dan kategori konseptual yang dianggap bermakna oleh komunitas penganut ilmiah dalam hal ini tentu saja komunitas akademis desain. Melalui dua hal ini akan hadir desain yang tidak hanya dibutuhkan oleh masyarakat, memenangkan pasar atau menjawab persoalan dalam sebuah penelitian, namun desain yang memiliki nilai (*meaning*) dari penggunaanya.

Emik dan etik dalam proses desain akan menghasilkan ruang demokratis baru dalam budaya mendesain, karena secara tidak langsung desainer maupun lingkungan akademis harus bekerja dalam praktik desain yang baru, strategi, gaya, eksplorasi, proses, bahkan pemikiran dan nilai baru terhadap desain dengan melibatkan unsur lain dalam masyarakat yang multidisiplin maupun interdisiplin. Budaya desain akan terbangun dari ruang demokratis desain ini, yakni budaya yang menumbuhkan kembangkan persepsi yang terus berkembang, artikulatif, multidisiplin menuju interdisiplin, material dan immaterial dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki nilai.[7] [8].

Bagaimana menghadirkan ruang desain yang demokratis pada desain keseharian yang baik dalam lingkup akademik khususnya dalam pembelajaran desain? Untuk menjawab hal ini tentu perlu pembahasan mendalam terutama tujuan pendidikan desain itu sendiri bagi tiap institusi pendidikan. Namun, penulis mencoba menyampaikan gagasan awal untuk membangun desain keseharian yang baik di lingkungan akademik, yakni:

Tahap 1

proses awal ini memberikan kesempatan pada peserta didik untuk mengasah kepekaan terhadap problematika desain keseharian. Ia mampu menghasilkan karya secara visual sesuai dengan kondisi lingkungan yang dihadapi disekelilingnya. Hal ini sekaligus melatih kepekaan terhadap lingkungan dan memberikan pengalaman baru berbasis kebutuhan lingkungan dan atau masalah sosial sekitar. Pada tahapan ini dapat dilakukan pada jenjang tahap persiapan, dimana peserta didik akan mencoba bermain secara visual dan fungsi dengan memberikan solusi desain yang sederhana.

Tahap 2

Pada tahap ini memberikan kesempatan pada peserta didik untuk menghasilkan karya desain diluar aspek visual, seperti aspek teknis, fungsi, atau pemahaman kebutuhan pengguna yang lebih kompleks. Dengan mendalami problematika pada produk bernilai lingkungan sosial yang diharapkan menghasilkan karya desain yang lebih kompleks. Tahap kedua ini dapat diterapkan dalam tahap madya, dimana mata kuliah berbasis studio lingkungan binaan atau studio berbasis pada kebutuhan Usaha Kecil

Menengah (UKM), komunitas dan kelompok masyarakat tertentu dengan mengangkat isu-isu sosial dan budaya menjadi proyek desain.

Tahap 3

Merupakan tahap pemahaman nilai, dimana peserta didik mengangkat objek penelitian yang bersifat partisipatoris, sosial-budaya, atau penggalian mendalam melalui keterlibatan dalam objek secara lebih detail dengan melibatkan masyarakat atau komunitas tertentu (*ethno-design*). Sehingga dari proses ini diharapkan dapat menghasilkan karya desain keseharian yang tidak hanya mampu menjawab kebutuhan, menjawab problematika desain namun juga memiliki nilai (*meaning*).

Peserta didik juga memiliki pengalaman emosional dalam menerjemahkan problem menjadi luaran karya desain yang bernilai, baik itu nilai sosial, budaya, lingkungan, politik, simbolis dan tentu nilai jual produk itu sendiri serta pemahaman nilai desain yang baik untuk masyarakat. Jika ini dilakukan maka pengalaman yang didapatkan oleh peserta didik tidak hanya tentang pemahaman namun juga pengalaman tentang pentingnya nilai desain yang baik. Tentu saja, penilaian terhadap hasil desain tidak lagi dapat tentang aspek visual estetis, aspek teknis, bahkan nilai jual yang ditetapkan oleh tim penguji, namun mengarah pada bagaimana desain yang dihasilkan mampu memberikan nilai pengalaman dan makna desain yang baik bagi penggunaannya (aspek budaya dan sosial kemasyarakatan).

Penutup

Melalui tulisan ini penulis berupaya menghadirkan ruang-ruang diskursif desain keseharian yang baik. Seperti halnya yang disampaikan Victor Papanek (9) bahwa setiap orang adalah desainer dan melakukan upaya sadar untuk membangun sebuah tatanan yang bermakna. Setiap waktu, aktivitas kegiatan adalah sebuah desain, karena desain adalah dasar dari segala aktivitas manusia. Tanpa bermaksud membandingkan atau mengkotak-kotak antara profesional-amatir atau pendidikan formal dan non formal, bahwa masih ada ruang demokratis yang dapat terbentuk dan terbentang luas untuk dimasuki untuk sinergi dan kolaborasi. Ruang demokratis desain ini yang akan membawa desain keseharian yang baik untuk terus diperbincangkan, dikritisi dan dikembangkan menjadi hal-hal baru dalam proses mendesain.

Belajar dari proses ruang demokratis yang diperlihatkan dalam proses desain keseharian untuk menyempurnakan proses pembelajaran desain di ranah akademik. Mengembalikan unsur etik dan etik dalam proses desain akan menghasilkan budaya desain yang tidak hanya bersifat kontekstual, namun juga desain yang memiliki karakter serta bernilai. Menerjemahkan desain keseharian yang baik memang bukanlah hal yang sederhana dan mudah, Dalam uraian ini, penulis tidak berusaha mengarahkan, men-*Justifikasi* atau memberi pengertian dan kesimpulan yang tunggal, sehingga masih terbuka ruang diskursif untuk menyempurnakan kerangka awal ini. Tahapan-tahapan yang dirumuskan penulis maka tidak ubahnya adalah sebuah

pijakan awal untuk melompat lebih jauh dalam upaya memahami desain keseharian yang baik teruntuk dunia akademik. Bahwa dunia pendidikan desain adalah ruang yang terbuka, fleksibel terhadap perubahan dan isu yang terjadi di masyarakat, serta terus menjunjung nilai etika.[10]

Referensi

- [1] Slack, 2006, *What is Product Design*, Page One, Singapura
- [2] David Inglish, 2005, *Culture and Everyday Life*, Routledge, London
- [3] Michael de Certeau, 1988, *The Practice of everyday Live*, Unversity of California Press, Barkeley.
- [4] Pierre Bourdieu, 1992, *The Logic of Practice*, Polity Press, Cambridge
- [5] Yasraf Amir Pilliang, 2008, *Multiplisitas dan Deferensiasi-Redifinisi Desain*, Teknologi, dan Humanitas, Jalasutra, Yogyakarta
- [6] Henri Lefebvre, 1981, *Everyday Life in The Modern World*, Harpers Torchbooks, New York
- [7] Guy Julier, 2008, *The Cultue of Design*, Sage, London
- [8] -----, 2006, *From Visual Culture to Design Culture*, Design Issues: Volume 22, No 1
- [9] Victor Papanek, 1972, *Design for The Real World: Human Ecology and Social Change*, Phanteon Books
- [10] Michael W Meyer and Don Norman, *Changing Design Education for the 21st Century*, Sheji-The Journal of Design, Economic and Innovation, Vol. 6, No.1 Spring 2020

DESAIN YANG BAIK PADA LEVEL 6 KKN

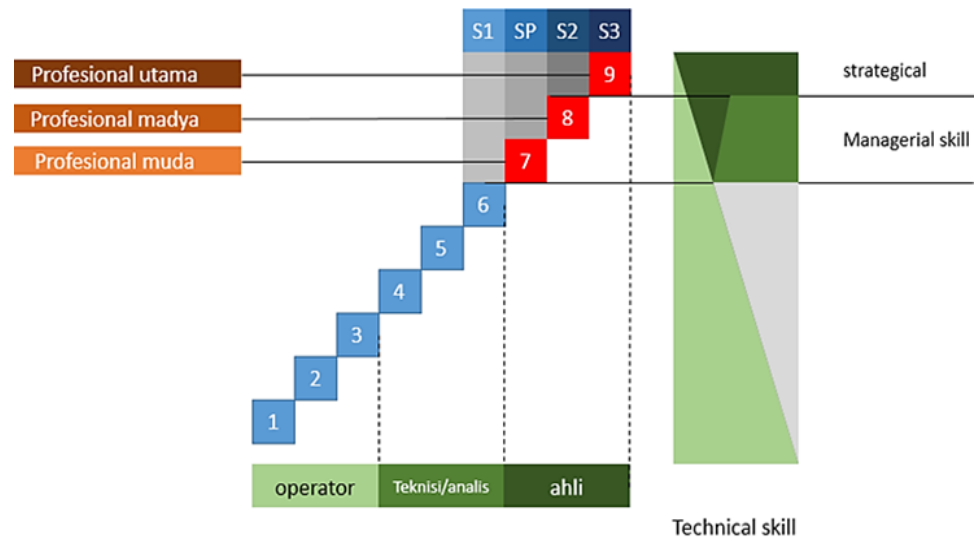
Dr. Andry, M.Sn ADPII

Pendahuluan

Melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012, telah ditetapkan kerangka kualifikasi Nasional Indonesia, yaitu kerangka penjenjangan kualifikasi kompetensi yang dapat menyandingkan, menyetarakan, dan mengintegrasikan antara bidang pendidikan dan bidang pelatihan kerja serta pengalaman kerja dalam rangka pemberian pengakuan kompetensi kerja sesuai dengan struktur pekerjaan di berbagai sektor. Indonesia sendiri menganut 9 kualifikasi penjenjangan (level), dimana level 1 sampai dengan level 3 dikelompokkan dalam jabatan operator; level 4 sampai dengan level 6 dikelompokkan dalam jabatan teknisi atau analis; dan level 7 sampai dengan level 9 dikelompokkan dalam jabatan ahli, atau dikenal dengan tingkat profesional, dan dalam hal ini secara langsung dapat dikatakan bahwa ***jenjang 6 yang setara dengan tingkat sarjana (pendidikan tinggi) belum masuk pada kategori profesional***.^[1]

Jika level 6 berfokus pada kemampuan mengaplikasikan bidang keahliannya secara teoritis dalam memformulasikan penyelesaian masalah secara prosedural untuk selanjutnya mampu mengambil keputusan saintifik yang tepat secara bertanggung jawab. Pada level 7 dituntut memiliki kemampuan untuk melaksanakan proses manajemen strategis terkait bidang keahliannya untuk pengembangan organisasi secara akuntabel.

Hal ini menjadi menarik karena sebagian besar staf pengajar di perguruan tinggi dibentuk oleh pendidikan yang terbentuk jauh dari saat peraturan tersebut dikeluarkan, sehingga sangat dimaklumi bahwa sebagian besar pendidik (dosen) di lingkungan perguruan tinggi masih menerapkan standar level 7 (profesional) pada mahasiswa yang seharusnya berada pada level 6 (sarjana). Pada pendidikan tinggi



Gambar 1. Sembilan Kualifikasi Penjenjangan Di Indonesia

bidang desain, khususnya desain produk, hal ini menjadi semakin menjadi lebih samar lagi, perbedaan antara jenjang kualifikasi tersebut belum secara jelas dapat dibedakan, terlebih bahwa hingga saat ini jenjang pendidikan profesional (level 7) belum diselenggarakan oleh perguruan tinggi ataupun asosiasi (Gambar 1).

Proses Pembelajaran yang Kompleks

Belajar menjadi seniman atau desainer adalah proses yang kompleks. Sebagian besar *"belajar menjadi seorang desainer"* baru terjadi setelah siswa masuk pada program diploma atau sarjana di perguruan tinggi. Bersamaan dengan berkembangnya standar pendidikan sejak tahun 2015, pada umumnya model pendidikan desain dilakukan melalui pendampingan oleh dosen dari level 8 untuk membantu mahasiswa dalam menyelesaikan persoalan desain. Penelitian terbaru mengungkapkan bahwa peran penting dalam membantu siswa dalam pendewasaan mereka sebagai desainer dimainkan oleh desainer akademisi yang mengajar di program seni atau desain di perguruan tinggi, memberikan contoh praktik profesional kepada siswa.

Model pembelajaran semacam itu adalah bagian dari proses siswa mempelajari wacana, pandangan, dan praktik bersama terhadap dunia seni atau desain. Pemodelan praktik profesional sangat penting untuk pengalaman 'belajar menjadi' seniman atau desainer karena memungkinkan siswa untuk mengakses perilaku, bahasa, dan budaya. Sementara itu pengetahuan dan keterampilan yang dikembangkan mahasiswa pada bidang desain adalah bagian penting yang baru muncul dari pengalaman mereka sebagai desainer, demikian pula proses identifikasi sebagai 'desainer'. Proses 'belajar menjadi' ini adalah pengalaman yang kompleks, berlapis-lapis, dan multi-pengaruh.[2]

Pendidikan Desain

Dalam sistem pendidikan tinggi desain, merancang adalah tindakan yang didorong oleh kombinasi naluri estetika dan naluri ilmiah. Pendidikan desain telah mengadopsi dirinya pada perubahan fungsi desain sepanjang sejarah karena perubahan pola konsumsi, produksi dan daya saing. Pada awal abad dan terutama pada masa pasca perang, desain menjadi penting sebagai elemen estetika pada sebuah objek. Ketika fungsi desain bergeser dari kesenangan ke diferensiasi, perhatian dan isi dari persoalan desain telah terdiversifikasi. Desain dan pengembangan produk adalah tindakan kreatif yang inheren, penelitian tentang inovasi produk menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja tinggi menggunakan eksperimen melalui proses desain secara ekstensif.[3]

Inti dari desain adalah sifat pemikiran yang dikandungnya, integratif bukan hanya analitis; lebih kepada visual daripada hanya abstrak; dan humanistik daripada mekanistik. Desain pada dasarnya adalah mengenai penemuan, bukan sekedar penelitian. Desain dimulai dengan cinta dan gairah, bukan sekedar masalah dan teka-teki, dan pada akhirnya, desain mengandalkan aspek intuitif, tidak dapat direduksi dari komponen-komponen, tetapi tetap dapat dideskripsikan dengan selalu menggairahkan. Semua orang merasakan desain, pemikiran desain bukan sekedar praktik dan produk saja.[4]

Disisi lain, pada saat ini "*Design Thinking*" diidentifikasi sebagai paradigma baru yang menarik untuk menangani masalah di banyak profesi, terutama teknologi Informasi, bisnis, bahkan kedokteran. Keinginan untuk mengadopsi dan menerapkan praktik desain di bidang lain ini telah menciptakan permintaan mendesak terhadap pengetahuan yang jelas dan pasti tentang pemikiran desain. Sementara, pada komunitas riset desain sendiri, hal ini cukup menjadi masalah karena sebagian besar mengalami kesulitan untuk menyederhanakan objek studinya, dan menghargai banyak perspektif serta gambaran yang sangat beragam.[5]

Kemunculan Istilah Inovasi

Inovasi pada era 90-an hampir tidak terkait dengan teknologi dan sains sebagai hasil dari proses penelitian dan pengembangan. Sejak awal milenium kontribusi 'desain' untuk inovasi dan pemikiran inovatif semakin nyata, khususnya bagi dunia bisnis. Pemikiran inovatif menjaga hubungan yang lebih dekat dengan disiplin desain. Inovasi dianggap penting dalam dunia bisnis saat ini, baik untuk perusahaan maupun individu. [6] Dengan pengakuan akan semakin pentingnya inovasi terutama untuk keberhasilan ekonomi menyebabkan perhatian lebih banyak diarahkan pada penelitian untuk berinovasi. Pada saat ini inti dari proses merancang merupakan alat strategis utama untuk manajemen dan inovasi. Pada tahun 2008, *Harvard Business Review* mengalokasikan artikel untuk desain dan inovasi untuk mendorong pentingnya 'Pemikiran Desain' untuk inovasi.[7]

Menjadi bagian dari keseluruhan proses kreatif, desainer dianggap toleran terhadap ambiguitas, mengajukan beragam pertanyaan, melihat beberapa kemungkinan lain, menjadi pemikir divergen, pengambil risiko dan memandang dunia secara berbeda. Karena inovasi dikaitkan dengan penerimaan ambiguitas dan ketidakpastian tingkat tinggi, pemikiran orisinal, semangat untuk mendorong gagasan hingga kesimpulan, kemauan untuk mengambil risiko dan kemampuan untuk menginspirasi orang lain, karakteristik yang tumpang tindih dari kedua bidang tersebut menjamin hubungan yang sangat terbuka.[3] Richard Buchanan telah menggambarkan perubahan keberadaan praktik dan pemikiran desain yang ditampilkan pada matriks tatanan teori dan praktik. Pada bagan yang disajikan, Buchanan menampilkan empat area bagi penemuan dan penjelajahan dalam pemikiran desain.[8]

Kreativitas dalam Proses Desain

Kreativitas dalam proses desain sering ditandai dengan terjadinya peristiwa penting—yang disebut 'lompatan kreatif', yang kadangkala terjadi sebagai wawasan tiba-tiba yang segera dikenali oleh perancang secara signifikan, tetapi kadangkala juga hanya dalam retrospeksi seolah dapat mengidentifikasi titik selama proses desain di mana kuncinya konsep mulai muncul. Catatan retrospektif peristiwa kreatif dalam desain yang dibuat oleh desainer mungkin tidak sepenuhnya dapat diandalkan.

Namun, beberapa studi empiris dan deskriptif baru-baru ini tentang peristiwa kreatif telah mulai menjelaskan lebih banyak tentang aspek desain yang misterius tersebut (dan seringkali membingungkan), mempelajari desain kreatif dipandang sebagai sebuah permasalahan tersendiri, karena tidak ada jaminan bahwa 'peristiwa' kreatif akan terjadi selama proses desain, termasuk sulitnya mengidentifikasi ide solusi sebagai 'kreatif'. Namun, dalam setiap proyek desain, kreativitas dapat ditemukan—jika tidak dalam bentuk nyata dari peristiwa kreatif yang berbeda, atau dapat juga sebagai evolusi dari solusi unik yang memiliki derajat kreativitas tertentu.[9] Pada sisi lain, tindakan merancang dianggap atau melibatkan semacam produksi pengetahuan, yang secara langsung mengikuti dari jenis pengetahuan perancangan yang diandalkan, yaitu berbasis praktik dan tacit.[10]

Sebagian pendidikan desain, khususnya pendidikan dasar yang dikenal dengan *Bauhaus Vorkurs* (Kursus Dasar) dibahas sebagai prototipe yang paling tepat dan tahan lama untuk menggabungkan seni, desain, dan pendidikan studio arsitektur dalam kurikulum K-12 Amerika. Sejarah Vorkurs ditinjau, dari akar pedagogisnya dalam ide-ide Froebelian, hingga pembentukan dan modifikasinya antara tahun 1919 dan 1933, hingga visi berkelanjutan para ahli teori masa kini. Gagasan Bauhaus di Amerika terutama dikaitkan dengan "tampilan" gaya yang terkenal, sementara konteks, penulisan, dan pengajaran para pendidik ahli Vorkur sebagian besar terkubur oleh waktu.[11]

Desain adalah tentang menciptakan dunia 'nyata', yang pada kenyataannya adalah kompleks, dinamis, dan tidak pasti. Kebenaran adalah sesuatu yang cukup sulit untuk diketahui, bahkan dengan sains terbaik sekalipun. Akan tetapi 'kenyataan' adalah wilayah pengalaman manusia, yang dapat melampaui pemahaman atau pengetahuan. Deskripsi yang cermat dan akurat, disertai dengan penjelasan yang jelas, tidak cukup dalam upaya untuk mendapatkan pemahaman yang cukup untuk kemungkinan pengambilan terhadap keputusan yang bijaksana. Pemahaman yang baik mengenai sebuah penilaian diperlukan jika ingin meningkatkan kemampuan desain dengan cara yang disengaja. Pertimbangan adalah dimensi kunci dalam proses desain. Kemampuan membuat penilaian desain inilah yang membedakan seorang desainer dengan seorang desainer. Kemampuan untuk membuat penilaian desain yang baik berbeda dengan desain yang baik.[12]

Khususnya di Indonesia, selama jenjang pendidikan dasar hingga menengah atas, siswa dididik melalui paradigma bahwa setiap persoalan akan selalu diarahkan pada hanya satu jawaban, 'alternatif' menjadi sesuatu yang asing bagi siswa didik, terlebih lagi jika harus menggunakan sudut pandang yang lain. Sikap yang terbentuk tersebut kemudian terbawa pada jenjang pendidikan tinggi. Pada pendidikan desain di Indonesia, pertanyaan yang juga muncul dan seringkali sulit untuk diperoleh jawabannya adalah “apa yang disebut sebagai desain yang baik? Atau “kriteria apa saja yang harus dipenuhi oleh karya yang dihasilkan oleh mahasiswa agar dapat disebut sebagai desain yang baik?”.

Persoalan ini kemudian diperkuat lagi dengan sedikitnya literasi yang dapat dipelajari untuk mendapatkan jawaban ini, Matthew M. Mehalik dan Christian Schunn pernah melakukan penelusuran terhadap 40 artikel jurnal untuk mencoba mencari ketetapan mengenai apa yang disebut dengan desain yang baik.[13], sehingga seringkali acuan yang digunakan adalah apa yang pernah dikeluarkan oleh Dieter Rams, desainer industri Jerman yang dikenal dengan 10 prinsip desain yang baik [14], yang pada kenyataannya formulasi dari Dieter Rams dapat dilihat bahwa pada saat ini sudah semakin dirasakan tidak realistis, khususnya jika melihat berkembangnya strategi desain yang semakin beragam pada negara-negara seperti Jepang, Korea, dan khususnya China.

Dengan demikian dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa desain adalah bidang dengan nilai yang selalu dinamis dan bersifat kontekstual. Ketetapan apa yang disebut dengan desain yang baik tidak dapat mengacu pada aspek formal dari hasil sebuah desain. Dengan demikian, maka meletakkan sudut pandang terhadap sebuah proses penilaian jauh lebih penting dibandingkan dengan sekadar analisis terhadap objek sebagai hasil dari proses.

Pada jenjang kualifikasi level 6, kemampuan yang dituntut adalah kemampuan untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan desain untuk menyelesaikan permasalahan desain itu sendiri, dan perlu sangat disadari bahwa penguasaan terhadap

pengetahuan pada bidang desain tersebut baru berada pada tataran konsep teoritis. Oleh karenanya, syarat utama dari sebelum dilakukan proses penilaian dari desain yang dihasilkan adalah ketuntasan dari keseluruhan proses desain secara umum sesuai dengan tingkat pembelajaran, dan bukan kualitas dari desain yang dihasilkan, sehingga fokus pada jenjang pendidikan desain menjadi hal penting untuk ditinjau.

Tahapan Penjenjangan Pendidikan Sarjana (Level 6)

Terhadap usulan mengenai apa yang disebut desain yang baik, maka pada tulisan ini penulis mencoba mengusulkan kriteria berdasarkan sudut pandang tertentu, yaitu didasarkan pada tujuan dari tahap yang dijalankan oleh peserta didik pada jenjang pendidikan sarjana (level 6). Secara umum, pendidikan desain dapat dibagi menjadi 4 kelompok, seperti terlihat pada Gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Pengelompokan Pada Jenjang Pendidikan Sarjana Desain (Level 6).

- Jenjang pendidikan dasar memiliki tujuan untuk **membentuk keyakinan** pada peserta didik bahwa ia mampu menghasilkan sebuah **karya visual** yang memiliki nilai kebaruan sesuai dengan karakteristik pribadinya.
- Jenjang pendidikan lanjut tingkat 2 memiliki tujuan untuk **membentuk pengalaman** dalam menghasilkan sebuah **karya desain** dengan nilai kebaruan didasarkan pada salah satu faktor lain diluar aspek visual.
- Jenjang pendidikan lanjut tingkat 3 memiliki tujuan untuk membentuk pengalaman pertama dalam menghasilkan sebuah karya desain dengan **penekanan pada nilai kompromis** antara nilai kreasi dengan beberapa pertimbangan yang lebih kompleks seperti faktor produksi atau faktor pengguna.
- Jenjang pendidikan akhir, memiliki tujuan untuk meneguhkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui **pengalaman dalam menuntaskan sebuah objek desain** sebagai sebuah bagian yang tidak terlepas dari bidang lain dalam sebuah kesatuan.

Dengan melihat penekanan pada setiap tingkat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa desain yang baik akan memenuhi kriteria yang didasarkan pada jenjang tersebut:

- Pada tingkat pertama dan kedua, belum dihasilkan sebuah karya desain. Pada tingkat pendidikan dasar, desain yang baik adalah karya yang baik, karya yang mampu **memperlihatkan kualitas kebaruan visual** yang dihasilkan.
- Pada tingkat dua, desain yang baik adalah karya yang mampu **memperlihatkan keputusan cerdas** untuk menghasilkan sebuah nilai kebaruan visual yang dibatasi oleh salah satu aspek diluar aspek visual.
- Pada tingkat ketiga dan terakhir, baru dapat dilihat sebuah hasil desain:
 - Pada tingkat tiga, desain yang baik adalah desain yang **memperlihatkan kualitas kompromis** antara kebaruan visual dengan faktor lain yang menjadi aspek penting diluar aspek visual yang menjadi satu kesatuan dari sebuah objek desain, antara lain faktor produksi, faktor teknologi, atau faktor kesesuaian terhadap pengguna.
 - Pada tingkat empat, desain yang baik adalah desain yang memperlihatkan kualitas kecerdasan desainer dalam **nilai kompromis antara aspek kebaruan visual – produksi – dan kesesuaian** terhadap karakteristik pengguna.

Perbedaan Level 6 dan Level 7

Satu sisi penting dari gagasan di atas adalah pemahaman terhadap perbedaan antara level 6 dan level 7 (antara tingkat sarjana dan tingkat profesional)



Gambar 3. Pada Level 6 Gagasan Desain Belum Teruji, Sedangkan Pada Level 7 Gagasan Desain Harus Sudah Teruji

Melihat perbedaan tersebut, maka pada level 6, apa yang disebut dengan Desain yang Baik (*Good Design*) adalah desain yang direncanakan dengan baik agar diperoleh dampak yang baik pada masa yang akan datang, bersifat asumptif dan simulatif. Sedangkan pada level 7, desain yang baik adalah desain yang telah teruji memberikan dampak yang baik. Oleh karenanya, pada level 6 hal yang menjadi penekanan adalah pembentukan diri dalam menumbuhkan bekal bagi dirinya untuk menjadi seorang profesional.



Gambar 4. Perbedaan Level 6 Dan Level 7

Kesimpulan

Dengan melihat hal tersebut diatas, maka persoalan pada level 6 adalah berbeda dengan persoalan pada level 7, penilaian pada level 6 akan menekankan pada **upaya** seseorang untuk mengatasi persoalan desain, bukan pada keberhasilan dari upaya itu sendiri, sedangkan pada level 7 atau bagi seorang profesional adalah seberapa jauh keberhasilan dari desain yang dihasilkan. Merumuskan apa yang disebut dengan desain yang baik memang bukan perkara yang mudah, mengingat sifat kontekstual dari desain tersebut, dan oleh karenanya sangat diperlukan satu sikap yang sangat bijaksana untuk menjawabnya.

Referensi

- [1] "6. Perpres 8 2012 KKNi.pdf." Accessed: Jul. 14, 2021. [Online]. Available: <https://www.kopertis7.go.id/uploadperaturan/6.%20Perpres%208%202012%20KKNi.pdf>
- [2] K. Budge, "Learning to Be: The Modelling of Art and Design Practice in University Art and Design Teaching," *Int. J. Art Des. Educ.*, vol. 35, no. 2, pp. 243–258, Jun. 2016, doi: 10.1111/jade.12060.
- [3] A. E. C. Orlandi, "Experimental experience in design education as a resource for innovative thinking: The case of Bruno Munari," *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 2, no. 2, pp. 5039–5044, 2010, doi: 10.1016/j.sbspro.2010.03.817.
- [4] T. Golsby-Smith, "Fourth Order Design: A Practical Perspective," *Des. Issues*, vol. 12, no. 1, p. 5, 1996, doi: 10.2307/1511742.
- [5] K. Dorst, "The core of 'design thinking' and its application," *Des. Stud.*, vol. 32, no. 6, pp. 521–532, Nov. 2011, doi: 10.1016/j.destud.2011.07.006.
- [6] S. K. Fixson, "Teaching Innovation through Interdisciplinary Courses and Programmes in Product Design and Development: An Analysis at 16 US Schools," *Creat. Innov. Manag.*, vol. 18, no. 3, pp. 199–208, Sep. 2009, doi: 10.1111/j.1467-8691.2009.00523.x.
- [7] T. Brown, "Design Thinking," *Harvard Business Review*, Jun. 01, 2008. Accessed: Jul. 07, 2021. [Online]. Available: <https://hbr.org/2008/06/design-thinking>
- [8] R. Buchanan, "Surroundings and Environments in Fourth Order Design," *Des. Issues*, vol. 35, no. 1, pp. 4–22, Jan. 2019, doi: 10.1162/desi_a_00517.
- [9] K. Dorst and N. Cross, "Creativity in the design process: co-evolution of problem–solution," *Des. Stud.*, vol. 22, no. 5, pp. 425–437, Sep. 2001, doi: 10.1016/S0142-694X(01)00009-6.
- [10] P. Michael, *The Tacit Dimension*. University of Chicago Press, 2009.

- [11] F. Lerner, "Foundations for Design Education: Continuing the Bauhaus Vorkurs Vision," *Stud. Art Educ.*, vol. 46, no. 3, pp. 211–226, 2005.
- [12] H. G. Nelson and E. Stolterman, "Design Judgement: Decision-Making in the 'Real' World," *Des. J.*, vol. 6, no. 1, pp. 23–31, Mar. 2003, doi: 10.2752/146069203790219344.
- [13] M. M. Mehalik and C. Schunn, "What Constitutes Good Design? A Review of Empirical Studies of Design Processes," *TEMPUS Publ.*, vol. 22, no. 3, p. 14, Jan. 2006.
- [14] M. G. Domingo, "Dieter Rams: 10 Timeless Commandments for Good Design," *The Interaction Design Foundation*. <https://www.interaction-design.org/literature/article/dieter-rams-10-timeless-commandments-for-good-design> (accessed Jun. 27, 2021).
- [15] Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
- [16] Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 73 Tahun 2013 Tentang Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia Bidang Pendidikan Tinggi
- [17] Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi

DESAIN YANG BAIK
DALAM PERSPEKTIF
PROGRAM STUDI DI
INDONESIA



ASPEK-ASPEK DALAM DESAIN YANG BAIK BERORIENTASI PADA NILAI-NILAI KEMANUSIAAN

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur
dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana
Yogyakarta*

PENULIS:

*Kristian Oentoro, S.Ds. M.Ds
Christmastuti Nur, S.Ds., M.Ds
Winta Adhitia Guspara, S.T, M.Sn.
Ir. Eddy Christianto, M.T., IAI.
Drs. Purwanto, ST., M.T.
R. Tosan Tri Putro, S.Sn., M.Sn.
Centaury Harjani, S.Ds., M.Sn
Marcellino Aditya, S.Ds., M. Sc.
Winta T. Satwikasanti S., S.Ds., M. Sc
Ir. Eko Prawoto, M.Arch
Dra. Koniherawati, S.Sn., M.A.
Sekar Adita, S.Sn., M.Sn*

Desain berkaitan erat dengan nilai-nilai kemanusiaan (*human values*) yang menempatkan pengguna sebagai pusat dari penelitian dan pengembangan objek desain. Mengacu pada rumusan visi Prodi Desain Produk UKDW maka dikembangkan proses pembelajaran untuk menghasilkan generasi **profesional mandiri** di bidang desain produk dalam rangka mewujudkan **lingkungan yang berkelanjutan** berdasarkan **keadilan, kesetaraan** dan **kasih**. Terdapat lima nilai-nilai dalam upaya mencetak lulusan (sarjana) sebagai desainer produk yang mampu menghasilkan *Good Design* (desain yang baik) yang berorientasi pada nilai-nilai kemanusiaan, antara lain:

- **Nilai “profesional mandiri”**, mencerminkan lulusan yang mampu bekerja dalam bidang desain produk sesuai dengan standar kompetensi dan peraturan-peraturan yang berlaku. Pemenuhan standar kompetensi yang tidak tergantung pada orang lain dalam bidang pekerjaan merupakan wujud dari kemandirian.
- **Nilai “lingkungan yang berkelanjutan”**, membawa pesan, kepedulian dan perhatian bagi desainer produk terhadap lingkungan hidup sehingga turut membangun ketahanan sumber daya tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan di masa depan.
- **Nilai “keadilan”**, mendorong sikap lulusan sebagai desainer produk agar tidak pandang bulu dalam bekerja, berkarya, dan berperilaku terhadap semua orang sesuai dengan hak dan kewajibannya.
- **Nilai “kesetaraan”**, mendukung proses pendidikan bagi mahasiswa/lulusan agar dapat diakses oleh semua orang tanpa membedakan status. Nilai kesetaraan juga mendorong lulusan sebagai desainer produk untuk berpikir lebih inklusif.
- **Nilai “kasih”**, menjadi sifat yang mendasari pendidikan Prodi Desain Produk UKDW dalam pembentukan karakter, sehingga lulusan tidak hanya memiliki kompetensi akademis sebagai desainer produk, namun mampu mencerminkan sifat kasih yang lebih peka (berempati) terhadap sesama dan lingkungan sekitar.

Desain yang baik dipengaruhi oleh 3 aspek besar yang membutuhkan peran desainer produk dengan kompetensi pada komponen sikap, pengetahuan, keterampilan umum dan khusus. Berikut uraian desain yang baik berikut dengan kompetensi pada Level 6 KKNI [1][2][3] yang dibutuhkan dari tinjauan 3 aspek utama, antara lain:

Aspek Estetika

Desain memiliki keindahan yang relevan dengan kebutuhan pengguna.

PG	Prinsip keindahan dan keselarasan dari konfigurasi pada komposisi, garis, warna, dan bentuk dalam desain produk dan media visualisasi terkait.
PG	Pengetahuan untuk menganalisis dan mengambil keputusan visual ke dalam benda pakai, meliputi (a) dasar kajian objek visual dengan orientasi pada aspek formal, (b) pada aspek manusia (subyek), dan (c) penerapan teori kajian objek visual yang berorientasi pada aspek formal dan aspek subyek (manusia) sebagai perangkat analisis visual.
KK	Mampu menghasilkan konsep desain produk yang dapat memenuhi aspek kegunaan (fungsional), keindahan (estetis), dan kenyamanan (ergonomis).

Desain menjunjung tinggi etika, moral, dan nilai-nilai kemanusiaan.

SK	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika.
SK	Mampu mengikuti peraturan yang berlaku.
KK	Mampu merumuskan masalah desain dan kriteria desain produk berdasarkan hasil studi lapangan dan kajian literatur terkait pengguna, regulasi/standar, peluang pasar, industri, dampak sosial dan lingkungan.

Desain memiliki nilai kebaruan sebagai karya intelektual.

KK	Mampu menciptakan konsep desain produk yang memiliki kebaruan dan nilai komersial.
PG	Teknik berpikir kreatif dalam mengembangkan alternatif gagasan konsep desain produk baru.
KK	Mampu menggunakan media curah gagasan manual dan digital (menggunakan salah satu perangkat lunak) sebagai alat bantu desain.

Aspek Teknologi

Desain menyelesaikan masalah pengguna secara kreatif, bermutu, dan terukur.

KU	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.
KU	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah desain produk, berdasarkan hasil analisis informasi dan data.
KK	Mampu merancang konsep desain produk sebagai upaya menyelesaikan masalah dengan menerapkan salah satu metode penelitian desain yang sesuai dengan konteks permasalahan.

Desain mengoptimalkan karakter material dan teknik olah yang tepat.

PG	Teknik pengolahan dan karakteristik material untuk menjadi sebuah produk
PG	Metode penelitian untuk menghasilkan rekomendasi mendalam berdasarkan ... (c) eksplorasi penerapan material dalam desain produk.
PG	Konsep teoritis proses produksi suatu desain produk dalam sebuah industri secara umum.

Desain dapat diproduksi secara efektif dan efisien sesuai kemampuan industri.

PG	Metode pengembangan desain produk dan pengalaman dalam mengembangkan produk yang didasari oleh pertimbangan industri dan/atau pasar, hingga mewujudkan, dan mendistribusikan gagasan kepada pasar.
PG	Wawasan dasar mengenai karakteristik material dan produksi dalam industri skala kecil dan menengah dan/atau industri skala manufaktur.
KK	Mampu mengelaborasi model dalam proses perancangan konsep desain produk dengan material dan teknik pengolahan yang sesuai dengan kemampuan produsen atau industri terkait.

Aspek Sains

Desain berbasis pada kajian santifik dan menerapkan empati terhadap pengguna.

SK	Bekerjasama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
PG	Prinsip berpikir desain (<i>design thinking</i>) yang dilandasi oleh rasa empati terhadap kebutuhan dari calon pengguna produk.
KK	Mampu mengkaji perkembangan desain produk beserta kemajuan ilmu pengetahuan (sains), teknologi, dan seni sebagai sumber referensi dan inspirasi dalam proses perancangan konsep desain produk.

Desain memenuhi aspek kenyamanan, keamanan, dan keselamatan bagi pengguna.

SK	Mampu melihat dan memanfaatkan kesempatan (<i>opportunity</i>) sekalipun dalam kondisi kritis.
PG	Metode untuk menemukan peluang, menghasilkan alternatif gagasan, dan memutuskan gagasan terpilih; beserta proses, dan pendekatan desain yang berorientasi pada ... (iii) subyek (faktor manusia) sebagai individu dan dalam lingkup komunitas tertentu.
PG	Prinsip kenyamanan, keselamatan, dan keamanan pengguna yang diterapkan dalam suatu kajian evaluatif dan proses pengembangan desain produk dan/atau aktivitas.

Desain mendukung kelestarian lingkungan hidup dan kehidupan sosial yang lebih baik.

SK	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan peradaban berdasarkan Pancasila.
PG	Wawasan produk dan sistem terkait terhadap isu-isu lingkungan, sosial, dan desain yang bertanggung jawab, meliputi (a) dasar perubahan sosial, (b) konsep teoritis yang bersifat dasar mengenai pengukuran perilaku, dan (c) konsep teoritis mengenai isu lingkungan.
SK	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan peradaban berdasarkan Pancasila.

Desain memiliki nilai komersial berorientasi pada kebutuhan pasar dan peluang wirausaha.

SK	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.
PG	Wawasan untuk membangun sudut pandang strategis yang berorientasi pada peluang komersial dari konsep desain terhadap sektor pasar yang ada, beserta dinamika perubahannya.
PG	Prinsip kewirausahaan untuk merintis dan mengembangkan bisnis dalam bidang desain produk.

Kesimpulan

Melalui pemahaman desain pada aspek estetika, teknologi, dan sains, maka lulusan S-1/level 6 KKNI [1][2][3] Prodi Desain Produk UKDW diharapkan mampu menekankan pada minimal 3 (tiga) CPL Prodi Desain Produk UKDW yang erat kaitannya tentang bagaimana merancang sebuah Desain yang Baik. Pengembangan ketiga aspek dalam desain mengacu pada dokumen NASAD [4] yang didukung oleh beberapa keilmuan dalam memperkaya kurikulum Prodi Desain Produk UKDW, terdiri dari **(1) estetika** yang di dalamnya terdapat keilmuan seni dan humaniora, **(2) teknologi** yang termasuk di dalamnya adalah keilmuan bahan, produksi, keteknikan, dan kerja industri, dan **(3) sains** yang terdiri dari keilmuan sosial, kultur, sejarah, ergonomi, ilmu alam, dan manajemen. Integrasi ketiga aspek dalam bidang desain produk memerlukan keterampilan untuk menyelesaikan masalah dan keterampilan komunikasi.

Referensi

- [1] Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
- [2] Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 73 Tahun 2013 Tentang Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia Bidang Pendidikan Tinggi
- [3] Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
- [4] National Association of Schools of Art and Design. (2021). Accreditation: Standards and Guidelines - Handbook 2020-21. Retrieved from A National Association of Schools of Art and Design Website: <https://nasad.arts-accredit.org/accreditation/standards-guidelines/handbook/>

KONSEP *GOOD DESIGN* UNTUK BIDANG KEILMUAN DESAIN PRODUK BERDASARKAN KEBUTUHAN DARI INDUSTRI 4.0 DAN MBKM

*Program Studi Desain Produk, Fakultas teknologi
Informatika, Universitas Dinamika Surabaya*

PENULIS:

Karsam.PhD

Yosef Richo.ST.,MSM

Muhammad Charis.ST.,MDes

Desita Rizky.ST,MDes

Pendahuluan

Dalam memahami literasi penentuan *Good Design* untuk level sarjana pada jenjang 6 KKNI pihak universitas perlu melihat beberapa hal, terutama terkait dengan capaian pembelajaran (*Learning Outcome*) dari lulusan pada program studi S1 Desain Produk itu sendiri, Lulusan yang baik layaknya harus dapat bermanfaat bagi pasar dan industri saat ini, tentu saja penerapan *Good Design* pada sarjana harus dapat memahami arah dan langkah pada kebutuhan industri saat ini.

Selanjutnya adalah penerapan *Good Design* saat ini juga harus menilik dari standarisasi jenjang 6 level KKNI serta program dari kementerian terkait pola pendidikan Indonesia ke arah kampus Merdeka (MBKM), dimana universitas penyelenggara program studi S1 Desain Produk juga mau tidak mau untuk meramu kriteria *Good Design* bagi Mahasiswa yang bersifat lebih terintegrasi atau kolaboratif, hal itu bertujuan agar

penerapan standar *Good Design* dapat menjawab tantangan pola pembelajaran Mahasiswa yang mendapat pendidikan lain di luar jalur kurikulum desain produk yang digunakan pada Universitas. Hal yang memungkinkan adalah bagaimana standar *Good Design* bukan menjadi standar kaku yang sangat terpaku pada ranah keilmuan desain produk, tetapi dapat berintegrasi dengan standar penggunaan keilmuan yang lain pada bidang desain produk.

Dari hal diatas, maka diperlukan beberapa hal untuk meramu dan menentukan arah *Good Design* dengan memahami dari Kebutuhan Industri pada Lulusan Desain Produk di Era 4.0 dan kebutuhan Pemerintah Terkait standar pendidikan sarjana Level 6 KKNI dan MBKM (Program Kampus Merdeka).

Kebutuhan Industri pada Lulusan Desain Produk di Era 4.0

Tuntutan Kemampuan Individu di Era 4.0

Menurut Hasibuan, [1] di era Industri 4.0, ada banyak pekerjaan yang hilang digantikan oleh mesin pintar. Pekerjaan yang hilang tersebut adalah yang sifatnya repetitif atau berulang-ulang. Mengutip hasil riset dari *World Economic Forum*, Zainal memaparkan ada 10 kemampuan utama yang paling dibutuhkan mulai tahun 2020, yaitu:

- Mampu memecahkan masalah yang kompleks (*complex problem solving*),
- Berpikir kritis (*critical thinking*), kreatif (*creativity*),
- Mampu mengelola manusia (*people management*),
- Mampu berkoordinasi dengan orang lain atau *team-work* (*coordinating with others*),
- Memiliki kecerdasan emosional (*emotional intelligence*),
- Memiliki kemampuan menilai dan mengambil keputusan (*judgment and decision making*),
- Berorientasi pelayanan atau mengedepankan pelayanan (*service orientation*),
- Memiliki kemampuan negosiasi (*negotiation*),
- Memiliki fleksibilitas kognitif (*cognitive flexibility*).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan dalam menghadapi tantangan di era digital 4.0, penentuan *Good Design* untuk program sarjana desain produk harusnya dapat mengakomodasi kebutuhan industri untuk 4-5 tahun kedepan. Dilihat dari paparan prof Zainal diatas, maka kriteria *Good Design* juga harus dapat memberikan cakupan muatan kebutuhan kompetensi industri 4.0 seperti:

- *Good Design* terdapat muatan aplikasi teknologi
- *Good Design* terdapat muatan bersifat multidisiplin penunjang keilmuan desain produk

- *Good Design* dapat memuat nilai manajerial atau kolaboratif terutama untuk kemampuan negosiasi, bekerjasama dan pemasaran.
- *Good Design* dapat memaksimalkan kecerdasan emosional, berfikir kritis, dan komprehensif.
- *Good Design* dapat berupa muatan penilaian hasil karya mahasiswa yang diambil dari keputusan secara cepat.

Landasan Kebutuhan Wirausaha Kreatif di Indonesia

Menurut Teten Masduki, [2] jumlah pengusaha di Indonesia masih sangat kecil hanya sekitar kurang dari 2% dari total penduduk, hal itu sangat jauh jika dibandingkan dengan negara tetangga seperti Malaysia dan Thailand yang sudah mencapai 20%. Dari situ dapat disimpulkan bahwa ini adalah peluang baik bagi dasar penetapan standar kriteria *Good Design* S1 desain produk nantinya yang dapat mendukung nilai entrepreneur.

PENYETARAAN MUTU LULUSAN LEWAT DESKRIPSI KKN

KKN	
9	KEMAMPUAN KERJA
8	
7	
6	PENGUASAAN PENGETAHUAN
5	
4	
3	KEWENANGAN DAN TANGGUNG JAWAB
2	
1	

DESKRIPSI LEVEL 6 (setara dengan lulusan S1)

- Mampu mengaplikasikan bidang keahliannya dan memanfaatkan IPTEKS pada bidangnya dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi.
 - Menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan tertentu secara umum dan konsep teoritis bagian khusus dalam bidang pengetahuan tersebut secara mendalam, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah prosedural.
 - Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi secara mandiri dan kelompok.
- Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja organisasi.

Gambar 10. Tabel Deskripsi kemampuan Sarjana menurut KKN

Kebutuhan Pemerintah Terkait standar pendidikan sarjana Level 6 KKN dan MBKM (Program Kampus Merdeka)

Pada level 6 jenjang KKN sarjana memiliki standar capaian mutu pembelajaran kemampuan khusus seperti mampu Mengaplikasikan, mengkaji, membuat desain, memanfaatkan IPTEKS dalam menyelesaikan masalah prosedural. Sedangkan didalam

kemampuan kerja seperti mampu mengaplikasikan IPTEK pada bidangnya dalam menyelesaikan masalah. Untuk kemampuan penguasaan pengetahuan, mampu berpikir ke arah konseptual teoritis dibidang ilmu pengetahuan yang digelutinya serta dapat memformulasikan masalah menjadi sebuah tujuan. Sedangkan dari sisi tanggung jawabnya, seorang sarjana harus mampu mengambil keputusan yang tepat berdasar solusi mandiri aktif maupun kelompok. [3]

Dari hal di atas, dapat disimpulkan, untuk menentukan kriteria penilaian *Good Design* yang sesuai dengan tahap sarjana selayaknya juga memperhatikan standar kemampuan yang telah ditentukan oleh KKNi. Tujuannya, agar kriteria yang dapat dicapai mahasiswa untuk mendesain sesuai jenjangnya.

Kriteria Desain Memuat Penerapan IPTEK

Good Design layaknya dapat memiliki kriteria, seperti: 1) memiliki konsep teoritis yang jelas dan diformulasikan kedalam desain untuk menyelesaikan suatu masalah, dan 2) proyek desain dapat dilakukan secara individu maupun kelompok. Sedangkan untuk program MBKM sesuai dengan Permendikbud No 3 Tahun 2020 terkait kampus merdeka dimana mahasiswa dapat mengambil Mata Kuliah diluar kurikulum prodi maksimal 40 SKS, tentu saja dengan program tersebut penentuan *Good Design* untuk level sarjana harus juga melihat dan memperhatikan capaian kemampuan Mahasiswa yang mendapatkan integrasi berbagai keilmuan selain keilmuan desain [4].

Dari sini dapat disimpulkan bahwa kriteria penilaian *Good Design* juga harus melihat program MBKM/Kampus merdeka ini sebagai tambahan atau tantangan baru bagi mahasiswa, yakni *Good Design* juga harus memiliki kriteria sinergi penilaian pemanfaatan ilmu pengetahuan untuk menunjang keilmuan utama dari desain produk

Konsep Analisa TPDC untuk Penerapan *Good Design*

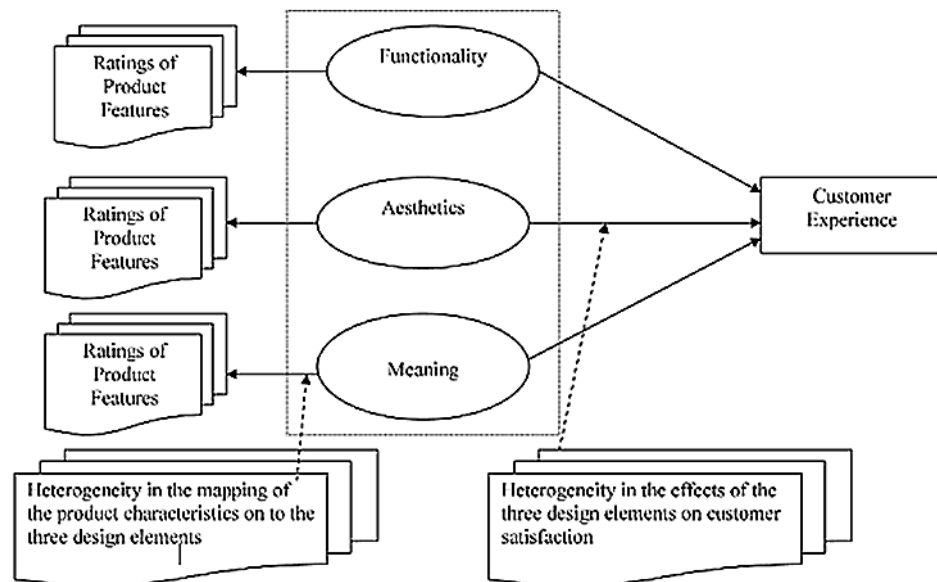
Setelah melihat kebutuhan Industri dan level KKNi serta MBKM, maka konsep *Total Product Design Concept* (TPDC) dirasa tepat ditambahkan dan digunakan sebagai standar kualitas dari desain yang baik (*Good Design*) karena TPDC erat kaitannya didalam menentukan standar suatu desain berdasarkan kualitas produk yang dihasilkan dari standar penilaian konsumen, hal ini penting karena desain yang baik atau *Good Design* harusnya juga mempertimbangkan aspek konsumen dan standar produk bukan hanya dari aspek kebutuhan industri dan keilmuan KKNi.

Meskipun konsep TPDC selalu berkembang, namun secara dasar TPDC dapat digunakan sebagai pondasi pembentuk konsep penilaian dari *Good Design*. Pengukuran atribut didalam TPDC ini berdasarkan dari beberapa jurnal penelitian

ilmiah yang dilandasi oleh Srinivasan, dan Lilien (2012) dimana sebuah produk dapat dinilai berkualitas jika telah memenuhi aspek kepuasan dari konsumen dan desainernya yang mana mencakup fungsional, estetika dan maksud dari desain [5].

Jika dipilah lebih lanjut, atribut dari TPDC dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- **Estetika:** adalah bersifat abstrak namun mempunyai pengaruh didalam kualitas desain, Estetika dapat diartikan juga sebagai subjek dari keindahan didalam nilai desain, dan juga estetika erat kaitannya dengan tren *lifestyle*.
- **Fungsi:** dimana adalah nilai tepat guna dari sebuah produk yang dapat digunakan oleh penggunaannya maupun ketika didalam proses sebuah desain, atribut fungsi dapat dibagi dalam beberapa atribut seperti: fungsi, inovasi, proses, teknologi.
- **Maksud:** adalah bagaimana sebuah desain memiliki maksud penciptaan dan tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan yang hendak dicapai oleh seorang desainer hingga tujuan yang hendak dicapai oleh penggunaannya atau konsumen, Maksud dari desain dapat memiliki beberapa atribut seperti: kebermanfaatan, kembangan desain, dan landasan dari desain.



Gambar 2. Tabel Deskripsi Atribut TPDC

Berikut adalah detail dari masing-masing atribut pada TPDC:

- Kebermanfaatan [6]
- Keindahan [7]
- Fungsi [8]
- Kebaruan dan inovasi [9]
- Proses yang jelas dan ringkas [10]
- Penggunaan teknologi didalamnya [11]
- Nilai daya saing jual.[12]
- Tren/ kesesuaian dengan kondisi saat ini.[3]

- Dapat dikembangkan lebih lanjut. [14]
- Memiliki landasan keilmuan yang dalam.

Atribut dari *Good Design* berdasarkan analisa TPDC

Berikut adalah penjelasan terkait atribut dari *Good Design* berdasarkan analisa TPDC.

Kebermanfaatan

Desain sebuah produk yang dapat dikatakan baik adalah ketika memiliki manfaat yang maksimal bagi penggunanya. Karena hasil akhir dari sebuah desain produk adalah keberhasilan digunakan untuk konsumennya dan lebih lanjut konsumen merasa terpuaskan. Sebaliknya jika konsumen tidak puas ketika menggunakan produk maka desain dapat dikatakan kurang maksimal.

Lebih lanjut lagi, jika menilik lebih jauh terkait kebermanfaatan sebuah desain produk, maka perlu dilihat juga dari berbagai sisi. Hal tersebut diperlukan dikarenakan sebuah produk dapat tercipta melalui berbagai proses dan pihak yang terlibat di dalamnya hingga sampai pada konsumen. Mulai dari pemanfaatan bahan baku, proses produksi hingga sampai pada konsumen. Maka dari sini dapat dibagi kebermanfaatan sebuah desain dari pihak-pihak terkait berdasarkan kebutuhannya.

Pihak terkait pemasok bahan baku

Di sini sebuah desain harusnya dapat memahami kebutuhan dari supplier penyedia bahan baku, sehingga desainer dapat memikirkan dan memaksimalkan ketersediaan bahan baku dan desain kemudahan proses rantai pasok.

Pihak terkait dengan proses produksi

Desainer juga harus dapat memikirkan kebermanfaatan desain bagi pihak produksi, sehingga desain tidak menyulitkan dan sesuai dengan kemampuan tim produksi.

Pihak terkait dengan ekspedisi

Desainer juga harus cermat memikirkan desain yang dapat memudahkan proses bagi tim ekspedisi yang berperan mengirim produk kepada konsumen.

Pihak pemasaran atau penjualan

Desainer juga perlu memikirkan desain yang dapat memudahkan tim pemasaran yang berperan berinteraksi langsung dengan konsumen terkait jual beli secara langsung

Pihak konsumen

Desainer yang terpenting juga harus memikirkan bagaimana hasil desain produknya dapat bermanfaat bagi konsumennya sehingga meningkatkan kepuasan ketika menggunakan produk tersebut

Pihak pengolah limbah

Desainer juga harus memikirkan bagaimana desain produknya memberikan kemudahan bagi pengolah limbah setelah produknya tidak dipakai konsumennya lagi.

Keindahan

Keindahan dalam desain merupakan hal yang penting, dan desainer juga harus dapat mengimplikasikan nilai keindahan di dalam desainnya. Keindahan di dalam desain dapat berupa: konsep, studi gaya dan aliran desain, tren, morfologi hingga penerapan nilai-nilai keindahan yang lain ke dalam sebuah produk. Namun, perlu dicermati, bahwa meskipun nilai keindahan cukup susah dinilai secara kuantitatif tapi desainer juga harus teliti dalam menerapkan desain yang sesuai dengan selera konsumennya dengan analisa yang mendukung.

Fungsi

Di sini dimaksudkan adalah *Good Design* dari produk yang dihasilkan oleh seorang desainer juga harusnya dapat difungsikan atau digunakan. Komponen-komponen desain yang terdapat di dalam sebuah produk selain memiliki nilai keindahan, baiknya juga memiliki fungsi penggunaan. Meskipun mungkin ada beberapa komponen kecil dari produk yang hanya bersifat sebagai aksesoris atau pemanis, namun sebagian besar komponen lain dapat difungsikan sebagaimana produk itu digunakan oleh konsumen. Beberapa komponen umum yang dapat digunakan fungsinya antara lain: material, bentuk, tekstur, ergonomi ataupun volume.

Kebaruan dan inovasi

Desain yang dapat dikatakan *Good* juga layak memiliki kebaruan didalamnya, kebaruan dan inovasi tidak harus menyeluruh atau frontal dari produk pendahulunya, tetapi yang penting adalah bagaimana kebaruan atau inovasi itu dapat lebih bermanfaat bagi penggunaanya, macam inovasi atau kebaruan yang dapat diaplikasikan pada sebuah produk seperti: teknologi, ergonomi, bentuk, material, fungsi, estetika dan lain-lain

Seorang desainer perlu menilik atribut mana dari desain yang perlu ditambahkan inovasi ataupun menghilangkan atau mengurangi atribut produk semula dengan data atau analisa yang baik, sehingga inovasi atau kebaruan yang ada juga tidak memperburuk produk sebelumnya

Proses yang Jelas dan Ringkas

Desain yang dapat dikatakan baik, juga harus melewati proses desain yang baik, dalam arti kata proses desain yang dijabarkan atau dilakukan oleh desainer harus jelas runutan dan alurnya. Sehingga dapat membantu memudahkan tim produksi ataupun kesesuaian dengan waktu pengerjaan hingga biaya yang dikeluarkan.

Seorang desainer harus dapat menjabarkan dengan baik alur dari proses desainnya kepada orang lain, sehingga orang lain dapat memahami proses produksi yang akan dilalui kelak, dan juga desainer juga harus membuat alur atau proses desain sederhana dan semudah mungkin sehingga tidak merumitkan bagi pihak orang lain terutama tim produksi.

Penggunaan teknologi di dalamnya

Desainer juga perlu menilik penggunaan teknologi di dalam proses desain dan juga penerapan teknologi dalam karya desain. Teknologi seyogianya bermanfaat bagi pengguna, melalui mempermudah penggunaan produk, serta meringkas berbagai prosedur pengoperasian desain, sehingga produk tampak lebih praktis dan elegan.

Maka desain yang dapat dikatakan baik jika desainer juga dapat memanfaatkan teknologi di dalam proses desain sehingga proses produksi menjadi ringkas, cepat dan hemat namun memiliki kualitas yang tetap baik bahkan lebih. Di sini desainer perlu memahami dan mempelajari teknologi terkini yang dapat digunakan dalam proses mendesain serta merancang menjadi sebuah alur desain untuk cipta karyanya dan juga desainer juga harus dapat beradaptasi dengan penggunaan teknologi agar nilai cipta rasa atau seni di dalam berkarya tidak terhalangi atau berkurang karena menggunakan teknologi.

Sedangkan desain yang baik dari aspek teknologi juga perlu memperhatikan penggunaannya, jika desainer dapat mengaplikasikan teknologi dalam karyanya, maka desain tersebut dapat dikatakan menjadi lebih baik. Meskipun tidak semua produk dapat dijejali teknologi di dalamnya, namun dengan adanya teknologi di dalam suatu karya desain produk, membuat desain lebih modern dan inovatif.

Nilai daya saing jual

Desain yang baik juga harus mempertimbangkan aspek nilai jual ke target pasarnya. Desain sebuah produk tidak harus mewah dan menggunakan bahan baku terbaik, namun yang terpenting adalah bagaimana produk tersebut tepat sasaran pada konsumen yang dituju. Desainer perlu mempertimbangkan berbagai aspek pada desainnya terkait dengan kebutuhan kesesuaian dengan pasar. Desain yang baik harus dapat menjelaskan target segmentasi pasar dan konsumen mana yang akan dituju dengan analisa yang baik. Segmentasi yang dituju oleh desainer harus dapat dijelaskan dengan rinci sehingga arah tujuan desain lebih terarah. Berikut contoh segmentasi

pasar konsumen yang dapat menjadi pertimbangan desain: umur, pendapatan, kelas sosial, pendidikan, pekerjaan, jenis kelamin, sosial budaya, dan lain-lain.

Kesesuaian dengan kondisi saat ini

Desain yang baik adalah juga dapat sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini atau sesuai dengan kondisi saat ini, untuk itu desainer perlu memahami kesesuaian desain dengan tren dan kebutuhan masyarakat. Terkait estetika, desain juga dapat mengacu pada kesesuaian tren dan pola hidup yang sedang berkembang saat ini. Sehingga diharapkan desain yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Dapat dikembangkan lebih lanjut

Terkait dengan *Good Design* juga harus memiliki keberlanjutan dalam produk mulai dari rancangan untuk inovasi berikutnya ataupun rancangan terkait pasca penggunaan seperti *recycle*, *reuse* dan *rebuild*. Hal tersebut penting karena desain yang baik harus juga dapat memikirkan pasca penggunaan yang ramah bagi lingkungan dan juga keberlanjutannya yang bermanfaat bagi generasi berikutnya.

Memiliki landasan keilmuan yang dalam

Desain yang baik juga tentu berdasarkan hasil latar belakang analisa yang matang baik dari hasil penelitian, survei ataupun eksperimen sehingga desain yang tercipta telah melalui proses yang sistematis dan juga dapat dijabarkan berdasarkan landasan keilmuan.

Kesimpulan

Penerapan *Good Design* setelah menilik dari berbagai kebutuhan baik dari industri 4.0, pendidikan level 6 KKNI, MBKM maupun Analisa kedalaman penilaian standarisasi produk berdasarkan TPDC, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut yang dapat digunakan sebagai landasan di dalam memberikan penilaian di dalam *Good Design* untuk jenjang level tahap sarjana.

Tabel 1. Kriteria Atribut Penilaian *Good Design*

No	Kebutuhan	Penerapan Penilaian <i>Good Design</i>
1	Industri 4.0	a. <i>Good Design</i> terdapat muatan aplikasi teknologi. b. <i>Good Design</i> terdapat muatan bersifat multidisiplin penunjang keilmuan desain produk c. <i>Good Design</i> dapat memuat nilai manajerial atau kolaboratif terutama untuk kemampuan negosiasi, bekerjasama dan pemasaran. d. <i>Good Design</i> dapat memaksimalkan kecerdasan emosional, berfikir kritis, dan komprehensif. e. <i>Good Design</i> dapat berupa muatan penilaian hasil karya mahasiswa yang diambil dari keputusan secara cepat.

No	Kebutuhan	Penerapan Penilaian <i>Good Design</i>
2	Kewirausahaan	<i>Good Design</i> dapat mendukung nilai entrepreneur.
3	Level 6 KKN	a. <i>Good Design</i> memuat kriteria penerapan IPTEK. b. <i>Good Design</i> Memiliki konsep teoritis yang jelas dan diformulasikan ke dalam desain untuk menyelesaikan suatu masalah. c. Proyek <i>Good Design</i> dapat dilakukan secara individu maupun kelompok.
4	MBKM/Kampus Merdeka	<i>Good Design</i> memiliki kriteria penilaian terkait sinergi pemanfaatan ilmu pengetahuan untuk menunjang keilmuan utama dari desain produk.
5	TPDC	<i>Good Design</i> memiliki kedalaman penilaian muatan terhadap produk terkait: - Kebermanfaatan - Keindahan - Fungsi - Kebaruan dan Inovasi - Proses yang jelas dan ringkas. - Penggunaan Teknologi didalamnya - Nilai daya saing jual.

Referensi

- [1] <https://www.beritasatu.com/ekonomi/580652-10-kemampuan-ini-harus-dimiliki-hadapi-revolusi-industri-40>
- [2] <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/01/16/menkop-targetkan-usaha-kecil-naik-kelas-dan-jumlah-wirausaha-tumbuh>
- [3] <https://l1diki11.ristekdikti.go.id/download/pdf/693>
- [4] <https://jdih.kemdikbud.go.id/arsip/Salinan%20PERMENDIKBUD%203%20TAHUN%202020%20FIX%20GAB.pdf>
- [5] Srinivasan, dan Lilien (2012). "The Total Product Design Concept and an Application to the Auto Market". *Journal of Product Innovation Management*, DOI:10.1111/J.1540-5885.2012.00958
- [6] Luchs and Swan (2011). "Perspective: The Emergence of Product Design as a Field of Marketing Inquiry". *Journal PROD INNOV MANAG* 2011; 28:327–345.
- [7] Ebrahimi, Fahmifar (2019), "Design; Beauty and User Satisfaction" *International Journal of Arts* 2019, 9(2): 27-40
- [8] Ampuero, O. and N. Villa, (2006). "Consumer perceptions of product packaging", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 23 Iss: 2, pp.100 – 112
- [9] Yohana (2015), *Creative Design: An Integral Aspect of Innovation In Industrial Design And Technology*. *International Journal of Innovation* V: 3, N0: 1 2015
- [10] Lee and Kim (2018), Effects of Servicescape on Perceived Service Quality, Satisfaction and Behavioral Outcomes in Public Service Facilities. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering* ISSN: 1346-7581 (Print) 1347-2852 (Online) Journal homepage: <https://www.tandfonline.com/loi/tabe20>

- [11] Dean & Loy (2020), "Generative Product Design Futures". International Journal for All Aspects of Design. Volume 23, 2020 - Issue 3
- [12] Silayoi, P and M. Speece (2004), "Packaging Purchase and Decisions". European Journal of Marketing. Vol. 105 No.8. Pp 607-628.
- [13] Estiri, M, et al (2010). "Food Products Consumer Behaviors: The Role of Packaging Elements". Journal of Applied Sciences 10. 535-543.
- [14] Sääksjärvi, M and K. Hellén (2013), "How Designers and Marketers Can Work Together to Support Consumers' Happiness". International Journal of Design". Vol. 7 No.3
- [15] Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
- [16] Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 73 Tahun 2013 Tentang Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia Bidang Pendidikan Tinggi.
- [17] Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.

MENUMBUHKAN IDENTITAS DESAINER DALAM MEWUJUDKAN 'GOOD DESIGN'

Guna Mendorong Mental Berinovasi
di Ranah Pendidikan Desain

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain -
Institut Sains dan Teknologi Terpadu Surabaya
(ISTTS)*

PENULIS:

Agatha Dinarah S.R., S.T., M.Ds.

Sigit Firdaus P., S.T., M.Ds.

Detyo Campoko, S.T., M.Sn.

Alan David P., S.T., M.T.

Ivan Eliata K., S.T., M.T.

Pendahuluan

Sesuai ketentuan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 8 Tahun 2012 [36], tingkat sarjana/ pendidikan tinggi belum dikategorikan sebagai profesional. Hanya setara level 6 yang dikelompokkan dalam jabatan teknisi atau analis. Pada level 6 ini [37] *outcome* yang diharapkan adalah lulusan yang mampu mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan desain dalam upaya menghasilkan solusi desain. Dengan demikian, proses evaluasi lebih dititikberatkan pada paripurnanya keseluruhan proses desain secara umum, bukan kualitas dari desain yang dihasilkan. Dalam proses pengembangannya, secara umum pendidikan desain diselenggarakan dengan model pembimbingan antara desainer akademisi dengan peserta didik, melalui proses pembelajaran untuk memperkaya

wawasan dan praktik desain. Di mana selama proses pembelajaran tersebut banyak bergelut dengan aktivitas berpikir dan praktik kreatif.

Kreativitas yang identik dengan *thinking out of the box*, dan menjadi salah satu sikap yang harus dikembangkan dalam pendidikan desain, pada kenyataannya masih menjadi sesuatu yang belum terpupuk sejak dini dalam sistem pendidikan kita di Indonesia. Pada dasarnya manusia dilahirkan untuk menjadi kreatif. Namun permasalahannya bahwa kreativitas ini terkadang justru terbelenggu dalam proses pembelajaran formal di sekolah yang kaku. Pertanyaannya adalah mengapa atribut kreatif yang melekat pada manusia ini kerap luput dari perhatian? Apakah mungkin kita mengembalikan atribut tersebut melalui pendidikan tinggi bidang desain? Di sisi lain, kreativitas adalah modal dasar yang harus dimiliki seseorang untuk dapat berinovasi atau tepatnya menciptakan kebaruan, dimana hal ini identik dengan aktivitas mendesain.

Peliknya berbagai permasalahan terkait sistem pendidikan di Indonesia, secara tidak langsung berdampak pula pada lahirnya generasi yang tidak memiliki kepercayaan diri akan nilai-nilai personalnya, serta mandulnya kemampuan berpikir secara integratif. Dimana hal ini merupakan tahapan yang harus dijalani dalam proses desain. Akibatnya pendidikan tinggi desain menuai sumber daya yang kapasitas kreatifnya sebagai manusia menjadi kerdil. Menjadi tantangan bersama di ranah akademik tentang bagaimana memoles kapasitas-kapasitas personal dan nilai-nilai humanis yang dibutuhkan sebagai seorang desainer, sehingga peserta didik memiliki pemahaman akan nilai-nilai kebaikan dalam berkarya, berdasarkan versi terbaik setiap individunya.

Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk menyampaikan pemikiran tentang kriteria-kriteria yang perlu diperhatikan terkait bagaimana menanamkan pemahaman desain yang baik (*Good Design*), yang sejalan dengan KKNi level 6 [37] sebagai target capaian pembelajaran. Secara khusus, artikel ini membahas tentang makna *Good Design* jika dihubungkan dengan nilai personal yang ada dalam diri peserta didik. Dengan harapan bahwa proses pembelajaran desain menjadi paripurna melalui semangat inovasi yang tumbuh dari gairah dan identitas individu yang unik.

Menjajaki Masalah Pembentukan Manusia Kreatif

Sejarah menunjukkan terdapat pertarungan antara dua teori proses pembelajaran, yaitu: (1) Teori Tabularasa yang mengondisikan bahwa peserta didik seperti kertas putih yang dapat diisi oleh para guru dengan apa pun yang diharapkan oleh lingkungan sosialnya; (2) Teori Bakat yang menyatakan bahwa pendidikan sejatinya merupakan upaya untuk mengoptimalkan potensi individu yang ada dalam pribadi peserta didik. Dengan meningkatnya jumlah penduduk, yang mengakibatkan konsumsi pendidikan menjadi bersifat massal, maka sebagai solusi kompromis disusun berbagai kurikulum yang merupakan perimbangan antara pendidikan umum dan spesialis, formal dan

informal, teori dan praktik, dan lain sebagainya. Celakanya jika kita amati, hingga kini, masih besar pengaruh pendekatan tabularasa dalam praktik pendidikan kita, yang memegang prinsip bahwa kegiatan belajar berarti 'guru memberi – murid menerima'.

Tabrani [29] menyatakan bahwa ketika dunia Barat melakukan penelitian cukup masif di bidang kreativitas, ditemukan realitas bahwa manusia Timur (negara berkembang) lebih unggul dalam berpikir kreatif pada ambang sadar dan tak sadar dengan bahasa rupa. Sementara, manusia Barat (negara maju) lebih unggul dalam berpikir rasional pada ambang sadar dengan bahasa kata. Menyadari pentingnya dilakukan pembinaan kreativitas yang mampu melahirkan generasi kreatif di masa depan, maka dunia Barat mulai merubah sistem pendidikan dan proses pembelajaran pada pendekatan berpikir kreatif. Di lain pihak, dunia Timur yang merasa inferior dan tertinggal dari bangsa barat, justru mengadopsi sistem pendidikan ala Barat yang lebih menekankan pada pendekatan rasional, dimana hal tersebut sebenarnya sudah lama ditinggalkan.

Kreativitas adalah kelebihan manusia dibanding berbagai jenis mesin/teknologi canggih apa pun yang pernah diciptakan. Perlu kita sadari bahwa pada dasarnya setiap manusia sudah dianugerahi keunggulan kemampuan rasio, kreativitas dan fisik. Hanya saja kapasitasnya yang berbeda-beda. Kreativitas bukan saja milik anak berbakat atau jenius, demikian juga rasio dan fisik. Ketiga kemampuan tersebut dapat dikembangkan dan diaktivasi secara integratif pada setiap tindakan manusia. Sebenarnya hal ini sejalan dengan ide Bapak Pendidikan Indonesia Ki Hajar Dewantara, bahwa sejatinya pendidikan harus mampu mengembangkan olah pikir, olah rasa, dan olah karsa pada peserta didiknya. Hal yang perlu menjadi perhatian adalah, jika kapasitas rasio dan fisik yang mundur dapat ditingkatkan kembali dengan *reconditioning*. Namun, tidak demikian dengan kapasitas kreatif, jika kemampuan ini telah mundur maka akan sulit bagi kita untuk meningkatkannya kembali.

Menjadi pemikiran bersama di antara insan kreatif akademisi bagaimana menumbuhkan keberanian berpikir kreatif di kalangan peserta didik tingkat perguruan tinggi, yang sebagian besar baru mendapatkan pembinaan dan proses pembelajaran kreatif secara intensif saat memasuki jenjang mahasiswa desain ataupun seni. Berproses menjadi kreatif dengan segala kompleksitasnya, menjadi target pembelajaran selama 4 tahun menjalani masa studi bidang seni dan desain yang seolah dikarbit, dengan tujuan melahirkan insan kreatif yang paripurna keilmuan dan keahliannya demi memenuhi standar di dunia profesional.

Hubungan antara Kreativitas dan Inovasi Desain

Kreativitas telah menjadi topik yang banyak diperbincangkan baik di ranah akademik, dunia bisnis, lingkungan profesional, maupun integrasinya dalam lingkup multi-disiplin ilmu. Hal ini tentunya terkait bagaimana kreativitas dan kemampuan berinovasi menjadi potensi dan keterampilan penting yang harus dimiliki individu di abad 21 ini,

seiring dengan dinamika perkembangan umat manusia yang makin bergantung pada kuantitas dan kualitas inovasi, serta hasil - hasil penemuan. Berpijak pada sudut pandang ini, kreativitas dapat dilihat tidak hanya sebagai ekspresi potensi manusia, namun juga sebagai fondasi bagi kemajuan suatu kelompok masyarakat. Menyadari bahwa lahirnya inovasi sangat bergantung pada kreativitas, maka hal ini perlu menjadi perhatian khususnya di bidang desain.

Dalam dunia desain, proses kreatif identik dengan aktivitas pemecahan masalah atau peluang menghadirkan solusi. Terkait hal tersebut terdapat banyak metode proses berpikir untuk memecahkan masalah, salah satunya adalah dengan proses berpikir lateral (*lateral thinking*). Proses ini kerap digunakan sebagai pendekatan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang tidak dapat dipecahkan secara logis dan analitis semata, serta membutuhkan cara-cara baru untuk menyelesaikannya. Area ini dapat disebut sebagai "*wicked problems*", yaitu masalah sosial yang sulit teridentifikasi, tidak jelas permulaan dan akhir dari permasalahannya.[25] Sebagian besar orang mungkin merasa tidak memiliki keahlian untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan di area ini, mereka juga tidak dapat melihat gambaran yang lebih luas, tidak membebaskan imajinasi, dan mereka berjuang dengan ketidakpastian.[23]

Berita baiknya bahwa merupakan suatu keniscayaan untuk dapat membangun kemampuan kreatif individu. Keyakinan kreatif adalah hasil dari pengembangan pemahaman yang luas tentang pengetahuan diri sendiri dan kemampuan seseorang untuk mengatasi masalah kreatif secara efektif. Hal ini dapat dilakukan dengan jalan memberikan tantangan-tantangan melalui rancangan skenario kreatif pada peserta didik. Sejalan dengan pemikiran de Bono [8] yang menyatakan bahwa kemampuan berpikir kreatif bukanlah semata bakat, namun keahlian yang dapat dipelajari, bersifat evolutif dan tidak rigid.

Kreativitas kerap dimaknai sebagai pemahaman yang bersifat multidimensional, melibatkan variabel kognitif, karakteristik personal, latar belakang pendidikan, serta aspek-aspek sosial budaya. Berbagai faktor ini saling terkait sesuai dengan pola pikir dan gaya kreatif individu, oleh karena itu kreativitas dapat diekspresikan dan ditemukan dalam banyak cara yang berbeda.[27] Dengan demikian, fenomena kreativitas merupakan hal yang banyak diidentifikasi dengan berbagai pendekatan berbeda, seperti studi terkait individu kreatif, proses maupun produk kreatif, lingkungan kreatif, bahkan interaksi antar aspek pembentuk kreativitas.[18]

Studi terkait kreativitas juga tidak terlepas dari investigasi individu kreatif, yang umumnya mempelajari aspek kognitif dan karakter personal. Dalam studinya, Guilford (1966) menekankan bahwa aspek kognitif dalam proses berpikir kreatif berkaitan dengan kemampuan berpikir divergen, yang meliputi kemampuan individu untuk berelaborasi, bersikap fleksibel, original dan kefasihan mengungkapkan ideasi. Ditinjau dari variabel karakteristik personal, kreativitas diasosiasikan sebagai gabungan berbagai karakteristik positif seperti sifat ingin tahu, toleransi terhadap perbedaan ide,

imajinatif, motivasi dan kepercayaan diri, serta persistensi.[22] Dalam perspektif humanis, individu kreatif memiliki kesadaran dan kemampuan untuk mengatasi masalah/krisis dengan cara-cara yang transformatif.[19] Oleh karena itu, individu kreatif dipahami sebagai sosok yang berada dalam proses pencapaian aktualisasi diri, serta mengembangkan karakter-karakter positif yang ada dalam dirinya. Kebanyakan dari individu kreatif dapat produktif jika didorong oleh motivasi intrinsik, sebab hal inilah yang mempengaruhi kemampuan untuk mengekspresikan bakatnya.[28]

Proses kreatif, dalam definisi Wallachs, merunut rangkaian tahapan yang terdiri dari: persiapan, inkubasi, iluminasi dan verifikasi [30], dan untuk selanjutnya diturunkan sebagai Model Pemecahan Masalah Kreatif Osborn-Parnes, yang terdiri dari lima tahap: pencarian fakta, klarifikasi masalah, pencarian ide, pembuatan solusi dan penerimaan.[14] Dengan demikian, fase-fase ini menunjukkan bahwa pemecahan masalah terdiri dari tahapan melahirkan ide dengan menggunakan pemikiran kreatif disertai proses kognitif, menuntut evaluasi dan implementasi ide, yang lebih terkait dengan berpikir kritis.[12] Maka dari itu, dalam hal pemecahan masalah yang kreatif perlu menghadirkan pemikiran divergen dan konvergen secara simultan.[35]

Dinamika kompetisi dan globalisasi saat ini tidak sekedar menuntut individu memiliki sikap kreatif, bahkan kemampuan melahirkan ide-ide inovatif sudah merupakan kebutuhan yang harus melekat dalam karakter individu. Sebagai sebuah konsep, inovasi dapat berarti pengembangan produk atau praktik bagaimana memproduksi ide-ide baru, yang bermanfaat bagi individu, komunitas, organisasi, maupun masyarakat yang lebih luas.[4] Menjadi sesuatu yang penting untuk memaknai inovasi yang tidak sekedar bagaimana menghasilkan ide baru, namun tentang bagaimana memberi nilai pada inovasi yang dihasilkan.

Sederhananya, inovasi dapat dipahami sebagai proses mewujudkan kebaruan yang bukan hanya sekedar menambah nilai estetika maupun makna baru dari ide yang telah ada, namun juga mencakup keberhasilan pada aspek lainnya.[9] Berpijak pada pengertian tersebut, inovasi juga dimaknai sebagai proses yang melibatkan transformasi dan penerapan sebuah konsep menjadi realitas yang bernilai komersial, serta kebermanfaatan bagi masyarakat luas. Dalam hal ini Cabral [5] menggambarkan bahwa inovasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang memberi dampak sosial-ekonomi, serta tidak terbatas sekedar penemuan bidang teknologi semata.

Keterkaitan antara kreativitas dan inovasi desain pada banyak studi yang telah dilakukan, menunjukkan riset yang lebih bersifat eksploratori daripada hasil kajian yang disertai luaran model teoritis.[18] Somech dan Drach-Zahavy [26] menyatakan bahwa banyak hasil riset merujuk pada inovasi sebagai konsep generik yang memiliki 2 tahapan, yaitu: 1). Tahap kreativitas menghasilkan ide baru; 2). Tahap implementasi ide kreatif. Berpijak pada fase-fase tersebut, kreativitas seringkali mengacu pada fase pertama dari rangkaian proses inovasi, serta dapat dilihat sebagai sub-proses inovasi. Hal ini sejalan dengan penjelasan Amabile [1], bahwa kreativitas digambarkan sebagai

faktor penentu yang paling penting. Dengan kata lain, kreativitas dapat dikonseptualisasikan sebagai pra-syarat yang diperlukan untuk lahirnya inovasi.[15]

Dari beberapa hasil studi terkait relasi antara kreativitas dan inovasi desain, dapat ditarik suatu benang merah yang menempatkan kreativitas sebagai proses pengembangan ide-ide baru, sedangkan inovasi lebih kepada prosedur implementasi ide dalam rangkaian tahapan desain. Kreativitas seringkali merupakan ekspresi dan aktivitas individu, sementara inovasi adalah proses kolaborasi dalam tim. Tahapan yang berlangsung pada proses berinovasi menghasilkan kebutuhan yang mengarah pada kreativitas. Di satu sisi, aktivitas kreatif adalah proses rintisan yang mendasari terciptanya inovasi.[10] Kesimpulannya bahwa kreativitas merupakan langkah dasar untuk proses pemecahan masalah (identifikasi masalah dan menghasilkan ide-ide pemecahan masalah), sementara inovasi berkonsentrasi pada bagaimana mengimplementasikan ide dan mengevaluasi penerimaan masyarakat.

Kembali pada permasalahan bagaimana menghasilkan inovasi dari proses kreatif, Verganti [33] menyatakan bahwa terdapat dua dimensi inovasi yaitu inovasi inkremental dan radikal. Kedua dimensi tersebut dilihat dari perspektif sejauh mana sebuah inovasi mengalami perubahan dalam aspek teknologi dan makna. Masih menurut Verganti [34], bahwa inovasi radikal seringkali tercipta karena adanya upaya untuk membentuk pasar/konsumen baru, bukan didasarkan pada gagasan penyelesaian masalah terkait kebutuhan dan keinginan konsumen semata. Proses menciptakan inovasi radikal lebih kepada bagaimana seorang kreator melihat nilai dalam visi mereka, merefleksi visi tersebut ke dalam realitas, dan mengajak orang lain untuk mengalami visi tersebut. Adapun tujuan merealisasikan visi tersebut adalah untuk memberi makna baru dalam kehidupan orang lain.[2] Verganti [34] menambahkan bahwa makna baru ini setara dengan memberikan/membuat hadiah bagi kehidupan orang lain, sehingga membawa pada kebaikan.

Menurut Verganti [34] dalam proses menciptakan visi, seorang kreator ada baiknya melakukan introspeksi, merefleksi dan mendefinisikan prinsip-prinsip personal terkait hal-hal yang menjadi gairah dan panggilan hidupnya. Seorang kreator/desainer yang visioner memandang bahwa prinsip dan karakter personal ini sangat penting dalam proses penciptaan, sehingga hal ini membuat mereka termotivasi untuk mewujudkan karyanya, dengan persepsi bahwa karya-karya yang dihasilkan nanti akan memberi dampak dan membuat kehidupan menjadi lebih baik. Seluruh kebaikan visi tersebut kerap menjadi topik diskusi tentang apa sebenarnya makna baik, dan apa itu desain yang baik.

Memilih Desain yang Baik

Desain dapat dimaknai sebagai cara kita memandang dan menginginkan bagaimana sebuah produk ataupun jasa terwujud sesuai dengan harapan kita. Sehingga pertanyaannya adalah bukan tentang mengapa kita membutuhkan dan menginginkan

sebuah luaran desain, melainkan apakah produk atau jasa yang kita inginkan tersebut cukup baik (*good enough*) untuk kita. Seperti telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, bahwa desain merupakan rangkaian proses kreatif untuk melahirkan inovasi. Pada level strategis, inovasi desain mampu menciptakan visi dari sebuah produk/jasa.[34] Sementara pada tingkatan yang lebih mendalam terkait orientasi pengguna, hal ini merujuk pada serangkaian kualitas terkait kinerja, tampilan, dan impresi. Dengan demikian, menghasilkan desain yang baik tidak dapat dihindari, desain yang baik perlu diperjuangkan, diinvestasikan, serta direalisasikan. Maka, menjadi penting bagi pengambil keputusan dan pelaku desain untuk memahami pentingnya '*Good Design*', dan bagaimana meraihnya.

Berkaitan dengan proses kreatif dalam menghasilkan inovasi desain, sampailah kita pada diskusi tentang bagaimana melahirkan produk kreatif yang baik. Di sisi lain, proses evaluasi produk kreatif seringkali menjadi isu sentral dalam sebuah perdebatan forum-forum penghargaan *Good Design*, hal ini dikarenakan ada begitu banyak kriteria yang harus dipertimbangkan. O'Quin dan Besemer [21] menyatakan tiga aspek utama dalam *Good Design*, yaitu: kebaruan (*novelty*), pemecahan masalah (*problem solving*), dan pengayaan (*style*). Dalam hal ini kebaruan (*novelty*) mengacu pada kontribusi otentik yang tersemat dalam sebuah produk berdasar konteks tertentu.

Aspek pemecahan masalah (*problem solving*) merujuk pada seberapa baik sebuah produk mampu menjadi solusi atas sebuah permasalahan desain. Sementara aspek pengayaan (*style*) berkaitan dengan elaborasi dan usaha untuk membuat tampilan produk lebih menarik. Kriteria lain ditambahkan oleh Kaufman dan Beghetto (2009), bahwa sebuah produk kreatif tidak hanya membutuhkan solusi yang unik tetapi juga relevan dengan fungsinya. Benang merahnya adalah originalitas dan keotentikan hasil luaran desain yang dihasilkan dari proses kreatif, juga perlu mempertimbangkan rasionalitas fungsi.

Belajar dari pengalaman para desainer dalam menangani proyek desain, desain yang baik identik dengan klien yang baik, arahan kerja yang baik, diimplementasikan secara realistis oleh tim kreatif yang baik, beserta pendanaan yang memadai. Namun demikian, desain yang baik juga kerap diasosiasikan dengan biaya desain yang mahal. Dari pandangan-pandangan terkait superioritas desain inilah muncul kesenjangan antara konsep dan eksekusi desain, yang tentu saja tidak jarang menghasilkan *poor/bad design*. Meski sejatinya desain yang buruk bukan semata lahir dari eksekutor lapangan yang kurang cakap, melainkan lebih kepada konseptor yang kurang handal dalam berproses kreatif. Intinya adalah bagaimana dengan kreativitas yang dimiliki tim desain, mampu mengintegrasikan berbagai informasi mulai tahapan ideasi hingga eksekusi kreatif, sampai menghasilkan luaran desain yang solutif.

Ketika salah satu atau lebih dari komponen untuk mencapai kriteria desain yang baik dihilangkan atau tidak terwujud, maka resiko menghasilkan desain yang buruk akan meningkat. Namun sekali lagi bahwa menentukan/mengevaluasi desain yang baik

masih terus menjadi perdebatan, karena terdapat aspek subjektivitas budaya baik yang berasal dari pencipta desain itu sendiri maupun dari pengamat desainnya. Bahwa karya desain seorang desainer adalah perwujudan dari preferensi dan keinginannya.[24] Berpijak pada kondisi tersebut, maka Demirebilek dan Park [7] menarik suatu kesimpulan bahwa tidak mungkin ada kesepakatan kriteria *Good Design* yang bersifat universal.

Nilai dan Identitas Personal Terefleksi dalam Desain yang Baik

Dalam keseharian saat mengonsumsi produk/jasa, kita seringkali membuat pilihan dan mengambil keputusan yang didorong oleh fitur produk/layanan jasa, persepsi dan pengalaman kita. Namun secara tak sadar, kerap dari kita justru tidak mempertimbangkan keputusan yang kita ambil itu baik atau buruk, diakui atau tidak keputusan-keputusan dan pilihan-pilihan yang dibuat oleh desainer saat proses perancangan, turut andil dalam membentuk hasil akhir desain. Dan hal tersebut juga mempengaruhi pilihan dan keputusan yang dibuat oleh pengguna/konsumen.[10]

Dalam realitas kehidupan profesionalnya, desainer seringkali terjebak pada peran yang terbatas pada tugas-tugas yang diberikan oleh atasan atau klien desain. Sementara tidak dapat dipungkiri bahwa di kalangan masyarakat timbul permintaan untuk menghasilkan inovasi yang lebih bermakna dari segi peningkatan kualitas hidup, bagaimana melibatkan pengguna, serta menciptakan nilai bagi lingkungan.[20] Hal ini sejalan dengan argumen bahwa dalam menciptakan inovasi desain yang bermakna, tidak dapat dilakukan tanpa mempertimbangkan nilai-nilai dari perspektif pemangku kepentingan yang heterogen.[13]

Di sisi lain, terminologi ‘nilai/value’ merujuk pada apa yang penting dalam kehidupan seseorang dan memandu perilaku orang tersebut. Trimmingham [31] menemukan bahwa nilai internal dan eksternal mempengaruhi keputusan desainer, dan jika diabaikan hal ini dapat menyebabkan desain yang tidak sesuai atau kurang baik menurut perspektif kreatornya.

Berkaca dari lahirnya karya-karya ikonik yang dihasilkan oleh para maestro desain, banyak dari karya otentik tersebut tercipta dari hasil refleksi pengalaman hidup, didorong oleh pandangan dan konsep personal terkait hal-hal baik yang diyakini desainer.[2] Sebagai contoh, Dieter Rams [39] mengusulkan 10 prinsip untuk menilai kualitas desain yang baik; sementara Victor Papanek [3] mendedikasikan karya desainnya untuk nilai-nilai keberlanjutan dan etika humanis dalam budaya desain. Nigel Cross [6] menambahkan bahwa seorang desainer senior menggunakan intuisi, penalaran, serta perhatian mendalam untuk nilai ‘kepantasan/kebaikan’ sebagai amunisi bertindak kreatif, guna menghasilkan inovasi dalam kondisi serba tidak pasti.

Di sisi lain, solusi desain yang sangat inovatif justru terjadi karena adanya konflik antara faktor internal dalam diri desainer (komitmen, karakter, nilai personal), maupun faktor eksternal di luar diri desainer seperti kriteria-kriteria desain yang ditetapkan klien maupun perusahaan.[17] Verganti [34] menambahkan jika seorang desainer ingin menciptakan inovasi desain yang radikal, maka mereka harus lebih menitikberatkan perhatian pada makna visi personalnya ketimbang realitas kebutuhan/keinginan konsumen. Hal ini dikarenakan banyak orang awam merasa kesulitan memprediksi nilai kebaruan di masa depan.

Menurut Van Onselen dan Valkenburg [32], kurangnya kesadaran akan nilai-nilai personal dapat menghambat kreativitas, terutama di kalangan desainer junior. Hal ini bermakna bahwa desainer junior sering mengalami kesulitan dalam memunculkan nilai-nilai yang mendorong gairah bekerja, dan tetap konsisten pada profesi desainnya. Verganti [34] menambahkan bahwa untuk membentuk dan menyempurnakan visi serta prinsip nilai personal pada seorang calon desainer sangat sulit, dan karena itulah dibutuhkan bantuan orang lain dalam proses ini. Menjadi tugas besar bagi pendidik di lingkungan desain dalam membantu peserta didik untuk menyadari pemahaman pribadinya terkait desain yang baik, apa yang dia temukan bermakna (nilai-nilainya), serta memungkinkan siswa untuk menyempurnakan visinya sejalan dengan kehidupannya di lingkungan profesional desain.

Kesimpulan

Berpijak pada jenjang KKN level 6, bahwa lulusan pendidikan tinggi bidang desain produk diharapkan memiliki kemampuan mengelaborasi seluruh pengetahuan dan keterampilan desain untuk menyelesaikan problema desain.[36] Proses pendidikan desain dengan segala kompleksitasnya banyak berfokus pada pengembangan dan pembentukan individu kreatif yang handal dalam menghasilkan produk inovatif, serta memiliki pemahaman akan proses penciptaan karya berdasar parameter desain yang baik (*good desain*). Dalam hal ini desain yang baik dimaknai sebagai hasil dari proses kreasi yang juga mempertimbangkan nilai-nilai personal dari setiap individunya, sehingga melahirkan karya desain yang beridentitas. Terkait usulan mengenai penilaian terhadap desain yang baik berdasarkan jenjang pendidikan sarjana level 6 [37] [38], maka penulis mengusulkan kriteria evaluasi berdasarkan tahap pembelajaran sebagai berikut:

Tahap 1: Tahap Dasar - Membentuk dan Mengembangkan Kesadaran Kreatif

Pada tahap ini peserta didik dibentuk keyakinannya sebagai insan kreatif, dengan menggugah kesadaran untuk percaya diri dalam berpola pikir dan melakukan praktik kreativitas. Indikator evaluasi desain yang baik pada tahap ini: peserta didik mampu menampilkan performa yang baik terkait kuantitas dalam menghasilkan kebaruan solusi kreatif berdasarkan pendekatan premis-premis yang telah ditentukan.

Tahap 2: Tahap Lanjutan - Membentuk Pemahaman tentang Desain yang Baik

Pada tahap ini peserta didik dibentuk pengalaman kreatifnya untuk menghasilkan kebaruan dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu yang harus dikompromikan, sehingga menghasilkan inovasi desain yang baik. Indikator evaluasi desain yang baik pada tahap ini: peserta didik mampu menampilkan performa yang baik terkait kelayakan (*feasibility*) solusi kreatif yang dihasilkan berdasarkan kompromi terhadap aspek-aspek tertentu.

Tahap 3: Tahap Akhir - Peneguhan Individu Kreatif yang Beridentitas

Pada tahap ini peserta didik dibentuk jati diri dan karakter personalnya sebagai desainer yang memiliki nilai khas dalam berkarya, sehingga menghasilkan inovasi desain yang bermakna berdasar nilai unik yang melekat pada kreatornya. Indikator evaluasi desain yang baik pada tahap ini: peserta didik mampu mempertahankan konsistensi nilai-nilai personal yang baik dalam memberikan makna terhadap luaran desain yang dihasilkan.

Dari usulan terkait kriteria desain yang baik (*Good Design*) di atas, penulis menyimpulkan bahwa pencapaian tertinggi dalam proses pembelajaran desain produk jenjang sarjana level 6, adalah ketika peserta didik memiliki konsistensi dan komitmen untuk terus bergairah dalam karya dan pemikiran kreatifnya.[37] Hal ini disertai pula dengan kemampuan menonjolkan nilai-nilai personal yang terbentuk selama proses pembelajaran di bangku kuliah, bukan hanya sekedar pengejawantahan dogma-dogma dari pengajar, yang justru mengerdilkan potensi inovatifnya.

Referensi

- [1] Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. In B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior* (pp.123-167). Greenwich: JAI Press.
- [2] Baha, E., Dawdy, G., Sturkenboom, N., Price, R., & Snelders, D. (2018). Good Design-Driven Innovation. *Design Research Society Conference Paper*, p. 98-111.
- [3] Papanek, Victor (1972), *Design for The Real World: Human Ecology and Social Change*, Phanteon Books.
- [4] Bledow, R., Frese, M., Anderson, N., Erez, M., & Farr, J. (2009). A dialectic perspective on innovation: Conflicting demands, multiple pathways, and ambidexterity. *Industrial and Organizational Psychology*, 2(3), 305-337. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1754-9434.2009.01154>.
- [5] Cabral, R. (2003). Development in Science. In J. Heilbron (Org.), *The Oxford Companion to the history of modern science* (pp.205-207). New York: Oxford University Press.
- [6] Cross, N. (2011). *Design Thinking: Understanding how Designers Think and Work*. Oxford, UK: Berg.
- [7] Demirbilek, O., & Park, M. (2001). A survey of criteria for the assessment of good product design. *Proceedings of the Fourth European Academy of Design Conference*, 370–377.

- [8] De Bono, E. (2015). *Lateral Thinking: Creativity Step by Step* Reissue. New York: Harper Perennial.
- [9] Fagerberg, J., Fosaas, M. & Sapprasert, K., 2012. Innovation: Exploring the knowledge base. *Research Policy*, 41(7), pp.1132–1153. Available at: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0048733312000698>.
- [10] Ghooli, C., Irfan, S. S., Manjunath, V. (2017). Design Innovation dan Creativity. *International Journal of Advance Technology in Engineering and Science (IJATES)*, 5(03), 1151-1166.
- [11] Guilford, J. P. (1966). *The structure of the intellect model: Its use and implications*. New York: MacGraw-Hill.
- [12] Grohman, M., Wodniecka, Z., & Klusak, M. (2006). Divergent thinking and evaluation skills: Do they always go together? *Journal of Creative Behavior*, 40(2), 125- 145. <http://dx.doi.org/10.1002/j.2162-6057.2006.tb01269>.
- [13] Hoven, J.V.D. & Jacob, K. (2013) Options for Strengthening Responsible Research and Innovation: Report of the Expert Group on the State of Art in Europe on Responsible Research and Innovation, Publications Office of the European Union, Brussels.
- [14] Isaksen, S., Treffinger, D., & Dorval, K. B. (2001). Clarifying our CPS vocabulary. *Communiqué Creative Problem Solving Group*, 11, 7-10.
- [15] Joo, B. K., McLean, G. N., & Yang, B. (2013). Creativity and human resource development: an integrative literature review and a conceptual framework for future research. *Human Resource Development Review*, 12(4), 390-421. <http://dx.doi.org/10.1177/1534484313481462>.
- [16] Kaufman, J., & Beghetto, R. (2009). Beyond big and little: The four c models of creativity. *Review of General Psychology*, 13(1), 1-12. <http://dx.doi.org/10.1037/a0013688>.
- [17] Lawson, B., & Dorst, K. (2009). *Design expertise*. Oxford, UK: Taylor & Francis.
- [18] Nakano, T. C., & Wechsler, S. M. (2018). Creativity and innovation: Skills for the 21st Century. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 35(3), 237-246. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-02752018000300002>.
- [19] O'Hara, M. (2017). Rising to the occasion: New persons for new times. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 34(4), 454-466. <http://dx.doi.org/10.1590/198202752017000400002>.
- [20] Ouden, E. den (2012) *Innovation Design: Creating Value for People, Organizations and Society*, Springer.
- [21] O'Quin, K., & Besemer, S. P. (2006). Using the creative product semantic scale as a metric for results-oriented business. *Creativity and Innovation Management*, 15(1), 34-44. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8691.2006.00367>.
- [22] Plucker, J., & Renzulli, J. S. (1999). Psychometric approaches to the study of human creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp.35-60). New York: Cambridge University Press.
- [23] Rauth, I. & Koppen, E. (2010). Design Thinking: An Educational Model towards Creative Confidence. *Conference on Design Creativity*, (December), pp.1–8. Available at: https://www.hpi.uni-potsdam.de/fileadmin/hpi/FG ITS/papers/Design_Thinking/2010_Rauth_ICDC.pdf.
- [24] Razzaghi, M., & Ramirez Jr, M. (2005). Product Design: The Reflection of Designers 'Preferences. *Art and Industry Forum of the Iranian Academy of Arts*, Tehran.
- [25] Rittel, H.W.J. & Webber, M.M. (1973). Dilemmas in a general theory of planning. *Policy Sciences*, 4(December 1969), pp.155–169.
- [26] Somech, A., & Drach-Zahavy, A. (2013). Translating team creativity to innovation implementation: The role of team composition and climate for innovation. *Journal of Management*, 39(3), 684-708. <http://dx.doi.org/10.1177/0149206310394187>.

- [27] Sternberg, R. (2010). The nature of creativity. *Creativity Research Journal*, 18(1), 98. http://dx.doi.org/10.1207/s15326934crj1801_10
- [28] Subotnick, R. F., Olszewski-Kubilius, P., & Worrell, F. C. (2011). Rethinking giftedness and gifted education: A proposed direction forward based on psychological science. *Psychological Science in the Public Interest*, 12(1), 3-54. <http://dx.doi.org/10.1177/1529100611418056>.
- [29] Tabrani, P. (2000). *Proses Kreasi, Apresiasi, Belajar*. Bandung: Penerbit ITB.
- [30] Treffinger, D., & Isaksen, S. (2005). Creative problem solving: The history, development, and implications for gifted education and talent development. *Gifted Child Quarterly*, 49(4), 342-353. <http://dx.doi.org/10.1177/001698620504900407>.
- [31] Trimmingham, R. (2008). The role of values in design decision-making, *Design and Technology Education: an International Journal*, vol. 13, no. 2.
- [32] van Onselen, L., & Valkenburg, R. (2015). Personal Values as a Catalyst for Meaningful Innovations: Supporting Young Designers in Collaborative Practice. Editorial. C. Weber, S. Husung, G. Cascini, M. Cantamessa, D. Marjanovic, & M. Bordegoni (Eds.). *ICED 15 Conference Proceedings* (pp. 27-30). Milan, Italy.
- [33] Verganti, R. (2009). *Design-Driven Innovation - Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean*. Boston, MA, USA: Harvard Business Press.
- [34] Verganti, R. (2016). *Overcrowded: Designing Meaningful Products in a World Awash with Ideas*. Cambridge, MA, USA: The MIT press.
- [35] Wechsler, S. M., Saiz, C., Rivas, S. F., Vendramini, C. M. M., Almeida, L. S., Munda, M. C., & Franco, A. (2018). Creative and critical thinking: Independent or overlapping components. *Thinking Skills and Creativity*, 27(1), 114-122. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tsc.2017.12.003>.
- [36] Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
- [37] Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 73 Tahun 2013 Tentang Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia Bidang Pendidikan Tinggi
- [38] Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
- [39] Rams, Dieter (2020). *Ten Principles for Good Design*, Munich: Penguin Random House Publishing Group GmbH

DESAIN YANG BAIK

*Program Studi Desain Produk, Fakultas
Industri Kreatif, Universitas Surabaya
(Ubaya)*

PENULIS:

Guguh Sujatmiko, S.T., M.Ds.

Wyna Herdiana, S.T., M.Ds.

Brian Kurniawan, S.Ds., M.A.

Hairunnas, S.Ds., M.MT.

Ir. Kresno Soelasmono, MSR

Florentina Tiffanny, S.Ds.

Kenny Hartanto, S.Ds.

Pendahuluan

Desain adalah proses, bukan hasil akhir. Desain adalah ilmu yang cukup dekat dengan kehidupan manusia sehari-hari dan memiliki hubungan yang erat dengan bidang ilmu lain. Sebagai contoh, hubungan antara sebuah bisnis dan *design thinking* mau menghasilkan suatu cara dalam bidang kreatif yang dapat digunakan dan diterapkan dalam penjualan produk. Contoh lain di dalam dunia edukasi, penggunaan *co-design* dan *participatory design*, digunakan untuk mendapatkan data dan men-desain bersama narasumber seperti anak-anak. Biasanya kegiatan *co-design* ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan *toolkit* berupa mainan balok, buku bergambar, dan peralatan lain yang dapat digunakan sedemikian rupa untuk mendesain bersama dengan pengguna.

Memahami bahwa desain merupakan suatu hal yang sangat kompleks dan berpengaruh dalam kehidupan masyarakat, penting bagi praktisi dan juga pendidik untuk mengetahui apa itu desain yang baik (*Good Design*). Akan tetapi, pemahaman mengenai desain yang baik ini berbeda-beda bergantung pada sudut pandang masing-masing. Oleh karena itu, perumusan akan desain yang baik perlu dilakukan dengan

mempertimbangkan beberapa aspek yang didapatkan dari berbagai data literatur dan pendapat para ahli.

Pemahaman Desain yang Baik Menurut Berbagai Literatur dan Para Ahli

Sebuah desain yang baik adalah desain yang tidak berhenti untuk berevolusi dalam inovasi.[2] Desain yang baik bukan desain yang sempurna, namun desain yang dapat terus diperbaiki dan dikembangkan agar memiliki nilai guna lebih bagi pengguna. Selain itu, hal ini juga selaras dengan prinsip mendesain yang *iterative*, dinamis, dan berkelanjutan.[4] Inovasi dalam hal ini juga dapat diartikan bahwa desain yang baik memberikan kesempatan baru bagi hal-hal di sekitarnya untuk berubah menjadi lebih baik, bukan menghambat atau mematikan.[5]

Kedua, sebuah desain yang baik harus memiliki nilai guna yang difungsikan untuk membantu kehidupan. Untuk dapat mengembangkan suatu desain yang fungsional, hal-hal seperti *visual study*, *user centered research*, metodologi desain, pembuatan konsep desain, metode riset, dan evaluasi dapat dilakukan sesuai dengan kebutuhan (So, 2019). Sisi fungsional dari produk tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan fisik, namun juga memenuhi kebutuhan psikologis dari pengguna.[3]

Terakhir, desain yang baik juga memperhatikan nilai estetika. Nilai rupa dan estetika dari produk menentukan apakah inovasi dan fungsi dari produk tersebut dapat disajikan dengan baik atau tidak. Estetika juga dapat memberikan kesan, bahkan mempengaruhi pengguna. Suatu desain yang baik juga memiliki nilai estetika yang baik, lebih dari sekedar hiasan dan dekorasi untuk produk tersebut.[7]

Selain berdasarkan data literatur, beberapa kompetisi di bidang desain juga memuat kriteria desain yang baik. Berdasarkan rumusan kriteria kompetisi yang berkembang secara internasional, kriteria desain yang baik wajib memiliki kualitas inovasi, fungsi, dan juga estetika. Kriteria ini sesuai dengan hasil rumusan dari berbagai literatur. Adapun, desain yang baik juga merujuk pada proses dalam membuat karya tersebut di mana proses yang dilakukan wajib merepresentasikan dan mendukung kondisi sosial budaya, ekonomi, dan lingkungan di mana desain tersebut diciptakan.

Berdasarkan hasil literatur dapat disimpulkan bahwa desain yang baik memiliki 3 kriteria hasil akhir dan kriteria dalam berproses, antara lain:

- Inovatif
- Memiliki nilai estetika yang baik
- Sesuai dengan kebutuhan pengguna
- Mendukung kondisi sosial budaya, ekonomi, dan lingkungan di mana desain tersebut diciptakan (*sustainability*)

Konversi “Desain yang Baik” Berdasarkan Kurikulum Program Studi Desain Produk Ubaya

Dalam proses penyusunan, evaluasi, dan juga implementasi dari kurikulum Program Studi Desain Produk Ubaya, tidak pernah lepas dari pemahaman program studi akan definisi desain yang baik (*Good Design*). Definisi ini terbentuk dengan menggabungkan berbagai macam perspektif yang muncul dalam proses peninjauan kurikulum yang disimpulkan dan dihubungkan dengan 4 pilar CPL KKNi dan ADPIL. Adapun mekanisme peninjauan kurikulum didasarkan pada:

- *Tracer Study* oleh pengguna lulusan dalam dunia kerja terkait kemampuan alumni dalam menghadapi dunia kerja dalam hal keilmuan dan *softskill*.
- Masukan Alumni terkait dengan proses pembelajaran yang telah dijalani selama perkuliahan.
- Perkembangan keilmuan Desain Produk didapatkan melalui konferensi yang dilakukan oleh dosen, isu-isu yang berkembang dari Aliansi, dan referensi pameran yang dilakukan di Indonesia.
- Perkembangan teknologi informasi yang terkait dengan inovasi-inovasi desain produk yang berkembang di internet.

Dengan mempertimbangkan dan kajian yang dilakukan berdasarkan hal-hal terkait poin di atas, kurikulum Program Studi Desain Produk Ubaya secara umum merumuskan 7 bahan kajian yaitu *Basic Art*, perancangan produk, Teori Desain Produk, Aplikasi Teknologi dalam Desain, Penerapan Ilmu kemanusiaan, Manajemen Produk dan Pengetahuan Umum. Sinergi antara 7 bahan kajian dengan Capaian Pembelajaran (CP) menghasilkan mata kuliah yang terintegrasi untuk memenuhi tujuan program studi berdasarkan masing-masing peminatannya dalam menghasilkan *Good Design*.

Tiga kata kunci penting dari *Good Design* berdasarkan CP Program Studi Desain Produk Ubaya adalah inovasi, estetika, dan fungsi. Ketiga hal tersebut diimplementasikan dalam suatu proses mendesain yang ideal dan proses harus terefleksikan pada produk yang dihasilkan. Oleh karena itu dalam CP Program Studi Desain Produk Ubaya, selain menunjukan *output yang* dapat diharapkan dari lulusan, juga mengedepankan proses berinovasi, berkreasi, dan bertanggung jawab dalam membuat sebuah desain.

Kesimpulan

Berdasarkan penuturan di atas, dapat disimpulkan bahwa sebuah *Good Design* tidak hanya mengenai *output* produk akhir dari desain tersebut, melainkan juga berdasarkan dari proses desain yang dilakukan. Oleh karena itu sebuah *Good Design* harus dapat terus berkembang dan mendorong munculnya inovasi-inovasi baru, memiliki nilai fungsi, dan memiliki nilai estetika yang baik. Untuk dapat mencapai *Good Design* kurikulum Program Studi Desain Produk UBAYA mengintegrasikan CPL KKNi, masukan dari alumni, *benchmarking*, relevansi dengan pemangku kepentingan, dan

perkembangan keilmuan desain produk yang dituangkan dari Capaian Pembelajaran Program Studi dan mata kuliah yang diajarkan.

Referensi

- [1] Barsalou, L. W. (2017) 'Define Design Thinking', *She Ji*, 3(2), pp. 102–105. doi: 10.1016/j.sheji.2017.10.007.
- [2] Camburn, B. A. *et al.* (2017) 'Design Innovation: A Study of Integrated Practice', pp. 1–10. doi: 10.1115/detc2017-68382.
- [3] Fbcs, P. J., Manager, B. A. and Development, I. B. M. L. (2018) 'Accessibility isn't distant, neither does it occupy a tiny part of the digital landscape - rather it is an integral aspect of the learner's experience that spans the entire horizon.', (March), pp. 62–63.
- [4] Lindgaard, K. and Wesselius, H. (2017) 'Once More, with Feeling: Design Thinking and Embodied Cognition', *She Ji*, 3(2), pp. 83–92. doi: 10.1016/j.sheji.2017.05.004.
- [5] Mor Barak, M. E. (2020) 'The Practice and Science of Social Good: Emerging Paths to Positive Social Impact', *Research on Social Work Practice*, 30(2), pp. 139–150. doi: 10.1177/1049731517745600.
- [6] So, C. (2019) 'What Makes Good Design? Revealing the Predictive Power of Emotions and Design Dimensions in Non-Expert Design Vocabulary', *Design Journal*, 22(3), pp. 325–349. doi: 10.1080/14606925.2019.1589204.
- [7] Wu, F. *et al.* (2017) 'It's too pretty to use! When and how enhanced product aesthetics discourage usage and lower consumption enjoyment', *Journal of Consumer Research*, 44(3), pp. 651–672. doi: 10.1093/jcr/ucx057.

GOOD DESIGN

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur
dan Desain-Institut Teknologi Nasional-Bandung
(Itenas)*

PENULIS:

Maharani Dian Permanasari, M.Ds., M.Phil., Ph.D

Dr.Sulistyo Setiawan, Drs., M.Pd

Dr.Andry Masri, M.Ds

Mohammad Djalul Djatmiko, Drs., M.Ds

Amirul Nefo., Drs., M.Ds

Edi Setiadi Putra., Drs., M.Ds

Dedy Ismail, S.Sn., M.Ds

Mohamad Arif W., M.Ds

Agung Pradya Wijaya, S.Sn., M.Sn

Fred Soritua Rudiyanto, M.Ds

Pendahuluan

Good Design, sebuah istilah yang diklaim menjadi nama untuk penetapan sebuah karya desain produk industri yang bermakna produk yang desainnya baik/bagus. *Good Design* dikenal pertama kali di lingkungan akademik Desain Produk Itenas sekitar decade 90an ketika lembaga pendidikan desain produk baru berdiri. Hal ini di dapat dari informasi yang bersumber dari Jepang. Melalui lembaga JICA, *JICA Partnership Program* (JPP) atau Program Kemitraan JICA merupakan suatu program dukungan *Japan International Cooperation Agency* (JICA) yang bertujuan mendorong pelaksanaan berbagai proyek pembangunan pada tingkat masyarakat akar rumput di berbagai negara berkembang yang diprakarsai oleh berbagai mitra pembangunan Jepang (khususnya lembaga swadaya masyarakat atau LSM, pemerintah daerah, dan perguruan tinggi) yang memiliki teknologi dan pengalaman dalam pembangunan. Program ini di Indonesia antara lain juga bekerja sama dengan Pusat Desain Nasional/PDN.[4]

Di sisi lain sebuah lembaga di Amerika tepatnya *The Chicago Athenaeum* sejak 1950-an sudah menyelenggarakan *Good Design Award*.^[5] Sebuah kegiatan pemerhatian yang memberikan penghargaan kepada pelaku industri dan produk yang didesain dengan baik yang berhasil di pasar diterima oleh masyarakat. Edgar Kaufmann, Eero Saarinen, Charles and Ray Eams adalah salah satu tokoh desain dunia yang menyelenggarakan kegiatan tersebut yang akhirnya menciptakan logo *Good Design* sebagai pelabelan pada produk dan industri yang mencapai prestasi tersebut.

Apa yang positif di barat ini diikuti oleh Jepang tahun 1957 sehingga lahirlah Japan *Good Design Award* dengan mencanangkan *G-Mark* untuk produk-produk yang memiliki pencapaian tinggi dalam kualitas desain secara komprehensif ada ajang penghargaan tahunan tersebut.

Di seluruh negara maju yang memiliki industri besar dan memiliki iklim desain serta pola pikir dan pola kerja desain, *Good Design Award* juga diselenggarakan, seperti halnya Australia. Pada dasarnya seluruh hasil karya desain dari berbagai komoditi yang diciptakan perorangan atau perusahaan dapat mengikuti penyeleksian dan penilaian *Good Design* di beberapa Negara. Tentu bukan hal yang mudah untuk mendapatkan legitimasi tersebut.

Indonesia yang memiliki akar budaya dan tradisi kerajinan merupakan bangsa yang sangat berpotensi untuk berkiprah dalam dunia desain, maka sebagai negara terbuka dengan penduduk berjumlah besar menjadi pasar yang potensial untuk mengonsumsi produk-produk dari berbagai negara atau bangsa lain. Hal ini dapat diartikan pengetahuan, pemahaman dan selera akan desain dan produk yang baik dapat dicerna dengan baik oleh masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan profesi dan lapisan strata sosial ekonomi yang beragam. Dengan demikian, keberadaan berbagai produk dan perdagangan produk industri juga menjadi proses edukasi budaya dan pemahaman desain pada masyarakat.

Berdirinya lembaga pendidikan tinggi khusus di bidang desain produk industri adalah bentuk kematangan pola pikir masyarakat akademis dan dibutuhkannya profesi desain produk industri. Para peminat pendidikan desain produk industri di berbagai kota besar adalah bagian dari ujung tombak dinamika ekonomi di Indonesia. Para sarjana desain produk industri memasuki berbagai industri manufaktur, industri menengah bahkan berwirausaha menciptakan industri kecil dan menengah yang didukung oleh pemerintah melalui lembaga kementerian dan perbankan.

Maka sejak berdirinya perguruan tinggi desain produk industri hingga kini di milenium ke 3, Indonesia memasuki perhatian dan penghargaan pada karya desain yang baik atau disebut *Good Design*, lebih tegasnya bernama *Good Design Indonesia* yang dapat dibanggakan dan bahkan dapat bersaing di pasar internasional.

Good Design Bagi Desain Produk Itenas

Program Studi Desain Produk Itenas Bandung berdiri sejak tahun 1993, jauh lebih muda dari pendahulunya Desain Produk Industri ITB yang telah ada sejak 1972. Tetapi para sarjana desain produk Itenas turut mewarnai perkembangan dan dinamika profesi dan karya-karya desain produk di Indonesia. Para pemangku kepentingan, alumni serta pelaku pendidikan atau sivitas akademika tentu memiliki pemikiran dan pendapat yang beragam dalam mendefinisikan *Good Design* secara luas.

Dari seluruh masukan yang ada, tidak mudah membuat resume *Good Design*, karena semua materi dari nara sumber dapat dikatakan baik dan benar atau bagus dan bermanfaat bagi penyusunan definisi dan kriteria untuk sebuah desain produk dinyatakan layak mendapat predikat *Good Design*. Apalagi jika dipilah-pilah dari aspek mana melihat dan menilai *Good Design* itu, apakah dari pihak desainer, konsumen, industri, akademisi atau bahkan pemerintah. Program Studi Desain Produk selaku lembaga penyelenggara dan pelaksana pendidikan keprofesian tingkat sarjana strata S1 harus memiliki pemikiran, definisi, pernyataan dan ketetapan kriteria *Good Design* tersebut agar dapat dijadikan pula rujukan dan sumbang pemikiran di tingkat nasional.

Beruntung bahwa di program studi desain produk Itenas sudah pernah merintis penetapan kriteria *Good Design* walaupun ditujukan bagi skala tugas/karya mahasiswa di setiap jenjang mata kuliah studio sejak tahun 1995 yang bertajuk "*Good Design & Academic Award*". Hal ini sangat bermanfaat bagi terciptanya suasana akademik yang positif, progresif dan kompetitif. Sehingga dinamika pendidikan desain produk di Itenas dapat terjaga bahkan dapat menjadi penjaga kualitas lulusannya.

Pada kesempatan ini resume penyusunan pernyataan *Good Design* apakah ditujukan untuk ranah pendidikan atau profesi, penulis belum sepenuhnya mengetahui prematur tidaknya resume ini. Bagi keprofesian hal ini dapat merupakan masukan dari perguruan tinggi kepada organisasi profesi ADPII. Sedangkan bagi ranah pendidikan muncul pertanyaan, apakah setiap perguruan tinggi penyelenggara pendidikan desain produk perlu menuju pada satu kesamaan sudut pandang pemikiran. Karena, di sisi lain luaran setiap desain produk memiliki tujuan, misi, strategi dan fungsi yang berbeda-beda. Misalnya, jika topik, tema atau misinya untuk perhatian lingkungan hidup tentu berbeda dengan peningkatan ekonomi, atau jika misinya untuk gerakan edukasi sosial tentu berbeda dengan komersial, ada nilai kapital, harkat manusia dll.

Pada dasarnya desain produk merupakan hasil pemikiran dari berbagai pihak dan multi disiplin sehingga cukup kompleks untuk disederhanakan menjadi satu kesimpulan desain yg baik atau *Good Design*. Pada hematnya resume ini adalah upaya awal pematangan sebuah pemikiran standar kriteria *Good Design* di Indonesia dari Program Studi. Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional (FAD – Itenas), Bandung. Selanjutnya jika pemikiran bersama ini akan dijadikan satu

pegangan yang disuarakan oleh lembaga program studi desain produk maka penulis sangat menyarankan untuk dibuat penelitian panjang, penelitian singkat atau setidaknya seminar yang mengundang nara sumber dari berbagai ahli/pakar yang secara keilmuan memiliki hubungan dengan keilmuan desain produk.

Simplifikasi definisi dan kriteria *Good Design* harus bersumber dari keluasan materi pemikiran dari berbagai disiplin keilmuan dan profesi terkait dengan produk yang didesain. Untuk itu, pada resume ini, definisi *Good Design* dalam format yang lebih sederhana, yaitu:

- Menarik menyenangkan dan mengagumkan bagi yang melihat wujud dan cara bekerjanya/digunakannya [estetis, impresif, keren/wow].
- Benar/sesuai dengan tujuan fungsinya yang komunikatif, nyaman, solutif, terjangkau harga jual dan purna jual/perawatan bagi penggunaannya serta memiliki usia pakai yang panjang.
- Benar/efisien diproduksi dan distribusikan serta memiliki nilai ekonomi (biaya produksi minimal berbanding nilai keuntungan maksimal).
- Mempertimbangkan aspek lingkungan/ekologi dan teknologi dalam peengadaan material, produksi, limbah produksi dan setelah tidak terpakai.

Sebagai catatan, poin di atas tidak dibuat penomoran, karena urutannya dapat berbalik sesuai dengan misi dan tema desain yang berlaku.

Letupan Gairah

Sangat sayang jika apa yang penulis pikirkan bersama di Desain Produk Itenas Bandung dalam membahas *Good Design* itu tak disampaikan di sini. Maka ijinlah penulis turut meramalkan khazanah pemikiran *Good Design* Indonesia itu seperti apa adanya sebagai ragam pendapat dan pikiran dari insan-insan pendidik, sehingga pada artikel yang penulis sumbangkan di sini ada beberapa letupan gairah dalam mencetuskan idea pemaknaan *Good Design* itu sebagai berikut.

Dizain Sing Apik (Good Design)

Sebuah produk dapat dinyatakan sebagai produk yang bagus (*Good Design*) jika:

- Menggunakan material yang ramah lingkungan dan tidak beracun.
- Proses produksi dan distribusinya mempertimbangkan efisiensi energi.
- Usia produknya panjang, dan mudah perawatannya, dan ketika rusak dan/atau tidak dapat digunakan lagi dapat dikelola dengan prinsip 3R (*repair, reuse, recycle*).
- Dapat digunakan oleh masyarakat luas untuk meningkatkan kesejahteraannya.

Good Design menurut Japan Institute of Design Promotion [1]

Good Design adalah desain sebagai aksi dan aspirasi dengan pertimbangan dalam peningkatan taraf hidup manusia. Desain yang baik adalah desain yang memfasilitasi kebutuhan manusia, menambahkan nilai, membuka peluang baru terkait

pemanfaatan teknologi, menjadi solusi permasalahan sosial, mengoptimalkan penggunaan dan interaksi dengan objek dan sesama pengguna produk.

Ten Principles of Good Design menurut Dieter Rams [3]

- 1) Desain yang baik adalah inovatif: perkembangan teknologi menawarkan peluang baru untuk desain yang inovatif.
- 2) Desain yang baik membuat produk berguna: produk harus memenuhi kriteria tertentu saat digunakan, mulai dari fungsi maupun psikologis dan estetika.
- 3) Desain yang baik adalah estetika: produk yang digunakan setiap hari akan memiliki efek pada kesejahteraan pengguna produk.
- 4) Desain yang baik membuat produk mudah dimengerti: produk dapat menjelaskan fungsinya secara mudah kepada pengguna dengan mengoptimalkan struktur.
- 5) Desain yang baik itu jujur: produk tidak berusaha memanipulasi konsumen/pengguna dengan spekulasi/hal-hal yang tidak dapat dilakukan.
- 6) Desain yang baik adalah desain yang tidak mencolok: produk memenuhi tujuan itu seperti alat dengan desain yang netral dan terkendali, untuk meninggalkan ruang berekspresi diri si pengguna.
- 7) Desain yang baik itu awet: desain yang dapat berlangsung dan adaptif ke masyarakat selama bertahun-tahun.
- 8) Desain yang baik itu teliti sampai ke detail terakhir: perawatan dan akurasi dalam proses desain menunjukkan penghormatan terhadap konsumen.
- 9) Desain yang baik adalah ramah lingkungan: desain membuat kontribusi penting untuk kelestarian lingkungan, menghemat sumber daya dan meminimalkan pencemaran fisik, kimiawi, dan visual selama siklus hidup produk tersebut.
- 10) Desain yang baik adalah desain yang sesedikit mungkin: sedikit, tetapi lebih baik, karena berkonsentrasi pada aspek-aspek penting, dan produk tidak dibebani dengan hal irelevan. Kembali ke kemurnian, kembali ke kesederhanaan.

Proses Terciptanya Produk Baik: Produk yang Didesain Berdasarkan Kebutuhan Riil Penggunanya

Tom Kelly, General Manager dari sebuah perusahaan biro perancangan produk yang bernama IDEO, yang berpusat di area Silicon Valley. Perusahaan ini telah menghasilkan beragam produk inovatif yang beberapa diantaranya menjadi penanda jaman seperti mouse Apple, kamera instan I-Zone, computer saku Palm, dan produk lainnya.

Kelly [2] memaparkan kegiatan-kegiatan di balik layar yang mempengaruhi proses perancangan hingga mendapatkan keputusan-keputusan desain yang tidak hanya dinilai inovatif secara fungsi, tapi juga kebaruan yang terdapat pada produknya tersebut dapat diterima oleh para penggunanya. Dalam buku ini disampaikan bahwa IDEO sebagai perusahaan desain memiliki konsep pengembangan produk yang

menempatkan pengguna menjadi titik sentral mulainya struktur berpikir inovasi yang dibangun secara bertahap, yaitu memahami pasar, klien, teknologi, dan kendala-kendala yang menjadi masalah.

Kegiatan observasi ini dilakukan sebagai sebagian dari identifikasi masalah yang harus dipahami terlebih dahulu sebelum mengambil langkah-langkah atau keputusan-keputusan desain pada proses perancangannya. Pada salah satu bagian pemaparan, Tom menceritakan bahwa pengamatan langsung dan pemahaman terhadap masalah menjadi awal pengembangan gagasannya.

Seperti halnya Ketika IDEO mendapatkan permintaan dari *Advace Cardiovascular System (ACS)* untuk mendesain ulang sebuah instrumen medis berupa sistem pemompa. Meski ACS sudah memberikan kriteria dan gambaran umum tentang sistem kerja alat, situasi dan kondisi saat pelaksanaan kegiatan operasi, namun tim IDEO tetap melakukan pengamatan langsung dalam ruang operasi untuk dapat memperhatikan dan mengidentifikasi hal-hal yang dianggap penting olehnya.

Dari hasil pengamatan tersebut, mereka kemudian berhasil menemukan sebuah teknik pemompaan baru yang lebih efektif, yang didasari dari sikap dan tindakan operator/pengguna alat medis yang sudah ada sebelumnya. Pemahaman yang diperoleh dari pengamatan seperti inilah yang memungkinkan terjadinya inovasi. Rinciannya sebagai berikut.

Mengamati sikap dan perilaku manusia.

Pada proses penemuan fungsi dan guna sebuah produk, sangat pentingn melakukan pengamatan terhadap perilaku calon penggunanya seperti apa yang mereka sukai, apa saja yang membuat mereka bingung, apa yang mereka benci, apa saja kebutuhan yang tidak terpenuhi oleh produk yang mereka gunakan.

Menvisualisasikan konsep-konsep baru dari produk yang akan digunakan oleh para pengguna/klien

Langkah yang ditujukan untuk menunjukkan setiap gagasan yang dihasilkan dalam wujud visual dengan beragam bentuk penyajian, seperti gambar, model, *digital modeling* maupun prototipe. Fase visualisasi gagasan tersebut menjadi bagian dari studi operasional produk yang dikaitkan dengan perilaku dan pengalaman penggunanya.

Mengevaluasi dan menyempurnakan produk

Tim IDEO menggunakan proses pembuatan model dan prototipe sebagai studi pengembangan produknya. Melalui kegiatan tersebut ide perbaikan dan penyempurnaan produk dapat didorong hingga menghasilkan desain yang paling optimal. Pada proses ini, tim membuka peluang masukan-masukan dari tim internal, tim klien, para konsultan, termasuk orang-orang yang berperan dalam aspek penjualan

produk. Dengan memperhatikan masukan-masukan dari beragam sudut pandang, maka hal tersebut dapat menjadi dasar penetapan desain akhir yang terbaik.

Menerapkan konsep desain pada tahap komersialisasi.

Kekuatan produk akan teruji Ketika produk yang dihasilkan tersebut mampu diserap pasar dengan baik karena dapat menjawab kebutuhan-kebutuhan pengguna dengan tepat. Pada buku ini juga disampaikan bahwa pemecahan masalah desain dapat dimulai dengan 2 hal utama yaitu “pemahaman” dan “pengamatan”. Pengamatan terhadap manusia dan perilakunya, khususnya ketika manusia tersebut berkegiatan. Juga penting pengamatan terhadap lingkungan tempat manusia tersebut berada karena manusia akan memberi respon terhadap situasi dan kondisi lingkungan tempat mereka berada yang nantinya akan mendasari mereka dalam bersikap dan berperilaku. Pada bagian lain juga disebutkan bahwa ide yang “baik” adalah ide yang cukup realistis karena ide tersebut harus dapat direalisasikan dengan cepat untuk kemudian didistribusikan ke para penggunanya sebagai jawaban atas kebutuhan-kebutuhan mereka.

Kesimpulan

Jika merujuk dari hal-hal penting menurut Tom Kelly [3], maka produk yang baik adalah produk yang dikembangkan dari hasil pengamatan dan pemahaman yang seksama terhadap kebutuhan manusia saat berkegiatan. Produk tersebut akan mampu menjawab secara efektif dan tepat setiap kebutuhan yang muncul dari aktivitas spesifik sesuai dengan gerak, sikap dan perilaku yang konsumen/pengguna tunjukkan.

Referensi

- [1] Japan Institute of Design Promotion (____). Good Design Award. Diunduh dari: <https://www.jidp.or.jp/en/gooddesign/award>
- [2] Kelley, Tom, Jonathan Littman (2016). The Art of Innovation, Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm, London: Profile Books Ltd.
- [3] Rams, Dieter (2020). Ten Principles for Good Design, Munich: Penguin Random House Publishing Group GmbH
- [4] _____. (____). Program Kemitraan JICA. Diunduh dari: <https://www.jica.go.jp/indonesia/indonesian/activities/activity03.html>
- [5] _____. (____). The most prestigious world design award. Celebrating 75 Years of Iconic Design. Diunduh dari: <https://www.chi-athenaeum.org/about-good-design.html>

DESAIN PRODUK YANG BAIK

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Seni Rupa,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta*

PENULIS:

Dr. Rahmawan D. Prasetya, SSn, MSi.

Nor Jayadi, S.Sn.

M.A, RA Sekartaji Suminto, S.Sn., M.Sn.

Endro Tri Susanto, S.Sn., M.Sn.

Pendahuluan

Desain Produk yang baik dalam hal ini adalah desain yang baik dalam bidang Desain Produk. *Good design in industrial design/product design*. Walaupun cukup sulit merumuskannya, karena ada kecenderungan bersifat subjektif, namun Dieter Rams, pernah mencoba melontarkan gagasannya tentang kriteria *Good Design*. Sepuluh kriteria desain yang baik menurutnya adalah *innovative, useful, aesthetic, understandable, unobtrusive, honest, long-lasting, detail, environmentally-friendly, dan as little design as possible*. [2] Gagasan Dieter Rams tersebut kemudian menjadi acuan oleh banyak pihak yang berkecimpung dalam dunia *industrial design*. Termasuk para desainer produk. Namun demikian, apakah kesepuluh kriteria tersebut masih relevan sampai saat ini? Apakah kriteria tersebut berlaku untuk semua karya desain produk yang sangat luas ini? Naskah ini akan mencoba menjawabnya.

Konsep Empat Bidang Desain Produk

Untuk merumuskan desain yang baik, Program Studi Desain Produk ISI Yogyakarta menggunakan konsep 4 (empat) bidang desain produk yang dikemukakan oleh Bruce M. Tharp dan Stephani M. Tharp sebagai pijakan analisisnya. [1] Mereka membagi

bidang desain produk menjadi 4, yaitu (1) *commercial design*; (2) *responsible design*; (3) *experimental design*; dan (4) *discursive design*. Rinciannya sebagai berikut.

Commercial Design

Commercial Design adalah apa yang secara umum dipahami oleh masyarakat awam sebagai desain industri/produk. Sebagian besar dari aktivitas profesional desainer produk berada di bidang ini. Pekerjaan perancangan yang mereka lakukan semata-mata berorientasi untuk menjawab keinginan pasar. Kepandaian membaca tren desain di suatu masyarakat menjadi sesuatu yang krusial, meskipun kemampuan menciptakan tren juga tidak kalah pentingnya untuk dimiliki para pelaku dalam bidang ini. Kemampuan memprediksi tren yang akan terjadi di dalam pasar mempengaruhi keberhasilan sebuah produk. Oleh karenanya, bidang ilmu psikologi, ergonomi, antropologi, sosiologi, dan pemasaran menjadi penting bagi para pelaku desain dalam bidang *commercial design* ini. Masyarakat menerima produk hasil karyanya dan bersedia membeli serta menggunakannya sesuai dengan utilitasnya.

Maka dari itu, tidak heran jika keberhasilannya sebagian besar didefinisikan dalam istilah ekonomi. Keberhasilan produk *commercial design* ini diindikasikan dengan adanya laba atas investasi yang memadai. Sehingga dapat dikatakan bahwa penggerak utama dalam bidang ini adalah uang atau faktor ekonomi. Desainer dalam bidang *commercial design* ini merumuskan tujuan utama merancang produk adalah untuk menghasilkan produk yang bermanfaat, dapat digunakan, diinginkan, dan mampu dibeli oleh pengguna/konsumen, serta menghasilkan profit bagi desainer dan tim. Contoh produk ini adalah mobil, *handphone*, tas, sepatu, dan lain-lain.

Responsible Design

Merupakan bidang desain produk yang *concern* pada hal-hal yang bersifat sosial. Desain dalam bidang ini menjadi wujud tanggung jawab desainer untuk memberikan layanan kemanusiaan sesuai kompetensinya. Desainer bekerja untuk menciptakan produk yang bermanfaat, dapat digunakan, dan diinginkan oleh pengguna yang keberadaannya sebagian besar diabaikan oleh pasar.

Beberapa isu yang melatarbelakangi perancangan produk dalam bidang ini adalah etika, kasih sayang, empati, altruisme, filantropi, dan sebagainya. Namun, tidak berarti pembuatan produk tidak ada relevansinya sama sekali dengan kondisi pasar. Terkait dengan pasar, maka tujuan utamanya bukanlah semata-mata pemaksimalan keuntungan, tetapi untuk melayani kalangan yang kurang terlayani. Penggerak utama *responsible design* adalah membantu mereka yang membutuhkan. Keberhasilan dilihat dari penggunaan produk yang diciptakan oleh pengguna sesuai sasaran dengan harapan awal. Contoh produk di bidang ini adalah produk kaki palsu, kursi roda, *self defense kit* (untuk wanita), sarana penjualan bagi pedagang asongan, dan lain-lain.

Experimental Design

Bidang ini mengisi celah sempit di antara bidang-bidang lain dalam desain produk yang sangat luas. Tidak ada tujuan yang terlalu jelas ketika memulai proyek *experimental design*. Itu terutama pada format yang paling dasar dalam bidang ini. Salah satu motivasi untuk melakukan *experimental design* adalah rasa ingin tahu yang mendorong adanya penyelidikan terhadap suatu teknologi, metode pembuatan, konsep, estetika, atau bahkan material.

Hanya saja, secara lebih umum, dapat dikatakan bahwa tujuan utama dari *experimental design* ini adalah untuk mendapatkan objek eksplorasi tentang berbagai kemungkinan yang ada serta kurang atau tidak untuk melayani pasar. Seperti halnya *responsible design*, objek yang dihasilkan dalam bidang *experimental design* ini, dapat saja *marketable* terutama setelah dilakukan berbagai penyempurnaan dan tentunya setelah mempelajari kebutuhan pasar. Contoh yang sering dijumpai dalam bidang ini adalah pemanfaatan material alternatif (limbah, misalnya) untuk membuat produk. Contoh lainnya adalah mobil konsep, yaitu purwarupa/prototipe mobil yang dibuat untuk memamerkan gagasan baru dalam model, teknologi, dan lain sebagainya.

Mobil konsep sering ditampilkan dalam pameran-pameran untuk mengetahui reaksi calon pembeli terhadap rancangan baru yang kadang sangat radikal, yang mungkin saja akan diproduksi, atau mungkin juga tidak. Di Indonesia sendiri, contoh yang dalam bidang *experimental design* ini adalah produk berbahan olahan bonggol jagung karya Andry Masri, atau produk yang sudah memasuki industri seperti sepeda bambu “Sepedagi” karya Singgih dan kursi berbahan drum bekas “*Egg Chair*” karya Nor Jayadi.

Discursive Design

Bidang desain produk yang satu ini sangat berdekatan, bahkan kadang bersinggungan dengan bidang seni. Sebagaimana seni, *discursive design* lebih didorong oleh keinginan mengekspresikan sebuah gagasan atau pesan tertentu melalui sebuah media. Terdapat ruang bebas berekspresi dalam bidang ini. yang membedakan secara jelas dengan bidang seni adalah objek *discursive design* yang dijadikan sebagai media adalah objek utilitarian. Ini yang menjadi kuncinya. Agar lebih dianggap sebagai karya desain daripada seni, maka produk yang dihasilkan haruslah dapat berfungsi dengan baik sesuai dengan kaidah-kaidah perancangan dan kriteria peruntukannya.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *discursive design* adalah desain objek utilitas yang dilandasi oleh ide unik tertentu. Secara umum, bidang desain produk ini memang jarang dijumpai di pasaran. Objek hasil karya bidang ini lebih banyak muncul di media cetak, pameran, dan film. Contoh bidang ini adalah sebuah meja yang diberi nama “*Compass Table*” yang didesain oleh Anthony Dunne dan Fiona Raby. Mereka mendesain sebuah meja biasa yang dapat difungsikan sebagaimana layaknya. Uniknya, pada permukaan meja tersebut, mereka menanam 25 buah kompas sederhana dengan posisi rata pada bagian atas. Sehingga permukaan meja tetap rata dan kompas-kompas tersebut tetap terlihat jelas. Ketika sebuah ponsel yang

diletakkan di permukaan meja berdering, jarum pada kompas-kompas tersebut bergerak dinamis dan kacau. Kedua desainer itu ingin menunjukkan bahwa kecanggihan teknologi dewasa ini telah menempatkan manusia di tengah medan magnet yang tidak beraturan. Gelombang elektromagnet tersebut memang tidak terlihat di sekitar manusia. Namun dengan karyanya tersebut, mereka berusaha membuktikan sekaligus mengingatkan bahwa meski tidak terlihat, gelombang elektromagnet ada di mana-mana di sekitar manusia.

Uraian di atas menunjukkan adanya perbedaan kepentingan dan pertimbangan yang sangat signifikan yang melatarbelakangi terjadinya proses perancangan produk. Dengan paradigma tersebut, maka ada kemungkinan perbedaan pandangan dalam menilai desain yang dihasilkan masing-masing bidang. Karena itu, tim perumus Program Studi Desain Produk ISI Yogyakarta mencoba menganalisis dengan menggunakan konsep 10 kriteria desain Dieter Rams yang diaplikasikan pada 4 bidang desain produk di atas seperti yang disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Desain yang Baik

No	Karakteristik (Dieter Rams)	CD	RD	ED	DD	Indikator
1	<i>Innovative</i>					tingkat perbedaan dengan produk yang sudah ada Semakin tinggi perbedaan, semakin baik
2	<i>Useful</i>					tingkat kebermanfaatan Semakin bermanfaat, semakin baik
3	<i>Aesthetic</i>					Tingkat kesesuaian dengan prinsip desain Semakin concern pada prinsip desain, semakin baik
4	<i>Understandable (user friendly)</i>					Tingkat kemudahan menggunakan Semakin mudah digunakan, semakin baik
5	<i>Unobtrusive</i>					Tingkat kemampuan produk menonjolkan si pengguna Semakin mampu merepresentasikan eksistensi penggunaannya, semakin baik
6	<i>Honest</i>					Tingkat kejujuran produk Semakin jujur, semakin baik
7	<i>Long-lasting</i>					Tingkat keawetan melalui durability & reliability test Semakin awet, semakin baik
8	<i>Detail</i>					Tingkat perhatian pada hal-hal detail Semakin concern pada hal detail, semakin baik

No	Karakteristik (Dieter Rams)	CD	RD	ED	DD	Indikator
9	<i>Environmentally-friendly</i>					Tingkat dampak negatif terhadap lingkungan hidup
10	<i>As little design as possible</i>					Tingkat kerumitan/kompleksitas

Keterangan:

CD	: <i>Commercial Design</i>		: Kriteria Utama
RD	: <i>Responsible Design</i>		: Kriteria Pendukung
ED	: <i>Experimental Design</i>		: Kriteria Tambahan
DD	: <i>Discursive Design</i>		

Dari Tabel 1 tersebut dapat dilihat bahwa:

- Di bidang *commercial design*, ada 7 kriteria utama (yaitu: *innovative, useful, aesthetic, understandable, detail, environmentally-friendly*, dan *as little design as possible*), 1 kriteria pendukung (*unobtrusive*), dan 2 kriteria tambahan (*honest, long-lasting*).
- Desain produk yang baik dalam bidang *responsible design* ditentukan oleh 4 kriteria utama (*innovative, useful, aesthetic, understandable*) dan 6 kriteria pendukung (*unobtrusive, honest, long-lasting, detail, environmentally-friendly, as little design as possible*).
- Selanjutnya, 3 kriteria utama (*innovative, useful, aesthetic*) dan 7 kriteria pendukung (*understandable, unobtrusive, honest, long-lasting, detail, environmentally-friendly, as little design as possible*) menjadi tolok ukur penilaian desain yang baik bagi produk dalam bidang *experimental design*.
- Sedangkan *discursive design*, sebagai bidang yang paling dekat dengan bidang seni, memiliki keleluasaan lebih dengan hanya menggunakan 5 kriteria saja untuk penilaiannya, yang terdiri dari 3 kriteria utama (*innovative, useful, aesthetic*), 1 kriteria pendukung (*understandable*), dan 1 kriteria tambahan (*unobtrusive*).

Kesimpulan

Dalam menilai sebuah desain, diperlukan kriteria yang tidak sama tergantung dari dalam bidang apakah produk tersebut dapat digolongkan. Tentu penggolongan produk tersebut masih memiliki kemungkinan untuk diperdebatkan karena ada beberapa produk yang berada di wilayah yang bersifat abu-abu atau berada di atas batas antara dua bidang. Tetapi berbekali argumentasi yang berdasarkan data dan informasi saintifik - bukan hanya asumsi, diharapkan akan muncul kesepakatan dalam pengkategorian bidang untuk memudahkan dalam menentukan penilaian.

Dalam KKN level 6 (sarjana S-1) [3] [4] [5], khususnya dalam lingkup Program Studi Desain Produk ISI Yogyakarta, kurikulum yang baru telah disusun menyesuaikan program MBKM Kemdikbud.[6] Kategorisasi bidang desain produk oleh Bruce M. Tharp dan Stephani M. Tharp [1] juga diimplementasikan sebagai fokus perancangan

mata kuliah mayor (Desain Produk 1-4). Struktur mata kuliah Program Studi Desain Produk ISI Yogyakarta dapat dicermati pada Gambar 1.

SEM	STRUKTUR MATA KULIAH DESAIN PRODUK 2021							SKS
VIII						Seminar 2	Tugas Akhir 6	8
VII	MBKM - MAGANG	Packaging	Manajemen Pemasaran	Etika Bisnis	Proses Produksi	Teknik Presentasi	Kerja Profesi	20
		Vis Merch						
		Kriya Desain						
		3	3	3	3	3	5	
VI	MBKM - STUDENT EXCHANGE	Animasi	Kapita Selekta	Antropologi Desain	Furnitur Lanjut	Sosiologi Desain	DP - Responsibility Design	20
		Fotografi						
		Des Taman						
		3	3	3	3	3	5	
V			Kewirausaha-an & HAKI Lanjut	Psikologi Desain	Furnitur Dasar	Computer Modelling	DP - Consumer Goods	17
			2	3	3	4	5	
IV		Kewirausahaan & HAKI	Sustainable Design	Metodologi Penelitian	Mekanika Elektronika	Aplikasi Komputer Dasar	DP - Discursive Design	20
		3	2	3	3	4	5	
III		Filsafat Seni	Tinjauan Desain	Metodologi Desain Produk	Sistem Enjinering	Studi Model	DP - Experimental Design	19
		2	2	3	3	4	5	
II	Sejarah Seni Rupa	Kewarga-negaraan	Bahasa Inggris	Teknologi Material	Ergonomi Desain	Reka Visual	Desain Elementer 3D	20
	2	2	3	2	3	4	4	
I	Agama	Pancasila	Bahasa Indonesia	Pengantar Kebudayaan	Gambar Teknik	Gambar Bentuk	Desain Elementer 2D	20
	2	2	2	2	4	4	4	
								144

Gambar 1. Struktur Mata Kuliah Desain Produk ISI Yogyakarta 2021

Bidang yang berwarna biru muda merupakan mata kuliah murni (mata kuliah major) Desain Produk (39 SKS), dari mulai Desain Elementer 2D hingga Tugas Akhir. Bidang yang berwarna coklat adalah mata kuliah pendukung yang seluruhnya berjumlah 80 SKS. Kemudian bidang yang berwarna abu-abu muda merupakan mata kuliah wajib lokal ISI Yogyakarta (8 SKS). Sedangkan warna abu-abu tua adalah Mata Kuliah Umum Nasional yang secara keseluruhan berbobot 8 SKS. Prodi Desain Produk ISI Yogyakarta juga menyediakan 6 Mata Kuliah Pilihan (masing-masing 3 SKS) dengan ketentuan wajib ambil 2 MK (6 SKS). Semester 6 dan 7 dialokasikan untuk program MBKM pertukaran mahasiswa dan magang.

Referensi

- [1] Tharp, Bruce M., Stephanie M. Tharp (2019). Discursive Design: Critical, Speculative, and Alternative Things (Design Thinking, Design Theory), The MIT Press Ltd.
- [2] Rams, Dieter (2020). Ten Principles for Good Design, Munich: Penguin Random House Publishing Group GmbH
- [3] Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
- [4] Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 73 Tahun 2013 Tentang Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia Bidang Pendidikan Tinggi
- [5] Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
- [6] Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 74 P 2021 Tentang Pengakuan Satuan Kredit Semester Pembelajaran Program Kampus Merdeka.

“GOOD DESIGN” SEBAGAI LANDASAN KONSEP PEMBELAJARAN DESAIN YANG BAIK

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain
Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul, Jakarta*

PENULIS:

Salman Maulana, S.Sn., M.Ds

Putri Anggraeni Widyastuti, S.Sn, M.Ds

Oskar Judianto, S.Sn, MM, M.Ds

Pendahuluan

Apa yang dimaksud dengan desain yang baik? Desain yang baik adalah desain yang berkelanjutan. Ini menghasilkan objek, sistem, atau layanan yang berfungsi secara estetis, fungsional, dan komersial, meningkatkan kehidupan masyarakat, dan membuat dampak sekecil mungkin di planet ini. Ini adalah proses. Desain yang baik adalah kata kerja, bukan hanya kata benda. Ini adalah urutan langkah-langkah yang mendefinisikan masalah, menemukan solusi dan menjadikannya nyata. Menggabungkan kreativitas dan inovasi. Kreativitas menghasilkan ide dan inovasi mengeksploitasinya. Desain yang bagus menghubungkan keduanya. Ini menghubungkan ide ke pasar, membentuknya menjadi proposisi praktis dan menarik bagi pelanggan atau pengguna.

Memberikan Nilai.

Desain yang baik adalah manfaat yang dapat diukur, bukan biaya. Nilainya dapat diukur secara ekonomi, sosial dan lingkungan. Dan itu adalah karya desainer yang baik

(dan klien yang baik) Semuanya buatan manusia dirancang, jadi banyak desain terjadi tanpa desainer profesional. Tetapi desain yang baik kemungkinan besar terjadi ketika pelatihan, keterampilan, dan pengalaman desainer yang baik datang bersama-sama dengan klien yang tahu cara menggunakannya.[1]

Kelahiran Industrial Design

Eropa barat pada awal 1900-an. Beberapa perusahaan Jerman, termasuk AEG, produsen listrik besar, menugaskan banyak pengrajin dan arsitek untuk merancang berbagai produk untuk pembuatan. Awalnya, ini desainer Eropa awal memiliki dampak langsung yang kecil pada industri; Namun, pekerjaan mereka menghasilkan dalam teori-teori abadi yang mempengaruhi dan membentuk apa yang sekarang dikenal sebagai desain industri.

Pendekatan Eropa awal untuk *Industrial Design* (ID), seperti gerakan Bauhaus, lebih dari sekadar fungsionalisme; mereka menekankan pentingnya geometri, presisi, kesederhanaan, dan ekonomi dalam desain produk. Singkatnya, desainer Eropa awal percaya bahwa sebuah produk harus dirancang "dari dalam ke luar." Bentuk harus mengikuti fungsi.

Di Amerika Serikat, bagaimanapun, konsep awal ID jelas berbeda. Ketika desainer industri Eropa awal adalah arsitek dan insinyur, kebanyakan desainer industri di Amerika sebenarnya adalah desainer teater dan seniman ilustrator. Tidak mengherankan, ID di Amerika Serikat sering melayani penjualan dan periklanan, di mana produk eksterior sangat penting dan bagian dalamnya tidak terlalu penting. Perintis dalam desain industri AS, termasuk Walter Dorwin Teague, Norman Bel Geddes, dan Raymond Loewy, menekankan penyederhanaan dalam desain produk. Tren ini paling baik dibuktikan dalam produk-produk AS tahun 1930-an.

Dari pulpen hingga kereta bayi, produk dirancang dengan bentuk aero dinamis yang tidak berfungsi dalam upaya menciptakan daya tarik produk. Industri otomotif memberikan contoh lain. Bentuk mobil Eropa tahun 1950-an cukup sederhana dan halus, sementara mobil AS di era yang sama didekorasi dengan fitur yang tidak berfungsi seperti itu seperti sirip ekor dan gigi krom.

Namun, pada 1970-an, desain Eropa sangat memengaruhi ID Amerika, sebagian besar melalui karya Henry Dreyfuss dan Eliot Noyes. Persaingan yang semakin ketat di pasar memaksa perusahaan untuk mencari cara untuk meningkatkan dan membedakan produk mereka. Semakin, perusahaan menerima gagasan bahwa peran ID perlu melampaui bentuk dan penampilan semata. Kisah sukses seperti Bell, Deere, Ford, dan IBM, semuanya yang secara efektif mengintegrasikan ID ke dalam proses pengembangan produk mereka, membantu lebih lanjut pemikiran ini.

Pada tahun 2000, desain industri menjadi dipraktekkan secara luas di Amerika Serikat oleh para profesional di banyak pengaturan yang beragam mulai dari perusahaan

konsultan desain kecil hingga *in-house*. kantor desain dalam perusahaan manufaktur besar. Desainer industri Motorola terdiri dari departemen berjudul "desain pengalaman konsumen" dan berpartisipasi penuh dalam semua upaya pengembangan produk baru. Pendekatan Eropa awal untuk ID, seperti gerakan Bauhaus, lebih dari sekadar fungsionalisme; mereka menekankan pentingnya geometri, presisi, kesederhanaan, dan ekonomi dalam desain produk. Singkatnya, desainer Eropa awal percaya bahwa sebuah produk harus dirancang "dari dalam ke luar." Bentuk harus mengikuti fungsi.

Di Amerika Serikat, bagaimanapun, konsep awal ID jelas berbeda. Ketika desainer industri Eropa awal adalah arsitek dan insinyur, kebanyakan desainer industri di Amerika sebenarnya adalah desainer teater dan ilustrator seniman. Tidak mengherankan, ID di Amerika Serikat sering melayani penjualan dan periklanan, di mana produk eksterior sangat penting dan bagian dalamnya tidak terlalu penting. Perintis dalam desain industri AS, termasuk Walter Dorwin Teague, Norman Bel Geddes, dan Raymond Loewy, menekankan penyederhanaan dalam desain produk. Tren ini paling baik dibuktikan dalam produk-produk AS tahun 1930-an.

Dari pulpen hingga kereta bayi, produk dirancang dengan bentuk aero dinamis yang tidak berfungsi dalam upaya menciptakan daya tarik produk. Industri otomotif memberikan contoh lain. Bentuk mobil Eropa tahun 1950-an cukup sederhana dan halus, sementara mobil AS di era yang sama didekorasi dengan fitur yang tidak berfungsi seperti itu seperti sirip ekor dan gigi krom.

Namun, pada 1970-an, desain Eropa sangat memengaruhi ID Amerika, sebagian besar melalui karya Henry Dreyfuss dan Eliot Noyes. Persaingan yang semakin ketat di pasar memaksa perusahaan untuk mencari cara untuk meningkatkan dan membedakan produk mereka. Semakin, perusahaan menerima gagasan bahwa peran ID perlu melampaui bentuk dan penampilan semata. Kisah sukses seperti Bell, Deere, Ford, dan IBM, semuanya yang secara efektif mengintegrasikan ID ke dalam proses pengembangan produk mereka, membantu lebih lanjut pemikiran ini.

Pada tahun 2000, desain industri menjadi dipraktekkan secara luas di Amerika Serikat oleh para profesional di banyak pengaturan yang beragam mulai dari perusahaan konsultan desain kecil hingga *in-house*. kantor desain dalam perusahaan manufaktur besar. Desainer industri Motorola terdiri dari departemen berjudul "desain pengalaman konsumen" dan berpartisipasi penuh dalam semua upaya pengembangan produk baru.

Industrial Designers Society of America (IDSA) mendefinisikan desain industri sebagai "layanan profesional untuk menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan tampilan produk dan sistem untuk saling menguntungkan baik pengguna maupun produsen." [8] Definisi ini cukup luas untuk mencakup kegiatan-kegiatan seluruh tim pengembangan produk. Faktanya, desainer industri memusatkan perhatian mereka pada bentuk dan interaksi pengguna produk.

Dreyfuss mendaftar lima tujuan penting bahwa desainer industri dapat membantu tim untuk mencapai saat mengembangkan produk baru [9]:

- 1) **Utilitas:** *human interface* produk harus aman, mudah digunakan, dan intuitif. Setiap fitur harus dibentuk sehingga mengkomunikasikan fungsinya kepada pengguna.
- 2) **Penampilan:** bentuk, garis, proporsi, dan warna digunakan untuk mengintegrasikan produk ke dalam hal yang menyenangkan secara keseluruhan.
- 3) **Kemudahan perawatan:** produk juga harus dirancang untuk mengkomunikasikan keadaannya untuk dipelihara dan diperbaiki.
- 4) **Biaya rendah:** bentuk dan fitur berdampak besar pada biaya perkakas dan produksi, jadi ini harus dipertimbangkan bersama oleh tim.
- 5) **Komunikasi:** desain produk harus mengkomunikasikan filosofi dan misi desain perusahaan melalui kualitas visual produk.

Desainer industri biasanya dididik dalam program universitas empat tahun di mana mereka mempelajari seni pahat dan bentuk; mengembangkan keterampilan menggambar, presentasi, dan membuat model; dan mendapatkan pemahaman dasar tentang bahan, teknik pembuatan, dan penyelesaian akhir. Di dalam praktik industri, desainer menerima paparan tambahan untuk teknik dasar, lanjutan proses manufaktur/fabrikasi, dan praktik pemasaran umum. Kemampuan mereka untuk mengungkapkan ide secara visual dapat memudahkan proses pengembangan konsep bagi tim. Dalam desainer industri dapat membuat sebagian besar sketsa konsep, model, dan rendering yang digunakan oleh tim selama proses pengembangan, meskipun ide datang dari seluruh tim.

Kurikulum

Kurikulum pendidikan tinggi adalah seperangkat rencana dan pengaturan mengenai isi, bahan kajian, maupun bahan pelajaran serta cara penyampaian, dan penilaian yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran di perguruan tinggi. Kurikulum seharusnya memuat standar kompetensi lulusan yang terstruktur dalam kompetensi utama, pendukung dan lainnya yang mendukung tercapainya tujuan, terlaksananya misi, dan terwujudnya visi program studi. Kurikulum memuat matakuliah/modul/blok yang mendukung pencapaian kompetensi lulusan dan memberikan keleluasaan pada mahasiswa untuk memperluas wawasan dan memperdalam keahlian sesuai dengan minatnya, serta dilengkapi dengan deskripsi matakuliah/modul/blok, silabus, rencana pembelajaran dan evaluasi.

Kurikulum harus dirancang berdasarkan relevansinya dengan tujuan, cakupan dan kedalaman materi, pengorganisasian yang mendorong terbentuknya *hard skills* dan keterampilan kepribadian dan perilaku (*soft skills*) yang dapat diterapkan dalam berbagai situasi dan kondisi.

Kurikulum Program Studi Desain Produk FDIK UEU yang sedang berjalan saat ini adalah kurikulum operasional yang ditetapkan oleh Rektor pada tahun 2016 yang pada tahun 2016 telah dievaluasi dan dengan mengikuti perundang-undangan dan kebutuhan relevansi dengan kebutuhan dunia usaha serta dunia industri. Setiap tahun kurikulum Prodi Desain Produk-FDIK-UEU dikaji ulang baik dalam hal struktur dan isi setiap mata kuliah untuk dapat diterapkan pada tahun akademik 2017/2018. Kurikulum yang disusun mengacu pada Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) berdasarkan Perpres RI No. 8 Tahun 2012 tentang KKNI [4] dan Permendikbud RI No. 73 Tahun 2013 tentang Penerapan KKNI Bidang Pendidikan Tinggi.[7]

Disamping itu, penyusunan kurikulum juga mengacu pada Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SNPT atau SN-Dikti) sebagaimana tertuang dalam Permenristekdikti No. 44 Tahun 2015.[5] Sebagai program studi sarjana, maka kurikulum Prodi DP-FDIK-UEU akan mengadopsi kualifikasi yang dideskripsikan pada Level 6 KKNI.[4] Kurikulum ditujukan untuk dapat memenuhi sejumlah Capaian Pembelajaran baik Capaian Pembelajaran sesuai Jenjang dan Jenis pada KKNI, Capaian Pembelajaran Program Studi dan Capaian Pembelajaran Perguruan Tinggi.

Kesimpulan

Capaian Pembelajaran sesuai jenjang dan jenis yang mencakup kompetensi sikap dan tata nilai; serta kompetensi keterampilan kerja umum. Kompetensi ini didasarkan pada SNPT atau SN-Dikti. Sementara itu, Capaian Pembelajaran Prodi dan Capaian Pembelajaran Perguruan Tinggi mencakup kompetensi Penguasaan Pengetahuan dan Keterampilan Kerja Umum. Capaian Pembelajaran Prodi ditetapkan berdasarkan kesepakatan forum program studi sejenis yang ditetapkan dengan SK Menteri.[5] [6] [7] Sedangkan Capaian Pembelajaran Perguruan Tinggi disesuaikan dengan visi - misi program studi, fakultas dan universitas sendiri. Capaian-capaian pembelajaran yang telah ditetapkan tersebut diharapkan akan dapat membentuk Kompetensi Lulusan yang diharapkan yang selanjutnya akan dapat mewujudkan Profil Lulusan Program Studi Desain Produk – Fakultas Desain dan Industri Kreatif – Universitas Esa Unggul.

Kompetensi Profil Lulusan Prodi Desain Produk yang Diharapkan

Kompetensi Profil Lulusan prodi Desain Produk yang diharapkan akan dapat mewujudkan Lulusan Program Studi Desain Produk – Fakultas Desain dan Industri Kreatif – Universitas Esa Unggul. Sebagai berikut:

- Mampu menyusun ide, hasil pemikiran dan argumen saintifik secara bertanggung jawab dan berdasarkan etika akademik, serta berkomunikasi melalui media kepada masyarakat akademik dan masyarakat luas; menjadi objek penelitiannya dan memosisikan ke dalam suatu peta penelitian yang dikembangkan melalui pendekatan inter atau multi disipliner.
- Mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan tuntutan masyarakat.
- Mampu berwirausaha dalam penerapan ilmu dan pengetahuan.

- Menguasai pemahaman tentang penguasaan.
- Memiliki kemampuan manajemen pengelolaan dengan mengembangkan konsep/ide kreatif melalui pemanfaatan teknologi.
- Mampu menerapkan konsep perancangan kedalam proses sketsa produk dan technical drawing yang selanjutnya akan diteruskan kepada visualisasi 2D dan 3D software sebagai bentuk aplikasi dalam penjabaran bentuk ke dalam IPTEK.
- Pemahaman material aspek sebagai metode penerapan pada produk.
- Menguasai model maker sebagai pembentukan suatu model *prototyping* presentasi sebuah produk.
- Mampu mengambil keputusan dalam mengeksekusi sebuah desain.
- Menyelesaikan masalah dengan prinsip-prinsip desain sebagai solusi permasalahan dan memiliki fungsi yang baik.
- Mampu menghasilkan sebuah produk yang memiliki karakter, taste bernilai tinggi (cita rasa), menciptakan tren desain, sehingga produk yang dihasilkan berkualitas dan mempunyai nilai guna yang tinggi.
- Mampu menyampaikan gagasan secara tertulis, menampilkan presentasi secara efektif, dan menggunakan teknologi informasi secara bertanggungjawab (kemampuan komunikasi)

Uraian secara ringkas kompetensi pendukung lulusan

- Mampu menumbuhkan jiwa enterpreanership, sebagai lulusan yang mampu menciptakan peluang pekerjaan dan mengembangkan usaha.
- Mampu berkomunikasi dengan baik, Bahasa nasional dengan Bahasa Internasional
- Mampu beradaptasi, berinteraksi dan mengembangkan dengan kemajuan teknologi informasi yang terus berkembang.
- Mampu berpikir dan mengembangkan ide kreatif dan inovatif dalam berkerja
- Mampu menghadapi dan memiliki ketahanan mental bekerja yang baik dalam mengerjakan pekerjaan khususnya dibidang desain produk
- Mampu mengadaptasikan keilmuan didalam permasalahan dilapangan perkerjaan dan mampu menciptakan jawaban solusi keilmuan secara efektif, efisien, kreatif.
- Mampu menguasai dasar – dasar fundamental keilmuan dan keterampilan desain produk
- Mampu membuat bahan presentasi yang baik terhadap clien/konsumen baik secara individu maupun kelompok.
- Mampu bekerja secara mandiri atau kelompok untuk mensinergikan keilmuan desain produk dalam bekerja sama menciptakan solusi – solusi yang inovatif dan muktahir.

Uraian secara ringkas kompetensi lainnya/pilihan lulusan

- Bertaqwa kepada Tuhan yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius;

- Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika
- Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain
- Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara
- Mampu berpikir dan bertindak kreatif dan berwawasan global.
- Mampu bekerja dibawah tekanan, potensial, dan bekerjasama, secara profesional.
- Menjunjung tinggi nilai – nilai profesionalisme dalam berprofesi.
- Mengaplikasikan semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan di bidang desain produk
- Mampu mengendalikan ritme kerja, deadline project, ketepatan sebuah konsep perancangan kedalam sebuah produk desain.
- Kemampuan mengatur diri (managing self).
- Mampu mengembangkan potensi diri untuk mempertahankan kompetensi. (Catatan: Pengertian tentang kompetensi utama, pendukung, dan lainnya dapat dilihat pada Kepmendiknas No. 045/2002.)

Referensi

- [1] Karl T. Ulrich, Steven D. Eppinger, 2012, Product Design and Development (5th Edition), McGraw-Hill
- [2] Kepmendiknas No. 045/2002, Pengertian tentang kompetensi utama, pendukung
- [3] N. F. M. Roozenburg, J. Eekels, Product Design: Fundamentals and Methods, John Wiley & Sons, New York
- [4] Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
- [5] Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 73 Tahun 2013 Tentang Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia Bidang Pendidikan Tinggi
- [6] Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
- [7] Permendikbud RI No. 73 Tahun 2013 tentang Penerapan KKNi Bidang Pendidikan Tinggi pada tanggal 10 Juni 2013.
- [8] Hellofosta (2018) What Is Industrial Design? Diunduh dari: <https://www.idsa.org/what-industrial-design>.
- [9] Dreyfuss, Henry (1967). Designing for People. University of Michigan.

GOOD DESIGN

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Seni Rupa
dan Desain - Institut Teknologi Bandung*

PENULIS:

*Deddy Wahyudi, PhD
Prof. Imam Buchori Z
Dr. Dwinita Larasati
Slamet Riyadi, PhD
Intan Prameswari, PhD
Meirina Triharini, PhD
Dr. Arianti Ayu
Dr. M Ihsan, DRSAS
Agus Karya S., MSn
Dr. Nedina Sari*

Pendahuluan

Frasa “*Good Design*” diterjemahkan secara bebas ke Bahasa Indonesia menjadi “Desain yang Baik” dapat merujuk pada berbagai konteks di mana kata “desain” atau “merancang” dapat diaplikasikan. Secara prinsip apa yang dipelajari dalam keilmuan desain produk adalah suatu benda pakai dalam kehidupan manusia yang terwujud melalui kreasi visualnya. Oleh karena pengguna produk tersebut adalah manusia maka pendekatan pengambilan keputusan desain adalah karakteristik pengguna yang dibedakan menurut kebutuhan fisik dan psikis.

Untuk itu diperlukan sebuah studi tentang kenyamanan interaksi yang menyangkut kenyamanan inderawi, fisik dan penyampaian makna dan nilai produk. Agar sebuah desain dapat terealisasi oleh pengguna dengan baik maka dibutuhkan serangkaian pertimbangan lain yaitu teknologi dan material, manajemen desain, kepedulian terhadap lingkungan dan studi tentang kebudayaan.

Pembahasan

Definisi “*Good Design*” bersifat relatif dan kontekstual. Merujuk pada proses pembelajaran yang menjadi standar di Desain produk ITB, penulis mencoba mendefinisikan “*Good Design*” berdasarkan aspek-aspek sebagai berikut:

***Contextual Design* [1]**

Good Design merupakan desain yang baik dan benar sesuai dengan konteks produk tersebut dirancang. Konteks dalam hal ini dapat meliputi fungsi, pengguna, lingkungan, budaya, teknologi, dan lain sebagainya.

***Problem Solving* [2]**

Good Design harus merupakan suatu rancangan yang memecahkan permasalahan. Permasalahan dapat berupa permasalahan dengan lingkup besar (misalnya permasalahan dalam suatu komunitas) maupun permasalahan dalam lingkup kecil (misalnya dalam lingkup pribadi). Tentu saja permasalahan dalam hal ini tidak terlepas dari konteks di mana kebutuhan terhadap suatu desain muncul.

***Positive Impacts* [3]**

Produk yang dikategorikan sebagai *Good Design* harus mempunyai dampak yang positif terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Hal ini antara lain mencakup dampak yang positif pada manusia, komunitas, lingkungan, dan lain sebagainya. Dampak positif ini menjadi basis dalam merancang produk dimulai dari perencanaan, proses desain, produksi, penggunaan, hingga akhir di usia produk tersebut.

***Future Oriented* [4]**

Perancangan *Good Design* harus berorientasi pada masa depan. Perkembangan teknologi dan perubahan sosial yang begitu cepat mendorong desainer untuk selalu mengasah kemampuannya dengan orientasi masa depan.

***Ethical Design* [5]**

Good Design haruslah memperhatikan etika dalam proses perancangan dan hasil akhir desainnya. Dalam hal ini, etika dapat dimaknai sebagai desain yang dapat dipertanggungjawabkan secara legal, moral, dan materiil. Desain yang baik, tidak hanya terbatas hanya memenuhi etika pada salahsatu aspek, tetapi pada seluruh aspek yang terkait dari proses riset, perancangan, produksi, dan penggunaan.

***Inclusive Design and Accesibility* [6]**

Good Design harus aksesibel dan inklusif. Dengan memperhatikan kebutuhan pengguna secara detail dan spesifik, desain yang baik dapat dipahami dan digunakan dengan mudah oleh penggunaanya tanpa terkecuali.

Innovation [7]

Good Design harus mengedepankan aspek inovasi. Unsur kebaruan dalam sebuah desain adalah keharusan, karena permasalahan dan kebutuhan pengguna akan selalu berkembang seiring dengan perubahan zaman sehingga desainer perlu terus berinovasi.

Cultural Meaning [8]

Good Design harus memiliki makna kultural. Desain produk pada hakikatnya berbasis pada ilmu humanitas, oleh karena itu pendekatan-pendekatan humanitas seperti antropologi dan psikologi harus menjadi basis dalam mendesain. Berbeda dengan pendekatan desain yang dilakukan dalam keilmuan engineering, desain yang baik berfokus tidak hanya untuk menyelesaikan permasalahan secara teknis tetapi juga untuk memberikan makna pada identitas, perasaan, dan perilaku penggunanya.

Aesthetic [9]

Good Design harus memiliki nilai estetika yang tinggi. Estetika harus dimaknai dengan prinsip-prinsip estetika kontemporer dengan tetap memperhatikan kaidah-kaidah rupa dasar.

Market [10]

Good Design harus adaptif dalam menyikapi pasar yang dinamis. Perkembangan teknologi yang terus terjadi menuntut kepekaan desainer akan perubahan kebutuhan dan perilaku pasar. Oleh karena itu, desain yang baik turut beradaptasi dengan perubahan tersebut.

Producible [11]

Good Design harus mempertimbangkan bagaimana desain dapat direalisasikan. Desainer yang baik dapat mencari solusi metode produksi yang efektif dan efisien dalam mengembangkan konsep desain menjadi nyata serta memiliki fungsi sesuai dengan tujuannya.

Kesimpulan

Dalam merancang suatu produk yang memenuhi kaidah “*Good Design*”, maka aspek-aspek tersebut harus dipertimbangkan dan diaplikasikan. Aplikasi aspek-aspek ini secara holistik pada perencanaan, perancangan, proses produksi, hasil akhir, and pengolahan produk yang sudah tidak berfungsi menjadikan suatu produk dapat dikategorikan sebagai “*Good Design*”.

Maka, untuk dapat mencapai 'Good Design', desainer produk harus berupaya untuk mengembangkan inovasi desain yang kontekstual dalam menyelesaikan masalah yang dihadapinya. Mulai dari sisi etika, budaya, hingga estetika. Kemudian, desain tersebut harus mampu menghasilkan dampak positif bagi penggunanya dan berorientasi ke

masa depan. Dikaitkan dengan aspek penggunaannya, maka desain yang dikembangkan haruslah inklusif dan mudah untuk diakses. Dari sisi teknis pembuatan desain tersebut harus dapat diproduksi dengan memenuhi berbagai kriteria keekonomian produksinya dan yang paling akhir haruslah dapat diterima oleh pasar yang dituju.

Dalam aplikasinya pada proses pembelajaran, mahasiswa harus dibekali dengan pengetahuan dan skillset kemampuan yang sesuai dengan aspek-aspek ini. Dengan demikian, diharapkan di masa depan produk-produk yang diciptakan dapat memenuhi kaidah-kaidah “*Good Design*”.

Referensi

- [1] Holtzblatt, Karen, Hugh Beyer (2016). Contextual Design, Design for Life. Morgan Kaufmann
- [2] Brown, David C., B. Chandrasekaran (1988). Design Problem Solving, Knowledge Structures and Control Strategies. Morgan Kaufmann
- [3] Birkeland, Janis (2008). Positive Development: From Vicious Circles to Virtuous Cycles through Built Environment Design, 1st Edition. Routledge.
- [4] Justice, Lorraine (2019). The Future of Design: Global Product Innovation for a Complex World. Nicholas Brealey.
- [5] Crane, A. (2001). Unpacking the ethical product. Journal of Business Ethics, 30(4), 361-373.
- [6] Hassell, Jonathan (2019). Inclusive Design for Products: Including your missing 20% by embedding web and mobile accessibility. Rethink Press.
- [7] Ceschin, F., & Gaziulusoy, I. (2016). Evolution of design for sustainability: From product design to design for system innovations and transitions. Design studies, 47, 118-163.
- [8] Sarah J. S. Wilner & Aimee Dinnin Huff (2017) Objects of desire: the role of product design in revising contested cultural meanings, Journal of Marketing Management, 33:3-4, 244-271
- [9] Gage, Mark Foster (2011). Aesthetic Theory: Essential Texts for Architecture and Design. New York: WW Norton & Company.
- [10] Haeringer, Guillaume (2018). Market Design, Auctions and Matching. The MIT Press.
- [11] Tempelman, Erik, Hugh Shercliff, Bruno Ninaber van Eyben (2014). Manufacturing and Design, Understanding the Principles of How Things Are Made. Butterworth-Heinemann.

KRITERIA KUALITAS DESAIN DALAM LINGKUP PRODUK SECARA UMUM DAN PRODUK TEKNOLOGI

*Program Studi Desain Produk, Universitas Prasetiya
Mulya, Tangerang*

PENULIS:

Dhientia Andani, S.Ds., M.Phil., Ph.D.

Nurmalia, S.T., M.Eng., Ph.D.

Aulia Ardista Wiradarmo, S.Ds., M.Sc.

Anastasia Ary Noviyanti, S.T., M.Sc.

Dr. Zaki Saptari Saldi, S.T., M.Eng.

Pendahuluan

Definisi desain produk yang baik atau berkualitas di Indonesia masih belum memiliki standar yang baku. Ketiadaan standar untuk tolok ukur kualitas desain produk ini juga berpengaruh pada kesulitan dalam menentukan standar capaian belajar bagi program studi desain produk di Indonesia. Spesialisasi bidang ilmu desain produk yang beragam juga menjadi alasan untuk mendefinisikan kriteria desain produk yang baik secara umum tanpa mengurangi kekhususan dari masing-masing spesialisasi tersebut. Melalui tulisan ini, program studi Desain Produk Universitas Prasetiya Mulya (*Product Design Engineering*, PDE-UPM) mencoba mengusulkan tolok ukur desain yang baik secara umum. Selain itu tolok ukur juga ditawarkan untuk desain produk teknologi dengan sentuhan rekayasa yang merupakan warna dari PDE-UPM.

Tulisan ini bertujuan untuk menyajikan gambaran umum tentang desain yang baik untuk menjadi landasan penyusunan konvensi dan memberikan arah bagi perumusan

capaian pembelajaran lulusan dari program studi desain produk di Indonesia. Tulisan ini juga bertujuan memberikan masukan bagi penetapan kriteria dasar setiap kurasi sebuah karya desain tingkat nasional dan standar akreditasi nasional dalam bidang desain produk atau desain produk industri.

Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka dari data sekunder digunakan dalam kajian ini. Beberapa referensi yang digunakan adalah: (1) Kriteria penilaian dari kompetisi dan penghargaan desain ternama skala internasional maupun nasional, (2) Hasil kajian dan penelitian mengenai desain yang baik menurut pemikiran para desainer.

Penyelenggara Penghargaan dan Kompetisi Desain

Tabel 1 menampilkan matriks kriteria desain yang baik berdasarkan 6 penyelenggaraan penghargaan desain, yaitu *Indonesia Good Design Selection* (IGDS, Indonesia), *Good Design Award/G-Mark* (GDA, Jepang), *Red Dot Design Award* (RDDA, Jerman), *A Design Award* (ADA, Italia), *International Design Excellence Awards* (IDEA, Amerika Serikat), dan *James Dyson Award* (JDA, Inggris).[5] [6] [7] [8] Keenam penyelenggaraan penghargaan desain tersebut dipilih sebagai acuan dengan mempertimbangkan reputasinya baik secara nasional (IGDS) dan global (5 lainnya). Selain itu, JDA dipilih dengan mempertimbangkan warna produk teknologi dengan sentuhan rekayasa dari produk-produk yang sering diikuti sertakan dalam kompetisi ini, yang relevan dengan warna prodi PDE-UPM.

Tabel 1. Kriteria Kualitas Desain berdasarkan Kompetisi dan Penghargaan

IGDS	GDA	RDDA
Ide, solusi desain berkualitas, komersialitas, nilai produk, potensi pasar lokal & ekspor, kemampuan mendorong kesuksesan bisnis, inovasi, kebaruan bentuk, keindahan, kemanusiaan, norma dan etika, visi, fungsi, pengalaman produk yang lebih baik, produk multi generasi, standar kualitas desain industri, citra kualitas industri Indonesia, citra kualitas produk jadi (goods Indonesia), citra kualitas desainer Indonesia	Kreativitas, kemampuan memahami masyarakat modern, inovasi, estetika, etika.	Tingkat inovasi, kualitas estetika, kemungkinan untuk direalisasikan, kegunaan, konten emosional, dampak, diferensiasi
ADA	IDEA	JDA
Daya jual, nilai keuntungan, relevansi dengan segmen yag	Manfaat bagi klien, inovasi, estetika, manfaat	Tingkat inovasi, kemampuan produk untuk

ADA	IDEA	JDA
ditargetkan, inovasi, estetika bentuk, tekstur, finishing, komunikasi grafis, pilihan warna, bahan, konteks sosial, keberlanjutan, dampak pada alam, daur ulang, penggunaan kembali, kemudahan penggunaan, fungsi, tingkat daya tanggap, daya tahan, keabadian desain, nilai emosional, rekayasa teknis, ketersediaan teknologi, elemen kejutan, kompleksitas/kesederhanaan, detail, kemudahan produksi, skala ekonomi, keramahan sumber daya, keamanan, kemudahan perbaikan.	bagi masyarakat, manfaat bagi pengguna.	bekerja lebih baik dari produk sebelumnya, layak secara komersial, bermanfaat bagi masyarakat dan/atau pengguna

Desainer dan Praktisi Bidang Desain

Kriteria kualitas desain produk atau desain industri juga dapat dideduksi dari pandangan praktisi desainer produk industri. Dieter Rams, desainer industrial dari produk Braun berpendapat bahwa desain yang baik adalah desain yang inovatif, membuat produk menjadi berguna, memiliki estetika, membuat produk dapat dimengerti, jujur, tidak mencolok, tahan lama, desain yang menyeluruh sampai ke detail terakhir, ramah lingkungan, desain yang sesedikit.[1]

Selain itu, kriteria desain yang baik menurut berbagai desainer internasional telah dibahas dalam artikel oleh Demirbilek dan Park [2], yang dirangkum dalam Tabel 2.

Tabel 2. Rangkuman Kriteria Desain yang Baik [2]

Nyaman	Bermanfaat dan memenuhi kebutuhan pengguna
Menyenangkan	Memenuhi kebutuhan konsumen/sesuai untuk target pasar
Kuat	Ekonomis/terjangkau/nilai uang/harga
Bersahaja	Meningkatkan kehidupan kita/menciptakan gaya hidup baru
Indah	Sadar lingkungan/kemudahan daur ulang/sesuai dengan lingkungan tempat digunakan/produk berkelanjutan/terbarukan/menerapkan "desain ekologi"/pengurangan limbah/dapat digunakan kembali/dapat didaur ulang
Kemampuan melampaui fungsi	Orisinalitas/memilikisolusi unik/inovasi/kreativitas
Tidak berambisi/sederhana	Dapat dikenali/memiliki identitas/berbeda dari produk yang sudah ada
Mudah dirawat/mudah dibersihkan	Memiliki keindahan intelektual
Abadi: tahan lama secara estetika/fungsional/masa pakai	
Kemampuan melampaui bentuk	
Fungsionalitas/bekerja secara efisien	

Pintar/cerdik
Memiliki elemen kejutan
Praktis
Memiliki kepekaan
Diproduksi dengan baik
Bermanfaat dan memenuhi
kebutuhan klien

Pembahasan

Pada bagian ini, kata atau frasa yang mengacu pada desain yang baik dari hasil tinjauan pustaka dikelompokkan untuk mengetahui kriteria umum desain yang baik. Kriteria ini juga kemudian diidentifikasi kesesuaiannya dengan produk teknologi.

Kriteria Umum Desain Produk yang Baik

Terdapat kesamaan pada 4 kriteria umum desain yang baik berdasarkan kompetisi dan penghargaan desain (tabel 2), pandangan desainer yang dirangkum oleh Demirbilek dan Park [2] (Tabel 2), dan kriteria desain yang baik menurut Rams [1], yaitu:

- **Inovasi dan kreativitas:** Desain yang berkualitas memiliki nilai kebaruan yang muncul dari kreativitas, orisinalitas, dan solusi permasalahan desain yang unik dan relevan.
- **Kualitas visual:** Desain yang berkualitas memiliki kombinasi elemen visual yang tepat dan dapat menciptakan produk dengan estetika yang baik.
- **Pasar dan bisnis:** Desain yang berkualitas membuat produk yang dihasilkan memiliki nilai jual yang tinggi, sesuai dengan target konsumen, serta dapat menghasilkan keuntungan dan menunjang kesuksesan bisnis.
- **Norma dan etika:** Desain yang berkualitas merupakan desain berkelanjutan yang mempertimbangan dampak lingkungan dari produk pada seluruh siklus hidupnya, serta sesuai dengan konteks sosial masyarakat.

Apabila ditelusuri lebih lanjut, terdapat kesamaan pada 3 kriteria berdasarkan setidaknya 2 penghargaan kompetisi desain dan pendapat para desainer:

- **Fungsi dan kegunaan:** Desain yang berkualitas membuat produk menjadi bermanfaat, serta dapat memberikan nilai tambah, dan memenuhi kebutuhan pengguna.
- **Daya tahan:** Desain yang berkualitas memiliki daya tahan produk yang baik secara fungsional dan estetika.
- **Pengalaman pengguna:** Desain yang berkualitas memungkinkan pengalaman yang baik bagi pengguna dari aspek fungsional produk (misalnya kemudahan penggunaan, perawatan dan efisiensi) serta aspek emosi pengguna (kesenangan).

Ruang Lingkup Produk Teknologi (Relevansi dengan PDE-UPM)

Program studi PDE-UPM memposisikan diri sebagai program studi Desain Produk yang berorientasi pada pengembangan produk berwarna teknologi dengan sentuhan inovasi. PDE-UPM memadukan aspek manusia, rekayasa dan teknologi, seni, bisnis dan kewirausahaan dalam pendekatan desain produk yang inovatif, berkelanjutan, dan bermakna bagi penggunaannya.

Kesimpulan

Dengan mempertimbangkan hasil tinjauan pustaka dan ruang lingkup PDE-UPM, program studi Desain Produk Universitas Prasetya Mulya mengusulkan kriteria desain yang baik sebagai berikut:

- a) Inovatif
- b) Memiliki kualitas visual yang baik
- c) Sesuai dengan kebutuhan pasar dan mendukung keberhasilan bisnis
- d) Mempertimbangkan dampak lingkungan maupun sosial
- e) Bermanfaat bagi pengguna
- f) Tahan lama dari aspek fungsi maupun estetika
- g) Memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna secara fungsional dan emosional
- h) Memiliki aspek teknis/rekayasa yang relevan, bekerja dengan baik, sesuai dengan standar industri, dan sejalan dengan perkembangan teknologi.

Kriteria (a) s/d (g) berlaku secara umum untuk berbagai produk. Kriteria (h) muncul pada IGDS, ADA, dan JDA, dan merupakan kriteria tambahan yang sesuai untuk produk teknologi. Namun dalam penerapannya, perlu diperhatikan bahwa setiap kasus memiliki keunikannya tersendiri dalam artian bahwa proses integrasi kriteria tersebut harus *seamless* dan tidak dipaksakan. Jangan sampai desainer terlalu fokus terhadap teori lalu kehilangan makna dari produk itu sendiri, sehingga yang terjadi adalah kriteria desain yang baik digunakan untuk menjustifikasi sebuah desain yang sebetulnya "tidak baik."

Referensi

- [1] Jong, C. d., Klemp, K., Mattie, E., & Rams, D. (2017). Ten principles for good design: Dieter Rams: the Jorrit Maan collection. Munich: Plester.
- [2] Demirbilek, O., & Park, M. (2001). A survey of criteria for the assessment of "Good Product Design". The Fourth European Academy of Design Conference. Portugal: University of Aveiro.
- [3] Indonesia, Aliansi Desainer Produk Industri. (2021, July 27). Retrieved from IGDS: Indonesia Good Design Selection: <https://igds.kemenperin.go.id/>
- [4] Red Dot. (2021, July 27). Retrieved from redden: <https://www.red-dot.org/design-concept/jury>

- [5] Industrial Designer Society of America. (2021, July 27). International Design Excellence Awards. Retrieved from Industrial Designer Society of America: <https://www.idsa.org/IDEA>
- [6] Good Design Award. (2021, July 27). About Good Design Award. Retrieved from G-mark: <https://www.g-mark.org/about/>
- [7] A' Design Award and Competition. (2021, July 27). Evaluation Criteria. Retrieved from A' Design Award and Competition: <http://competition.adesignaward.com/evaluationcriteria.html>
- [8] The James Dyson Award. <https://www.jamesdysonaward.org/home/>

DESAIN YANG BAIK: BIJAK DALAM MENENTUKAN PILIHAN PROSES PRODUKSI DAN MATERIAL

*Program Studi Desain Produk,
Fakultas Teknik dan Desain, Institut
Teknologi dan Sains Bandung, Bekasi*

PENULIS:

Drs. Iyus Susila Sanusi, M.Ds.

Ir. Oemar Handojo, M.Sn.

Wildan Aulia, S.Sn., M.Ds.

Pendahuluan

Mendefinisikan ‘desain yang baik’ dalam lingkup desain produk industri, akan sangat bergantung dari sudut pandangnya, karena akan diperoleh beragam definisi yang sama-sama mengarah kepada seperti apa dan bagaimana nilai baik yang terwujud dan terimplementasikan pada produk hingga menjadi bagian pelengkap manusia untuk aktivitas kehidupan sosial dan budayanya. Secara fisik, suatu desain produk dirancang untuk memenuhi dan menunjang berbagai layanan kebutuhan dan kepentingan aktivitas manusia yang intensitasnya sebagian besar untuk ‘kebaikan’ dalam kurun waktu tertentu. Proses perancangan selalu melalui hasil riset dari berbagai metode pendekatan desain dan penerapan sains, teknologi dan seni, sehingga dapat menghadirkan suatu ‘desain yang baik’ yang memiliki nilai kebaruan.

Di Jerman sebagai salah satu negara yang menjadi pelopor perkembangan desain di dunia memformulasikan apa saja yang menjadi kriteria desain yang baik. Ada ‘10 perintah’ (*ten commandmen*) yang harus memenuhi kriteria desain yang baik pada

masa pasca perang dunia ke 2, yang diformulasi oleh Herbert Lindinger (Ulm) dan sampai saat ini masih sesuai untuk menjadi acuan [1]. Kesepuluh perintah itu mencerminkan bagaimana suatu desain produk harus diwujudkan agar dapat berinteraksi dan memenuhi kebutuhan pengguna dan sesuai dengan lingkungan aktivitas sosial budaya masyarakatnya. Bahkan berorientasi kepada desain yang ramah lingkungan. Kemudian dalam perkembangannya Rams memformulasikan 10 prinsip desain yang baik yang salah satu prinsipnya juga memperhatikan implikasi desain terhadap lingkungan [2]. Dalam hal ini, isu lingkungan yang tengah menjadi perhatian di dunia, kini menjadi salah satu isu menarik untuk dijadikan bahan studi kasus untuk melahirkan suatu gagasan desain yang baik dengan nilai kebaruannya.

Pengertian desain produk industri sendiri sudah sejak lama didefinisikan oleh asosiasi desain di Jerman, yang tujuan akhir aktivitasnya menghasilkan produk industri untuk upaya melayani aspek sosial dan budaya masyarakat [1]. Seiring dengan perkembangan sains, teknologi dan seni, perkembangan desain produk industri semakin membuka kesamaan perilaku sosial dan budaya masyarakat dunia sebagai konsekuensi hadirnya berbagai desain produk yang diproduksi secara massal.

Inti Keilmuan Desain Produk Industri

Penulis memahami bahwa inti dari keilmuan desain produk Industri akan selalu berkaitan dengan aspek ergonomi, ekonomi serta proses produksi dan bahan. Permasalahan yang terkait dengan aspek ergonomi adalah persoalan yang mempertimbangkan bagaimana manusia dengan keterbatasan kemampuannya, baik secara fisik, psikis, psikologis dan hal lainnya, dapat terpenuhi kebutuhannya ketika berinteraksi dengan suatu objek desain produk. Kaitannya dengan aspek ekonomi ada hubungannya dengan perilaku manusia dalam memanfaatkan, mengelola serta mengolah sumber daya yang terbatas agar dapat terdistribusi kepada semua individu.



Gambar 1. Lima Ciri Dasar Objek Desain Produk Secara Kasat Mata (Dibuat Ulang Dari Buku 'A Short Course In Industrial Design') [3].

Desain produk adalah barang/jasa yang diproduksi, didistribusikan dan dikonsumsi sekaligus menjadi jembatan terjadinya interaksi sosial masyarakat dalam upaya memenuhi kebutuhannya dalam konteks sosial dan budaya. Kemudian proses produksi dan material/bahan, terkait dengan bagaimana pemilihan material/bahan yang dibutuhkan dapat diolah dan diproses melalui alat produksi yang teknologinya terus berkembang sehingga dapat menghadirkan suatu desain produk yang memiliki nilai kebaruan.

Suatu objek desain produk secara kasat mata setelah melalui suatu proses produksi tertentu akan menghasilkan suatu wujud benda yang selalu memiliki lima ciri dasar yang secara visual dapat diidentifikasi sebagai bentuk, struktur, dimensi, tampilan dan material/bahan [3]. Dalam proses perancangan, desainer produk bersama tim disiplin ilmu lainnya secara profesional melalui kreativitas yang inovatif, mengeksplorasi, mengeksploitasi dan mengeksekusi kelima ciri tersebut untuk divisualisasikan menjadi gagasan desain yang baik, sehingga dapat diproduksi suatu desain produk yang memiliki nilai ergonomis dan ekonomis. Secara visual dari kelima ciri itulah pengguna suatu desain produk dapat mengenali nama dan fungsinya, merasakan manfaat dan kegunaannya yang sesuai dengan kebutuhan/kelengkapan aktivitas.

Persoalan proses produksi dan material/bahan merupakan dua hal yang menjadi bagian akhir dari rangkaian proses terciptanya suatu desain produk sebelum menjadi bagian dari pemenuhan kebutuhan pengguna. Sejak revolusi industri, yang ditandai dengan perkembangan penerapan sains, teknologi dan seni sampai saat ini, memungkinkan semakin berkembangnya mekanisasi industri yang terus berevolusi sehingga dapat menghasilkan material baru dan memungkinkan membuka peluang baru dalam melahirkan berbagai varian desain produk yang memiliki kebaruan, baik dari aspek pilihan material, capaian bentuk, struktur, dimensi dan tampilannya.

Bila dikaitkan dengan isu lingkungan, dampak dari proses produksi dan pilihan material pada suatu desain produk memiliki andil dalam permasalahan pencemaran dan kerusakan ekosistem lingkungan. Dalam upayanya, *output* dari proses perancangan suatu desain produk, kini diorientasikan untuk tidak menjadi bagian dari 'ancaman' terhadap lingkungan. Bagaimana untuk dapat memikirkan kembali agar limbah industri tersebut dapat didaur ulang, dipergunakan kembali dan mengurangnya melalui proses berpikir kreatif untuk dapat menghasilkan suatu desain produk yang memiliki nilai kebaruan yang berkelanjutan, dengan fokus kepada aspek proses produksi dan pilihan material yang bijak.

Banyak hasil penelitian yang dapat dijadikan acuan untuk alternatif langkah-langkah pendekatan desain dan penerapan teknologi yang terbaru yang berorientasi untuk dapat menghasilkan suatu desain produk yang ramah lingkungan. Di antaranya ada beberapa pendekatan bagaimana suatu desain produk diproduksi agar menghasilkan suatu produk yang berkelanjutan [4]. Program Studi Desain Produk ITS, memiliki visi dan bergerak sesuai dengan visi ITS sebagai dasar rujukan pengembangan ke depan, yaitu agar menjadi Prodi Desain Produk yang terkemuka di tahun 2040 dan selalu berorientasi kepada industri yang berwawasan lingkungan. Prodi Desain Produk ITS bermotivasi untuk menjadi Program Studi yang mumpuni di bidang keilmuan Desain Produk yang berorientasi pada industri berwawasan lingkungan, yang secara khusus akan diwujudkan dalam:

- Peningkatan mutu dan capaian kualitas karya desain produk yang berbasis inovasi teknologi, sains dan seni yang sesuai dengan kebutuhan hidup yang ramah lingkungan melalui pendekatan ilmu dan profesi desain produk.

- Terciptanya karya desain kreatif dan inovatif serta dapat dipertanggungjawabkan baik dari sisi fungsi maupun sisi estetis.
- Lahirnya gagasan-gagasan baru yang kreatif yang diwujudkan dalam bentuk karya desain produk serta dapat diaplikasikan ke dalam fenomena sosial dan budaya kehidupan masyarakat Indonesia.

Rancangan kurikulum Desain Produk ITSB diarahkan untuk mencetak *In house designer* pada industri maupun sebagai *designer maker* untuk menghasilkan dan memasarkan desain yang dihasilkan. Sesuai salah satu tujuan Prodi Desain Produk ITSB, lulusan harus dibekali dengan kualitas, kemampuan merancang benda fungsional untuk industri manufaktur, memiliki semangat entrepreneurship, menjunjung tinggi profesionalisme, beretika, berwawasan lingkungan dan memiliki kemampuan untuk mengembangkan diri dalam lingkungan industri berskala nasional [5].

CPL Program Studi Desain Produk

Berangkat dari pemikiran di atas, Program Studi Desain Produk ITSB, untuk menghasilkan karya Desain yang Baik Level 6 KKNi, mengutamakan pada aspek lingkungan sebagai pertimbangan utama dalam melahirkan gagasan desain yang baik, dengan berupaya memberi pemahaman dan pengetahuan terutama yang berkaitan dengan perkembangan teknologi proses produksi dan material yang terbarukan serta berwawasan lingkungan. Hal ini tentu tidak terlepas dari acuan dan kriteria yang ada dan disepakati serta CPL yang sudah tertuang dalam CPL Program Studi Desain Produk. Implementasi dalam proses belajar pada Program Studi Desain Produk-ITSB pada semua tahapan diupayakan agar mahasiswa mampu:

Tahap pendidikan dasar

Membangun kemampuan berpikir kreatif (membayangkan, membandingkan, menduga, menentukan, mengkonstruksi, merepresentasikan dan menemukan informasi dari stimulus visual), untuk dapat menghasilkan karya visual (2D dan 3D), melalui simulasi penggunaan material ramah lingkungan.

Tahap tingkat 2 ditambah dengan:

Membangun pemahaman dan pengetahuan fungsi sederhana suatu produk melalui pendekatan eksplorasi dan eksploitasi bentuk, struktur, dimensi, tampilan serta pilihan material ramah lingkungan, demi menghasilkan karya desain produk yang inovatif. Kemudian, membangun pemahaman dan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip sains dan teknologi sederhana untuk mampu mengaplikasikan secara kreatif pada karya desain produk yang inovatif dan memiliki nilai kebaruan yang ramah lingkungan.

Tahap tingkat 3 ditambah dengan:

Membangun pemahaman dan pengetahuan proses produksi dan mengenali karakter material melalui upaya pengembangan desain produk yang sudah diproses secara manual atau semi masinal untuk mampu mendapatkan pengalaman menggagas karya desain yang ramah lingkungan dalam skala industri kecil yang memiliki nilai kebaruan.

Kemudian, membangun pemahaman dan pengetahuan akan kesadaran terhadap kebutuhan yang berkaitan dengan aspek sosial budaya masyarakat agar mampu mengembangkan desain produk untuk fasilitas umum/publik yang ramah lingkungan sesuai dengan kecenderungan perilaku sosial yang tengah berkembang. Terakhir, membangun pemahaman dan pengetahuan terhadap perkembangan sains, teknologi dan seni terkini serta kaitannya dengan perkembangan sosial budaya masyarakat agar mampu melahirkan suatu gagasan desain produk yang berbasis inovasi teknologi yang baik dan memiliki nilai kebaruan yang berwawasan lingkungan.

Tahap akhir

Pada tahap Tugas Akhir sebagai pembuktian keberhasilan hasil studi di bidang desain produk industri, secara mandiri diharapkan mahasiswa mampu menggagas ide kreatif yang inovatif dalam mewujudkan karya desain yang baik, ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Desain yang baik pada Level 6 KKNI, dengan mengacu kepada CPL yang telah disepakati bersama dalam Forum Program Studi Desain Produk ADPII, serta Profil Lulusan Desain Produk-ITSB, adalah karya desain produk industri yang bijak dalam menentukan keputusan pilihan proses produksi dan material, agar ketika di akhir masa pakainya masih dapat dimanfaatkan kembali, dialihfungsikan, diredesain melalui kemampuan kreativitas dan inovasi baru. Desain yang baik dari sudut pandang fungsi dan pemenuhan kebutuhan diupayakan berorientasi kepada meminimalisir limbah industri yang mencemari lingkungan dimasa yang akan datang.

Referensi

- [1] Widagdo, Desain dan kebudayaan, 3rd ed. Bandung: ITB, 2005.
- [2] _____ (2020). Rams, Braun & Good Design, diunduh dari: <https://ifworlddesignguide.com/design-specials/dieter-rams-10-principles-for-good-design>."
- [3] Tjalve, Eskild (1979). A Short Course in Industrial Design. Newnes-Butterworths London-Boston.
- [4] Proctor, Rebecca, Samantha Hahn (2012). The Sustainable Design Book, Orion Publishing Co.
- [5] _____ (2020). Desain Produk Industri, diunduh dari: <https://itsb.ac.id/desain-produk-industri/>
- [6] Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
- [7] Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 73 Tahun 2013 Tentang Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia Bidang Pendidikan Tinggi
- [8] Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.

DESAIN PRODUK ITS: ABOUT GOOD DESIGN

*Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain
Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh
Nopember, Surabaya*

PENULIS:

*Dr. Agus Windharto, DEA.
Ellya Zulaikha, S.T., M.Sn., Ph.D.
Bambang Tristiyono, ST., M.Si
Drs, Taufik Hidayat, MT
Dr. Ir. Bambang Iskandriawan, M.Eng.
Andhika Estiyono, S.T., M.T.
Djoko Kuswanto, S.T., M.Biotech.
Primaditya, S.Sn., M.Ds.
Eri Naharani Ustazah, S.T., M.Ds.
Hertina Susandari, ST, MT
Waluyohadi, S.Ds., M.Ds.
Ari Dwi Krisbianto, S.T., M.Ds.
Arie Kurniawan, S.T., M.Ds.
My Alief Samboro, S.T., M.Ds.
Audit Yulardi, S.T., M.Ds.
Irna Irlianti, S.T., M.Ds.
Gunanda Tiara Maharani, S.Ds., M.Ds.*

Pendahuluan

Desain produk mencakup rangkaian proses strategis pemecahan masalah, memanfaatkan peluang pasar, yang mendorong inovasi dan nilai kebaruan, membangun kesuksesan bisnis, serta mengarah kepada peningkatan kualitas hidup melalui penciptaan produk, sistem, servis, dan pengalaman yang inovatif, yang memberikan manfaat dan keuntungan bagi masyarakat konsumen dan industri; mengedepankan pemikiran kreatif, analitik dan sistematis, menerjemahkan kebutuhan pengguna, estetika dan optimalisasi fungsi , penggunaan dan pemilihan

material, kemampuan produksi dan perkembangan teknologi, serta nilai tambahan dan analisa dampak baik lingkungan sosial maupun ekonomi; yang diwujudkan namun tidak terbatas pada kombinasi bentuk, *material*, warna, alur, fitur, komponen, dan lain-lain baik secara utuh maupun modular, untuk selanjutnya diproduksi atau diripitasi melalui proses otomatisasi ataupun manual, dan dapat didaftarkan sebagai Hak Atas Kekayaan Intelektual Desain Industri.[1]

Desain Produk yang Baik

Desain Produk Industri ITS Surabaya melihat bahwa desain produk tidak sekedar mengatasi permasalahan melainkan dapat memanfaatkan peluang guna memberikan manfaat dan nilai bagi masyarakat. Pada dasarnya sebuah produk dapat dikatakan baik jika berusaha mencapai aspek inovasi. Aspek inovasi menurut Windarto [6] dalam dokumen kurikulum desain produk menyatakan bahwa terdapat 5 (lima) aspek inovasi yang harus dikejar dalam menghasilkan produk yang baik yaitu:

- 1) **Aspek Fungsi** – *innovation must be services*
Produk ditinjau dari ergonomi: pengembangan produk tidak hanya menekankan pada fungsi utilitasnya saja tapi mempertimbangkan aspek manusia lainnya seperti kesehatan, keselamatan, dan kenyamanan.
- 2) **Aspek Estetika** – *innovation must be attractive*
Merupakan Aspek penting untuk membangun image produk dan perusahaan dalam menciptakan segmentasi pasar, memberikan nilai, identitas, citra, dan keunikan.
- 3) **Aspek Teknologi** – *innovation must be reliable in technology*
Aspek teknologi yang dimaksud adalah mempertimbangan proses kreasi produk dengan proses manufaktur yang dalam prosesnya produk harus dapat diciptakan dengan mempertimbangan: ketercapaian teknologi – reliability, konstruksi, analisa struktur, material dan *finishing* termasuk *maintenability*.
- 4) **Aspek Produksi** – *innovation must be produceable*
Pertimbangan produksi dalam hal *availability* dan pencapaian konsep menjadi produk jadi juga meliputi pertimbangan manufaktur, tenaga kerja, *quality*, *cost* dan *delivery*.
- 5) **Aspek Market** – *innovation must be sellable*
Aspek pasar adalah aspek yang harus dipertimbangkan dalam menghasilkan produk yang baik, mempertimbangan riset pasar, kebutuhan, peluang, *requirement*, tren dan perencanaan produksi.

Desain Produk ITS Surabaya lahir dari Departemen Arsitektur, dimana dalam evaluasi produk yang baik masih terdapat kriteria yang menganut paham *Vitruvius*. Penjabaran ke lima aspek produk yang baik dari sisi inovasi produk tersebut sejalan dengan teori *Marcus Vituvius Pollio* dalam bukunya *De Architecture*. [9] Berbicara mengenai kriteria, *Vitruvius* (31 SM – 14 M) yang merupakan seorang *old master* arsitek di dalam buku *Ten Books of Architecture* kemudian mengatakan hal sama, bahwa terdapat tiga kriteria yang kemudian harus dipenuhi sebuah karya yang

berwujud, diantaranya: Utilitas (fungsi), Firmitas (ketahanan/struktur) serta juga Venustas (keindahan).

Berdasarkan kriteria *Vitruvius* dan aspek inovasi produk agar produk menjadi kriteria produk yang baik terdapat istilah yang perlu dijabarkan lebih lanjut yakni estetika dan venustas. Estetika dan Venustas pada dasarnya adalah hal yang dapat dimaknai sama yakni tentang keindahan yang tercipta saat indra manusia merespon baik keberadaan dan tampilan sebuah produk. Pada dasarnya nilai keindahan dari sebuah produk tidak hanya terdapat pada tampilannya saja tetapi bagaimana produk tersebut mampu *delivery* nilai dengan tepat kepada penggunaannya.

Secara esensial, indra manusia yang dominan menangkap unsur estetika produk adalah indra penglihatan dan indra peraba oleh karenanya aspek *visual* desain produk perlu diperhatikan dan diolah lebih kreatif. Berdasarkan *teory gestalt* aspek *visual* desain produk harusnya mempertimbangkan aspek *unity* (kesatuan) dan *harmony* sebagai aspek penting dalam mengolah kreativitas bentuk. Aspek *visual* desain produk yang terdiri atas aspek *formal*, *perseptual* dan aspek *material* perlu diikuti dengan aspek utilitas yang baik termasuk aspek ketahanan dari produk itu sendiri sehingga produk dapat dikatakan baik.

Untuk menyatakan desain yang baik, pada dasarnya seorang desainer produk bekerjasama dengan bidang yang lain (*collaboration*) menghasilkan produk dengan mempertimbangkan keamanan, kenyamanan, dan keindahan. Produk yang baik dari sisi engineering mengarahkan sebuah produk untuk memenuhi aspek *reliability*, *availability*, *maintenability* dan *safety*. [2] Sedangkan secara prinsip desain yang baik dalam sudut pandang desain *modern* yang mengedepankan utilitas/fungsionalis terdapat 10 prinsip *Good Design* (desain yang baik), sebagai berikut.

- 1) *Good design is innovative*
Perkembangan teknologi selalu menawarkan peluang baru untuk desain yang inovatif. Tapi desain inovatif selalu berkembang seiring dengan teknologi yang inovatif dan tidak pernah menjadi tujuan itu sendiri.
- 2) *Good design makes a product useful*
Sebuah produk dibeli untuk digunakan. Hal ini untuk memenuhi kriteria tertentu, tidak hanya fungsional tetapi juga psikologis dan estetika. Desain yang baik menekankan kegunaan produk sementara mengabaikan apa pun yang mungkin dapat mengurangi nilainya.
- 3) *Good design is aesthetic*
Kualitas estetika dari suatu produk merupakan bagian *integral* kegunaannya karena produk yang digunakan setiap hari dan memiliki efek pada orang-orang dan kesejahteraan mereka. Hanya benda yang sesuai konsep dan fungsinya yang dapat dikatakan indah.
- 4) *Good design makes a product understandable*
Struktur produk harus dapat mengungkapkan fungsinya dengan memanfaatkan intuisi pengguna.

- 5) *Good design is unobstrusive*
Produk memenuhi utilitasnya dan mengurangi hal-hal yang bersifat mengganggu atau sebatas ekspresi diri pembuatnya tanpa ada nilai yang menyertainya.
- 6) *Good design is honest*
Desain yang baik itu sebaiknya jujur tidak membohongi atau memanipulasi konsumen dengan janji atau fitur yang semestinya tidak ada.
- 7) *Good design is long-lasting*
Desain yang baik memiliki masa dan keawetan sesuai dengan kebutuhan penggunaanya.
- 8) *Good design is thorough down to the las detail*
Perawatan dan akurasi dalam proses desain menunjukkan penghormatan terhadap konsumen.
- 9) *Good design is Environtmentally friendly*
Desain yang baik mempertimbangan kelestarian lingkungan dan keberlangsungan sosial
- 10) *Good design is as little as possible*
Desain yang baik Kembali menitikberatkan pada fungsi utamanya bukan sekedar tampilan atau bentukan dekoratif.

Desain Produk ITS Terkini

Saat ini Desain Produk ITS tergabung dengan Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital atau sering disebut F-CREABIZ. Fakultas ini merupakan gabungan dari beberapa departemen, yaitu: Departemen Desain Produk, Departemen Desain Interior, Departemen DKV, Departemen Manajemen Bisnis dan Departemen Studi Pembangunan. Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital adalah Fakultas yang baru terbentuk pada awal tahun 2020.

Pengertian Desain Produk menurut Ulrich & Eppinger [5] adalah layanan profesional dalam menciptakan dan mengembangkan konsep beserta spesifikasinya yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan tampilan produk hingga ke sistemnya agar produk lebih menguntungkan bagi konsumen maupun produsen. Dengan bergabung pada Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, karakter Desain produk ITS yang sejak awal berdirinya lebih berfokus pada desain industri, dengan tujuan untuk mendesain produk untuk dijual sesuai target konsumen yang dibidik (*design for business*).

Salah satu ciri, terkait desain yang baik/*Good Design*, yang ditanamkan pada mahasiswa Desain Produk ITS, bahwa ideasi desain harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan target konsumen, semua pertimbangan desain sudah diperhitungkan saat riset konsumen.[7] Membuat ide desain, tidak selalu *premium*, tidak selalu paling kuat, tidak selalu *full attractive*, tidak selalu mahal, namun ide desain harus sesuai target konsumen dan *positioning* produk dalam persaingan pasar.

Desain Produk yang baik harus mampu mencerminkan karakter konsumen dan menjadi identitas [3] dan cerminan emosi penggunaanya.[4] Dalam hal ini riset

konsumen yang detil menjadi dasar dalam menentukan kriteria-kriteria desain. Riset konsumen dapat diperoleh dari data *primer* maupun data sekunder (riset yang sudah dilakukan sebelumnya). Kolaborasi dengan Departemen Manajemen Bisnis yang sangat ahli dalam riset konsumen, menjadikan Desain Produk ITS menjadi lebih baik lagi dalam menentukan kriteria-kriteria desain dalam sebuah tema perancangan.

Desainer produk bekerja pada saat ini sangatlah kompleks, apalagi di *era industry 4.0*. seorang desainer produk harus mempunyai pengetahuan yang komprehensif, tidak hanya aspek prinsip-prinsip dasar desain yang dikuasai, tapi juga dituntut mengerti aspek teknis, enjiniring dan bisnisnya. Praktek di dunia kerja, proyek desain produk adalah pekerjaan yang multidisiplin, sehingga kolaborasi sangat penting dalam hal ini.

Kesimpulan

Seorang desainer produk harus mampu menjadi *leader* dalam sebuah proyek desain, hal ini sangat penting agar profesi desainer produk eksis dan menjadi bagian terpenting dalam setiap proyek desain. Mahasiswa Desain Produk ITS selalu ditekankan hal tersebut, bahwa kalian semua adalah seorang manager proyek desain, bukan seorang tukang gambar. Untuk itu kurikulum desain produk ITS di buat mampu membekali mahasiswa berpikir yang komprehensif, yaitu: menguasai aspek dasar desain, aspek manusia, aspek teknis dan enjiniring, pengetahuan bahan dan struktur, aspek teknologi serta aspek bisnis.

Referensi

- [1] Masry, Andry (2021). Dokumen ADPII untuk KBLI, ADPII
- [2] Badan Pusat Statistik (2020), "KBLI: Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia", Homepage: <http://www.bps.go.id>
- [3] Cross, N. (2008). Engineering Design Methods: Strategies for Product Design Forth Edition. Milton Keynes: John Wiley & Sons, LTD.
- [4] Karjalainen, T. M. (2001). When is a car like a drink? Metaphor as a means to distilling brand and product identity. Design Management Journal, 12(1), 66-71.
- [5] Norman, Donald A. (2005). Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. Basic Books. ISBN 0465051367.
- [6] Ulrich, K.T. dan Eppinger, S.D. (2008). Product Design and Development. 4th Edition, McGraw-Hill: New York
- [7] Windarto, Agus (2008), "Dokumen Kurikulum Desain Produk", Departemen Desain Produk ITS, 2008.
- [8] Brown, Tim (2008), Design Thinking, Harvard Business Review.
- [9] Wines, James (1987). De-Architecture. Rizzoli International Publications.

ASPEK AUTHENTICITY DALAM GOOD DESIGN

*Program Studi Desain Produk, Departemen Desain,
Politeknik Negeri Samarinda*

PENULIS:

Royke Vincentius F., ST., M.Ds.

Pendahuluan

Aspek gaya dalam sebuah karya seni (*art styles*) merupakan suatu hal yang penting. Gaya dapat dilihat sebagai suatu ekspresi menetap (*stable expressions*) yang mendefinisikan aspek kreatornya. Dalam telaah terhadap gaya pada sebuah karya desain, dapat dilihat aspek-aspek yang berkaitan dengan aspek *authenticity*. Dalam sebuah karya desain yang dianggap memiliki nilai *Good Design*, aspek *authenticity* memiliki arti yang sangat penting. Aspek *authenticity* diantaranya dapat berkaitan dengan politik Identitas [2], yang tentunya sangat penting dalam sebuah karya desain yang nantinya akan dilabeli sebagai *Good Design*.

Definisi *Authenticity* (Otentisitas)

Menurut Golomb [5] kata *authenticity* begitu sering digunakan dalam berbagai konteks sehingga sangat sulit untuk memberikan suatu definisi yang pasti dan tetap. Definisi *authenticity* mengenai keaslian (*genuineness*) dengan penekanan pada hal ihwal kepengarangan (*authorship*) atau pernyataan ke-asal-muasal-annya dipaparkan oleh David Hume dalam Golomb [5]. Sependapat dengan hal tersebut Errington [2] melihat pergeseran makna *authenticity* dari penekanan pada objek, menjadi lebih dikaitkan pada makna yang berkenaan dengan pribadi penciptanya (*authorship*). Menurut Outka [6], kata *authentic* (asli) sering dioposisikan dengan *artifice* (buatan). Outka berpendapat bahwa sesuatu yang *authentic* adalah sesuatu yang tua atau yang telah ada sejak dahulu, sementara yang *artifice* adalah sesuatu yang baru atau yang

baru saja dibuat, termasuk juga didalamnya sesuatu yang telah dimodifikasi dari bentuk aslinya.

Menurut Sweney dalam Errington [2], Aspek keaslian (*authenticity*), selain menginginkan usia yang tua, juga dipersyaratkan masalah ketiadaan perubahan (*time*) dan uang (*money*). Artinya bahwa sesuatu yang *authentic* tidak boleh tersentuh oleh perubahan dan masalah komoditas. Dalam konteks Sweney, ia menolak bentuk otentisitas artefak berusia tua namun didalamnya ada peran bangsa Eropa (saat itu) sebagai pemesan produk-produk dengan bentuk serupa benda-benda asli daerah tertentu dengan beberapa syarat tambahan yang mereka tambahkan kedalam produk tersebut, dengan tujuan untuk menjual kembali produk tersebut di tempat lainnya.

Sweney berpendapat bahwa sesuatu yang dilabeli otentik haruslah merupakan artefak yang dibuat dengan cara tradisional (*traditional modes*) untuk keperluan religius tradisional (*traditional religious function*), yang tidak tersentuh permintaan pasar dan monopoli bangsa Barat. Rubin dalam Errington [2] melihat suatu kemustahilan dalam konsep autentik Sweney yang menginginkan ketiadaan pengaruh dari luar termasuk bangsa Barat, maka ia mengusulkan definisi konsep autentisitas sebagai sesuatu yang dibuat oleh seorang seniman untuk bangsanya sendiri (*own people*) dan untuk tujuan-tujuan tradisional (*traditional purposes*).

Definisi *authenticity* ala Sweney maupun Errington tersebut kurang dapat diterapkan untuk menilai aspek *Good Design* dalam sebuah artefak kontemporer. Definisi yang lebih sesuai untuk diterapkan pada artefak kontemporer adalah pendapat Taylor [8] sebagaimana sependapat dengan Rousseau dan Herder (dalam Taylor).[8] Menurut Taylor [8] autentisitas lebih menekankan masalah pengungkapan dengan cara tersendiri (*articulator*) ketimbang masalah keasal-muasalan (*originator*).

Keberkaitan Antara Konsep Otentisitas, Identitas, Orisinalitas dan Nilai Estetik

Aspek kemanfaatan, sifat langka atau juga karena corak tersendiri atau berbeda yang muncul pada suatu benda atau karya dapat memunculkan suatu nilai estetik (Bullough dalam Gie).[4] Sachari [7] sependapat dengan Bullough, beranggapan nilai estetik dapat timbul melalui aspek orisinalitas dan citra. Citra dapat dijabarkan sebagai suatu dimensi yang bersumber dari jatidiri yang mendalam dan berkualitas (Mangunwijaya dalam Sachari) [7]; dapat disimpulkan bahwa citra adalah perwujudan suatu kepribadian tertentu dalam sebuah karya. Menurut Sachari [7] orisinalitas akan muncul sebagai keunikan dan ciri khas, dimana didalamnya dapat dirasakan tingkat pendalaman proses penciptaan karya seni atau desain, orisinalitas juga sering dikaitkan dengan adanya unsur kebaruan.

Menurut Sadali dalam Sachari [7], Identitas berkaitan dengan ciri khas sebagai tanda pribadi yang tidak dimiliki orang lain. Identitas merupakan bentuk eksistensi kepribadian sebagai suatu watak dan kualitas yang memancar dari seseorang. Sejalan dengan pendapat Errington [2] yang berpendapat bahwa pribadi pencipta (*authorship*) merupakan penekanan makna ihwal autentisitas dimasa kini; yang telah bergeser dari

penekanannya dimasa lalu yang lebih berfokus pada objeknya. Melalui pemaparan tersebut, dan dikaitkan dengan penjabaran mengenai otentisitas dan identitas; maka dapat disimpulkan bahwa unsur citra sebagai nilai estetika dapat disepadankan dengan nilai identitas; sementara unsur orisinalitas dapat disejajarkan dengan autentisitas.

Suatu karya seni merupakan ramuan dari unsur yang bersama-sama menyusun dan mewujudkan suatu karya [4]. Kepribadian yang muncul dalam sebuah karya sebagai akibat dari usaha meramu berbagai unsur akan membuat suatu karya berbeda dengan karya lain. Kepribadian tersebutlah yang oleh Gie dianggap sebagai *style*, yang biasanya bersifat tetap pada seorang seniman atau pada suatu kelompok tertentu. Suatu karya akan mendapatkan penghargaan sepanjang masa karena adanya suatu yang oleh Bell [4] disebut sebagai “*significant form*”.

Pendapat Bell sejalan dengan konsepsi nilai estetika yang menginginkan munculnya aspek identitas dan autentisitas yang terejawantah melalui munculnya “perbedaan” dalam tiap-tiap karya seni. Ketika suatu karya memiliki *style* nya yang tersendiri maka dapat dipastikan bahwa didalamnya telah termuat nilai *authenticity* dan identitas. Aspek Gaya dan *Significant Form* inilah yang perlu diperhitungkan dalam menetapkan definisi *Good Design*. Munro [4] juga mengungkapkan bahwa karya seni tampil dengan memanifestasikan *style* dalam bentuk yang paling otentik, khas (*typical*), dan murni (*pure*) dan dikembangkan secara paripurna (*highly developed*), walaupun peniruan (*imitations*) dan kemiripan sangat mungkin ditemukan di tempat lainnya.

Aspek Otentisitas dalam Sebuah *Good Design*

Konsep Taylor [8] merupakan konsep yang paling cocok untuk diterapkan pada analisa yang membahas ihwal otentisitas (*authenticity*) dalam sebuah *Good Design* sebagai artefak kontemporer. Dalam sebuah *Good Design* harus dapat ditampilkan aspek artikulasi sebagai pemenuhan syarat aspek *authenticity*. Dengan kata lain, aspek nilai yang harus dicari dalam sebuah *Good Design* berkaitan dengan bagaimana desainer menyajikan karya desainnya dengan caranya sendiri (*articulation*).

Jika dikaitkan dengan konsep *authenticity* ala Taylor [8], yang menginginkan aspek artikulasi, maka konsep *style* ala Munro [4] dapat dianggap sangat sesuai dengan definisi *Good Design* yang relevan untuk produk masa kini; dimana harus diakui bahwa kemiripan dengan desain produk lain tidak akan dapat terhindarkan; namun tetap dituntut adanya manifestasi gaya pribadi dari sang desainer yang membedakannya dengan karya yang lain. Dalam kaitan melakukan asesmen terhadap nilai lebih dalam suatu *Good Design*, membandingkan dan mengkontraskan identitas dalam sebuah karya desain dengan karya desain yang serupa yang lain merupakan cara menemukan sesuatu yang “khas” tersebut dalam karya tersebut yang kemudian menentukan apakah produk tersebut layak dikategorikan sebagai sebuah *Good Design*.

Terkait aspek apa sajakah yang perlu diperbandingkan dalam proses asesmen, pendapat Feldman [3] bahwa dalam setiap karya seni dan termasuk desain memiliki

aspek *image* dan *idea* patut untuk dipertimbangkan. Menurut Feldman [3], dalam sebuah karya terdapat aspek yang dapat diindera yaitu ciri-ciri visualnya; dan aspek yang tidak dapat diindera seperti makna dan sebagainya.

Kesimpulan

Dalam asesmen untuk menetapkan *Good Design*, suatu karya perlu dinilai pertamanya yang berkaitan dengan otentisitas ciri-ciri visualnya, selain itu perlu ditilik juga aspek otentisitas terhadap unsur makna dan hal-hal tak terindera lainnya. Suatu *Good Design* harus dapat dibedakan secara visual dengan produk yang serupa. Selain itu dalam kaitannya dengan aspek *authorship*, desainer karya tersebut harus mampu bertutur tentang aspek-aspek tak terindera dalam karyanya seperti ihwal makna, nilai, gerakan (*movement*) atau hal yang lainnya.

Selain aspek subjek dan objek, aspek *authenticity* perlu juga dikaji terkait konteks yang melatari penciptaan karya desain tersebut. Menurut Featherstone dalam Endraswara [1], aspek teori Produksi Kebudayaan merupakan konteks kebudayaan yang perlu diperhatikan dalam penciptaan suatu karya desain. Dalam teori Produksi Kebudayaan, pertimbangan konsumen merupakan salah satu penyebab muncul atau diproduksi suatu kebudayaan. Sebuah kebudayaan muncul karena ada konsumen yang menginginkan atau membutuhkan keberadaan kebudayaan tersebut. Inovasi akan muncul dalam suatu bentuk kebudayaan ketika semakin banyak masyarakat yang tertarik terhadap kebudayaan tersebut.

Modifikasi dapat dianggap sebagai bentuk inovasi dalam suatu kebudayaan. Perbedaan konteks juga tentunya akan memunculkan inovasi yang pada akhirnya menciptakan artikulasi sebagaimana yang diinginkan oleh nilai *authenticity* ala Taylor [8]. Ketika sebuah desain juga dapat menyentuh aspek tersebut maka nilainya sebagai sebuah *Good Design* juga seharusnya akan semakin bertambah.

Referensi

- [1] Endraswara, Suwardi. 2003. *Metodologi Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- [2] Errington, Shelly. 1998. *The Death of Authentic Primitive Art and Other Tales of Progress*. USA: University of California Press.
- [3] Feldman, Edmund Burke. 1967. *Art as Image and Idea*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- [4] Gie, The Liang. 1975. *Garis Besar Estetik (Filsafat Keindahan)*. Yogyakarta: Penerbit Karya.
- [5] Golomb, Jacob. 1995. *In Search of Authenticity*. New York: Routledge.
- [6] Outka, Elizabeth. 2009. *Consuming Traditions: Modernity, Modernism, and The Commodified Authentic*. New York: Oxford University Press.
- [7] Sachari, Agus. 2002. *Estetika, Makna, Simbol dan Daya*. Bandung: Penerbit ITB.
- [8] Taylor, Charles. 2003. *The Ethics of Authenticity*. USA: Harvard University Press.

STUDENT GOOD DESIGN

*Jurusan Desain Produk, Fakultas Teknik Sipil dan
Perencanaan Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
(ITATS)*

*PENULIS:
Faza Wahmuda, S.T, M.T*

Pendahuluan

Good Design secara konseptual dapat dimaknai sebagai produk desain produk yang terbaik dan di atas rata-rata, artinya produk tersebut memiliki indikator penilaian yang sesuai atau melebihi standart yang ditentukan. *Makna lain* bahwa *Good Design* merupakan atribut yang disematkan atas karya yang mampu menjawab kebutuhan yang ada dan menjadi solusi permasalahan desain.[3] [4] Dengan kata lain, produk menjawab persoalan yang ada. Sedangkan makna dari *Student Good Design* adalah istilah yang disematkan untuk produk karya mahasiswa yang melebihi dan mampu menjawab kebutuhan atau persoalan yang ada.[5] Tentu saja, kriteria yang ditetapkan disesuaikan dengan *capaian pembelajaran* lulusan Prodi Desain Produk.

Indikator Penilaian

SGD merupakan bagian dari penilaian sekaligus apresiasi terhadap hasil karya desain mahasiswa Jurusan Desain Produk yang berada pada Level 6 KKNi.[6] [7] [8] Indikator ini sekaligus digunakan sebagai dasar kurator dalam menilai kelayakan sebuah karya desain produk di tingkat Nasional. Sehingga nantinya mahasiswa disetiap Program Studi Desain Produk mampu mencapai hasil karya yang terstandart dan diakui oleh Afiliasi Program Studi Desain Produk Indonesia. Dengan berbagai referensi yang ada maka, Jurusan Desain Produk ITATS mengusulkan beberapa indikator yang dapat digunakan untuk memilih *Student Good Design*. [5] Adapun usulan indikator penilaian sebagai berikut [1] [2] [5]:

NO	Kriteria	Indikator	Cara Mengukur Indikator	Prosentase Penilaian
1	Eksplorasi Konsep (Ide atau gagasan)	Produk merupakan hasil pengungkapan gagasan yang disertai dengan pemikiran logis, kritis, sistematis dan kreatif (kualitas informasi dan nilai dari wujud gagasan)	Produk menggambarkan konsep yang dibangun (aspek Originalitas, inovasi, kreativitas)	25%
2	<i>Aesthetic, Attractiveness</i>	Kualitas pengungkapan gagasan olah Visual yang menunjukkan diferensiasi produk	- Kualitas Visual - Diferensiasi Visual Produk	20%
3	Aspek Teknis dan Fungsionalitas Desain	Desain yang dihasilkan menunjukkan aspek fungsi dan teknis yang <i>reliable</i> untuk diproduksi	Pengukuran aspek teknis desain termasuk aspek ergonomi, mudah digunakan (<i>easy in use, user friendliness</i>)	20%
4	Dampak Positif dari Desain	Produk memberikan dampak positif bagi masyarakat	Aspek kemanfaatan produk bagi masyarakat	20%
5	Pasar dan Isu Desain	Produk berbasis kebutuhan pasar dan mampu menjawab persoalan kebutuhan masyarakat (Isu Produk)	Aspek ekonomi dan pasar terhadap produk	15%

Referensi

- [1] Jeanne Liedtka, Why Design Thinking Works, Harvard Business Review, September-October 2018 issue, Page 72-79;
- [2] Donald A Norman, The Design of Everyday Thing;
- [3] Good Design criteria of Selected Design Awards (Indonesia, Ausy, Jerman, The G Mark, Good Design Award japan, etc);
- [4] Oya Demirbilek and Miles Park, A Survey of Criteria for The Assessment of Good Product Design, University of Aveiro, Portugal, April 2001; dan
- [5] Capaian Pembelajaran Program Studi Desain Produk Program Sarjana, Forum Program Studi Desain Produk Indonesia.
- [6] Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
- [7] Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 73 Tahun 2013 Tentang Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia Bidang Pendidikan Tinggi
- [8] Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi



Indonesia Industrial Design Student Award 1

11 September 2021 di Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya

30 KATEGORI DESAIN IIDSA-1 2021

Pada awal IIDSA ini, kami memberikan 30 kategori penghargaan sebagai berikut:

- *Design with social innovation*
- *Eco-friendly/sustainable design solutions*
- *Market-ready design solutions*
- *Design with aesthetics appeal*
- *Design with human-factors oriented solutions*
- *User-friendly design solutions*
- *Design with cultural-awareness solutions*
- *Design with advanced-technology*
- *Transformative design solutions*
- *Design with material innovation*
- *Craft-based design solutions*
- *Design with consumer lifestyle oriented solutions*
- *Design with business oriented solutions*
- *Design with educational purposes*
- *Design for multi considerations*
- *Unique design solutions*
- *Original design solutions*
- *Design with special purpose/needs*
- *Wow factor design solutions*
- *Design for fun*

- *Emotional design solutions*
- *Extravagant design solutions*
- *Futuristic design solutions*
- *Design with safety oriented solutions*
- *Cost-effective design solutions*
- *Service oriented design solutions*
- *Borderless design*
- *Elusive design solutions*
- *Provocative design solutions*
- *Slow design*

Perincian dari masing-masing kategori penghargaan tersebut di atas adalah sebagai berikut.

Design with social innovation

Pendekatan desain yang difokuskan pada pendekatan empatik melalui desain sistem, pemikiran kritis, dan imajinasi untuk menjawab satu dari sekian masalah sosial masyarakat yang kompleks untuk merancang solusi bersama dengan mereka yang secara langsung terpengaruh oleh masalah sosial tertentu. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi masalah sosial yang dibawa kelompok masyarakat calon pengguna dengan melibatkan, mendukung, mendorong, dan memberdayakan mereka melalui kontribusi aktif ide-ide, keyakinan dan ritualnya secara kondusif, sehingga menghasilkan dinamika interaksi dan kekuatan yang secara sistemik dapat mendorong perubahan perilaku yang positif. Tujuannya adalah menghasilkan alternatif solusi desain dan penciptaan ide-ide baru yang memungkinkan perubahan sosial sistemik yang positif bagi kelompok/komunitas penggunanya serta membantu mereka menjadi lebih kreatif, lebih inovatif, dan lebih tepat setiap saat.

Eco-friendly/sustainable design solutions

Pendekatan desain yang komprehensif untuk mengurangi dampak negatif pengembangan produk terhadap lingkungan, serta kesehatan dan kenyamanan penggunanya secara berkelanjutan. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi komprehensif, mulai dari: efisiensi material, efisiensi energi, penggunaan bahan yang ramah lingkungan, berkelanjutan atau dapat didaur ulang, menggunakan proses produksi dengan efisiensi energi yang lebih tinggi, hingga sistem produksi yang menghasilkan limbah dan polusi sesedikit mungkin, serta mengurangi dampak ekologi dari sistem distribusinya. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain yang menghasilkan produk yang berfungsi lebih baik dan tahan lama, dengan menggunakan bahan dan sumber daya dengan dampak lingkungan yang seminimal mungkin.

Market-ready design solutions

Pendekatan desain yang difokuskan pada menghasilkan produk yang siap jual/dipasarkan dalam pengembangan ide produk. Proses pengembangan desainnya dimulai dan berfokus pada eksplorasi peluang pasar secara signifikan sebagai langkah pertama. Bukan didasarkan pada fokus yang berlebihan pada ide dan pengembangan produk. Desain awal dimulai dari berapa banyak uang yang dibutuhkan, lalu memastikan produk tersebut layak produksi, berapa biaya produksinya, dan berapa seharusnya harga eceran untuk produk tersebut. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain yang final (mulai dari mendefinisikan visi produk, strategi, proses desain, dan proses produksi yang optimal) hingga produk tersebut siap pasar untuk menghasilkan lebih banyak pendapatan atau meningkatkan margin keuntungan.

Design with aesthetics appeal

Pendekatan desain yang mengeksplorasi kualitas estetika sebagai elemen utama dalam pengembangan desainnya dengan cara yang menyenangkan sebanyak mungkin indra penggunanya, mengacu pada cara produk terlihat dan terasa. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi estetika sebagai faktor utama dalam pengembangan desain produk. Bukan pada fungsinya. Eksplorasi estetika yang dimaksimalkan melalui pendalaman intens pada proporsi, keseimbangan, warna, bentuk, pola, garis, tekstur, berat visual, keseimbangan, skala, kedekatan, dan gerakan untuk membantu mencapai estetika visual yang setinggi mungkin demi memuaskan sebanyak mungkin indera calon penggunanya. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain yang memiliki daya tarik estetika tinggi sebagai atribut yang memberikan kualitas desain yang menyenangkan sebanyak mungkin indera penggunanya.

Design with human-factors oriented solutions

Pendekatan desain yang berpusat pada penerapan faktor manusia dan ergonomi, khususnya, berfokus pada prinsip-prinsip kemampuan dan keterbatasan psikologis dan fisiologis penggunanya. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi karakteristik fisik dan psikologis pengguna yang dituju dalam perilaku serta proses interaksinya dengan produk. Rekayasa dilakukan untuk mengurangi kesalahan pengguna dan peningkatan produktivitasnya sambil meningkatkan keselamatan, keamanan dan kenyamanan dalam mengoperasikan produk. Pengguna dilihat sebagai subjek agar dapat bekerja selaras dengan perangkat kerja dan teknologi. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain dan prosedur yang aman dioperasikan untuk jangka pendek dan nyaman dipergunakan untuk jangka panjang.

User-friendly design solutions

Pendekatan desain yang menganalisis karakteristik fisik dan mental pengguna saat berinteraksi dengan produk dan berbagai fitur antarmukanya. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi mendalam pengalaman pengguna melalui pengumpulan informasi dari sudut pandang mereka terhadap masalah yang ditangani,

memahami pengguna dalam aktivitas kerja mereka di keseharian, dan memahami interaksi yang khas antara pengguna dan produk. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain yang ramah pengguna melalui tampilan bentuk, tekstur, warna serta antar muka yang sederhana, bersih, intuitif, andal, dan nyaman saat digunakan.

Design with cultural-awareness solutions

Pendekatan desain yang didasari pada konteks penumbuhkembangan kesadaran budaya penggunanya. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi sistem kepercayaan, nilai, kebiasaan, perilaku, dan artefak yang digunakan kelompok masyarakat yang menjadi targetnya untuk mengatasi permasalahan mereka, dan yang ditransmisikan dari generasi ke generasi melalui proses pembelajaran. Selanjutnya, memandu mereka sebagai sosok yang merancang solusi mereka sendiri. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain yang peka budaya dan mampu membangun jembatan serta mengintegrasikan dimensi budaya target segmentasi penggunanya dalam mengarungi pergeseran dimensi waktu melalui desain.

Design with advanced-technology

Pendekatan desain yang menjembatani koeksistensi antara teknologi baru yang canggih untuk mengoptimalkan kinerja, meningkatkan efektivitas dan efisiensi, serta mengurangi waktu dalam pengoperasian produk. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi penelitian teknologi terbaru yang berkelanjutan sebagai *base line* pengembangan produk dengan membahas berbagai aspek yang berubah atau dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan bagaimana desainer dapat berkontribusi positif di tengah fenomena disruptif tersebut. Tujuannya menghasilkan solusi desain untuk menjembatani gap teknologi maju dalam memandu kemajuan pengguna dan masyarakat dan nilai-nilainya yang mengarah ke masa depan yang lebih baik.

Transformative design solutions

Pendekatan desain produk dan/atau layanan yang dikaitkan dengan aktivitas berpusat pada pengguna di dalam organisasi komunitas untuk menggerakkan perubahan progresif secara sosial. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi karakteristik latar belakang etnografis komunitas/kelompok masyarakat sebagai target penggunanya melalui penggalian sisi intrinsik sosial dan cara pandangnya, sehingga dapat menghilangkan resistensi, lalu mengajak mereka terlibat dalam proses transformasi yang dirancang. Tujuannya untuk menghasilkan solusi desain yang dapat memicu perubahan progresif secara sosial pada komunitas/kelompok masyarakat yang menjadi penggunanya.

Design with material innovation

Pendekatan desain yang digerakkan oleh inovasi material serta teknologi produksi yang kompatibel sebagai pertimbangan sistematis utamanya. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi aneka material baru yang dapat mempengaruhi dan mengubah pendekatan desain. Teknologi material dan metode produksinya

menjadi kunci seluruh proses desain. Produk dipilih dengan cermat dan menampilkan penggunaan inovatif dari bahan tertentu. Tujuannya adalah menghasilkan kebaruan solusi desain sebagai luaran dari eksplorasi material baru dan inovatif.

Craft-based design solutions

Pendekatan desain yang menggabungkan ide visual, utilitas, dan praktek kerajinan dan interaksi riilnya dalam pengembangan produk baru. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi ide atau konsep fungsi dan visual produk yang menggabungkan imajinasi dan optimalisasi keterampilan tangan pembuatnya untuk menghasilkan sebuah karya dengan tingkat detail yang setiap elemennya dibentuk dengan tepat, menyelaraskan fitur dan fungsi produk secara mendalam, berfokus lebih kepada kualitas pengerjaan artisan dibandingkan bahannya. Tujuannya menghasilkan solusi desain kontemporer produksi terbatas yang mengeksplorasi elemen desain dari praktek produksi berbasis kerajinan untuk menghasilkan makna dan nilai baru produk.

Design with consumer lifestyle oriented solutions

Pendekatan desain yang selaras dengan sifat, kekuatan, nilai, impian, hasrat, dan gaya hidup kelompok pengguna yang memiliki minat atau ingin hidup dengan cara tertentu. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi aspirasi, cara hidup konsumen dan mempertimbangkan berbagai jenis kelompok gaya hidup yang terkait dengan produk dan membangun strategi pemosisian, penargetan, dan pemasaran. Tujuannya menghasilkan solusi desain yang dapat menginspirasi dan memotivasi kelompok pengguna tertentu dengan gaya hidupnya melalui penciptaan makna yang memandu hubungan pengguna dengan objek demi perluasan konsumerisme.

Design with business oriented solutions

Pendekatan desain yang berhubungan erat dengan promosi, riset pasar, organisasi penjualan, kompetitor, dan komunikasi dengan target penggunaannya untuk memecahkan masalah pengguna atau memuaskan kebutuhan mereka. Selanjutnya, menganalisisnya dari sisi desain untuk tujuan bisnis. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi antara desain dan pemasaran. Untuk membuatnya berhasil, desainer harus mengetahui faktor-faktor pengaruh dan metode kombinasi yang paling efektif serta berdampak besar pada keuntungan. Tujuannya adalah mencari solusi optimal desain yang *market driven* ke dalam proses desain sejak tahap awal pengembangan produk, sehingga dapat dihasilkan produk yang mampu menarik target pengguna dan melibatkan mereka, memicu keinginan untuk menggunakannya lagi, serta membuat pengguna memiliki alasan kuat untuk menyukai dan membelinya.

Design with educational purposes

Pendekatan desain yang berkaitan dengan pembelajaran, pengajaran, pelatihan untuk sarana bantu untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi sarana yang secara substansi menggambarkan, menjelaskan, mendemonstrasikan, dan merefleksikan strategi penggunaan praktis

produk sebagai bagian dalam proses pembelajaran mulai dari balita hingga dewasa. Baik secara formal maupun informal. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain yang dapat memberdayakan penggunanya untuk mencapai potensi penuh mereka dalam kreativitas, kemandirian, dan kolaborasi.

Design for multi considerations

Pendekatan desain yang terdiri dari gabungan strategi, manusia, proses, dan teknologi untuk menangkap sejumlah besar ide dari keberagaman pemangku kepentingan dalam menghasilkan desain yang optimal. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi dan eksperimentasi yang menggabungkan berbagai peralatan, teknologi, kolaborasi multi-disiplin dan target hasil yang berorientasi pada berbagai kategori penggunanya secara spesifik melalui pola pikir yang berpusat pada pengguna melalui pelibatan membuat para pemangku kepentingannya. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain darisisi bisnis, proses, dan teknologi dengan konfigurasi khas, dan modul yang dapat digabungkan secara fleksibel sesuai kebutuhan.

Unique design solutions

Pendekatan desain yang sangat luar biasa atau tidak biasa untuk menghasilkan versi yang lebih baik dari desain yang sudah baik sebelumnya melalui peningkatan kualitas desainnya. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi ide yang tidak konvensional, *out of the box*, dan tidak biasa. Desainer keluar dari zona nyamannya dalam menggali keunikan, gaya, dan kepribadiannya melalui karya yang dihasilkan melalui proses eksekusi secara berbeda dengan *mainstream* yang ada terhadap masalah yang mungkin saja sama. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain dengan tampilan yang unik sebuah perspektif baru.

Original design solutions

Pendekatan desain yang membutuhkan solusi yang benar-benar baru bahkan untuk masalah yang sama, bukan merupakan pengulangan atau stereotip dari yang sudah ada. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi dalam mencari gagasan-gagasan segar pada penemuan sisi kebaruan solusi yang dapat ditawarkan dan belum digunakan atau belum diketahui sebelumnya. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain yang benar dengan kualitas kebaruan yang tinggi serta mencerminkan identitas, perspektif, dan interpretasi unik dari desainernya.

Design with special purpose/needs

Pendekatan desain yang dikembangkan secara inklusif untuk pengguna berkebutuhan khusus dan/atau untuk kegunaan khusus. Proses pengembangan desain dengan tujuan khusus berfokus pada eksplorasi desain yang dikembangkan dan diproduksi sesuai spesifikasi untuk kegunaan yang spesifik. Sedangkan proses pengembangan desain untuk pengguna berkebutuhan khusus berfokus pada eksplorasi desain berdasarkan karakteristik spesifik fisik dan/atau mental penggunanya. Tujuannya

adalah menghasilkan solusi desain yang spesifik untuk penggunaan khusus dan/atau segmen pengguna yang berkebutuhan khusus.

Wow factor design solutions

Pendekatan desain yang dilakukan untuk melampaui harapan pengguna dalam memberikan pengalaman interaksi dengan produk dan layanan yang hebat. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi detail pada desain produk yang mampu mempengaruhi cara pengguna berperilaku, merasakan dan bereaksi terhadap fitur atau fungsi luar biasa yang ditawarkan hingga dapat menciptakan reaksi intens yang dapat membuat kagum pengguna. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain yang persuasif dengan daya tarik khas lewat kualitas atau fitur yang sangat mengesankan pengguna.

Design for fun

Pendekatan desain yang berorientasi pada penjelajahan, penemuan, dan kejutan yang dapat membangun tingkat kesenangan pengguna saat berinteraksi dengan produk. Proses pengembangan desainnya bukan hanya tentang nilai dasar yang fungsional, tetapi lebih berfokus pada eksplorasi secara cerdas sisi kognisi pengguna dalam mengenali, mengartikan, mempelajari, menyerap, memaknai, dan mempraktekan pola-pola baru saat pengguna berinteraksi dan/atau bereksplorasi dengan produk yang mampu memberikan rasa senang. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain yang memberikan kesenangan kepada pengguna dan mampu meningkatkan keterlibatan mereka secara mendalam melalui penciptaan koneksi, keterlibatan, kenangan, dan pengalaman.

Emotional design solutions

Pendekatan desain yang membangkitkan emosi yang menghasilkan pengalaman pengguna yang positif. Proses pengembangan desainnya berfokus pada tiga tingkat desain berbeda dalam menangkap bagaimana orang bereaksi secara emosional terhadap pengalaman visual: visceral (menarik perhatian pada kesan pertama), behavioral (menghasilkan fungsi, kinerja, dan sensasi fisik yang menyenangkan saat dioperasikan), dan reflektif (membangun impresi positif jangka panjang) terhadap desain yang dikembangkan. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain yang dapat membangun pengalaman positif dan membuat pengguna terhubung secara emosional dengan produk.

Extravagant design solutions

Pendekatan desain yang secara visual mengeksplorasi konteks eksklusivitas dan kemewahan secara cerdas dengan cara unik. Proses pengembangan desainnya berfokus pada eksplorasi individual dalam mengeksplorasi indera manusia untuk membangun hubungan asosiatif yang mendalam dengan citra mewah melalui pendekatan yang tidak biasa dengan perhatian terhadap kustomisasi dan kualitas detail secara presisi. Tujuannya adalah menghasilkan solusi desain yang masuk ke

dalam kategori produk premium dan mampu mengangkat citra elegan, mewah, eksklusif, mencolok, dan inspiratif.

Futuristic design solutions

Pendekatan desain dalam kerangka berpikir maju dengan lompatan sudut pandang yang berorientasi masa depan. Proses pengembangan produk berkolaborasi dengan teknologi maju, mulai dari mengeksplorasi material baru, model produksi yang berbeda, hingga mengembangkan pemikiran terbuka tentang pengguna dan ekosistemnya pada masa mendatang. Tujuannya adalah untuk menghasilkan konsep pemikiran yang berpikiran maju, inspiratif yang terimplementasikan pada solusi desain yang memiliki hasil terobosan untuk masa depan.

Design with safety oriented solutions

Pendekatan desain yang dikembangkan melalui identifikasi dan analisis risiko yang diperlukan dari berbagai potensi kecelakaan dalam pengoperasian produk, sesuai dengan standar keselamatan pada kategori produk yang dikembangkan, validasi metode dalam merancang konsep keselamatan dan keamanan dengan mempelajari karakteristik—limitasi fisik dan psikis manusia. Proses pengembangan desainnya berfokus pada *intervensi* ergonomi untuk perbaikan dan peningkatan sistem interaksi manusia dan produk. Tujuannya menghasilkan solusi produk yang meningkatkan keamanan dan keselamatan kerja pengguna dalam mengoperasikan produk tersebut, disamping *meningkatkan produktivitas kerja pengguna*.

Cost-effective design solutions

Pendekatan desain yang menghasilkan alternatif solusi produk yang baik dengan manfaat yang minimal sama melalui eksplorasi efektivitas dan efisiensi material, teknologi—pembuatan, komponen, pemeliharaan, dan perbaikan yang terjangkau atau *berbiaya* rendah dikaitkan dengan siklus hidup ekonomisnya. Proses kreatif yang dilakukan meliputi: daya adaptasi untuk mendukung banyak fungsi tanpa mengubah desain, transformabilitas fungsi tanpa perubahan konstruksi, dan konvertibilitas, untuk mengantisipasi kebutuhan masa depan. Tujuannya adalah untuk menghasilkan produk dengan biaya kepemilikan yang menghasilkan keuntungan yang lebih besar bagi pengguna dalam jangka panjang.

Service oriented design solutions

Pendekatan desain secara sistemik yang berfokus dan berorientasi pada mencari solusi baru untuk pengembangan fungsionalitas proses layanan fisik melalui minimalisasi biaya, tenaga, dan waktu layanan agar pengguna dapat berinteraksi secara tanpa hambatan dengan persyaratan baru dan perubahan dari sistem layanan yang ada dalam waktu yang lebih singkat. Tujuannya adalah untuk mengembangkan sistem layanan yang lebih adaptif dan mampu merespons perubahan yang dinamis.

Borderless design

Pendekatan desain yang tidak konvensional, keluar dari batas konseptual desain baku dan menembus batas antara desain, seni, dan teknologi menuju ruang eksplorasi tanpa batas dengan cara kolaboratif dan membuka berbagai kemungkinan baru yang mengaburkan batas antara budaya, masyarakat, dan produk. Tujuannya adalah untuk menghasilkan lebih banyak kemungkinan desain produk artisan yang mampu memberikan energi baru keluar dari dominasi politik identitas melalui pencairan nilai-nilai budaya melalui ekspresi produk yang penuh dengan makna simbolis.

Elusive design solutions

Pendekatan desain yang melakukan banyak pendekatan analitis dan eksperimen untuk menemukan solusi yang tepat, efisien, efektif, ekonomis, dan ramah lingkungan untuk problematika yang kompleks/rumit. Sehingga, membutuhkan proses desain yang melibatkan sekumpulan teknik, alat bantu, filosofi, dan keterampilan desainer dalam mengembangkan sebuah model sebagai pendekatan untuk menjembatani serangkaian masalah yang memerlukan solusi desain dengan lebih baik. Tujuannya agar produk yang dihasilkan tetap dapat dioperasikan secara optimal sesuai dengan limitasi fisik dan psikis berbagai jenis penggunaanya.

Provocative design solutions

Pendekatan desain yang mengeksplorasi gagasan kritis yang merangkul paradoks dan polaritas secara orisinal, berani, dan secara konseptual menemukan keberanian untuk melepaskan diri dari *status quo* nilai-nilai yang ada untuk kemudian diterjemahkan ke dalam desain yang visioner dan imajinatif melalui eksplorasi solusi yang berbeda dengan yang lain pada skala yang lebih luas. Di sini, desainer dapat menawarkan perspektif yang sama sekali berbeda tentang solusi desain terhadap suatu masalah atau tujuan dari pengembangan desain yang dilakukannya. Konsep desain lahir dan dikembangkan dari kontradiksi yang berani untuk melepaskan diri dari konsep-konsep yang tradisional, stereotip, dan konvensional dengan tujuan untuk mengeksplorasi solusi pada skala yang lebih luas. Selanjutnya, dapat membangun pengalaman yang luar biasa, merangsang diskusi, dan membuka wawasan penggunaanya.

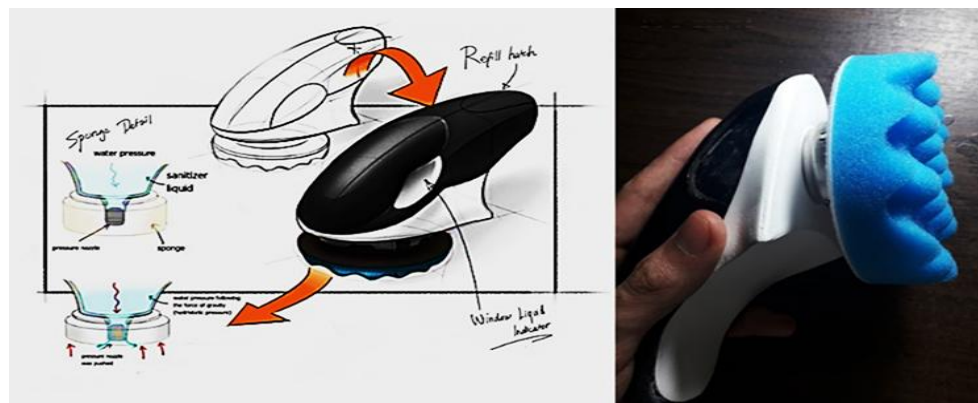
Slow design

Pendekatan desain yang inklusif dan kolaboratif dalam mengungkapkan, memperluas, merefleksikan, melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal berikut kearifan lokalnya dalam proses pengembangannya yang berfokus pada peningkatan ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan alam setempat dimana desain tersebut akan digunakan secara berkelanjutan. Tujuannya adalah untuk membangun sistem yang dapat memberikan dampak positif jangka panjang pada menciptakan perubahan perilaku yang positif, peningkatan kesejahteraan manusia dan lingkungan dari produk yang dirancang.

KATEGORI PENGHARGAAN

User-friendly Design Solution

Nama mahasiswa : Hubert Fernaldy
Nama produk : *HYGIENE-HAND (Practical, Portable and Easy Cleaning Tool)*
Perguruan Tinggi : Institut Teknologi Nasional (Itenas), Bandung
Nomor pendaftaran : 10
Skor : 4



Isi Kurasi : Solusi desain mempertimbangkan kebutuhan pengguna mengenai alat yang bersifat *handy* dan praktis untuk membersihkan permukaan benda non-tekstil. Produk dirancang mengombinasikan busa pengelap dengan kontainer cairan pembersih (*sanitizer liquid*). Bentuk pegangan yang mengakomodasi genggam tangan secara penuh (*full-hand handling*) memungkinkan gerakan menggosok ke segala arah dengan aman.

Bentuk dan ukuran pegangan (*handle*) *HYGIENE-HAND* menstimulasi sensasi fisik yang memungkinkan pengguna untuk merasa nyaman saat mengoperasikan produk. Tampilan produk secara keseluruhan memiliki impresi sebagai benda fungsional yang mudah dipahami (*easy to understand*) dan mudah digunakan (*easy to use*). Hal ini menunjukkan pemahaman desainer akan pentingnya kemudahan dan kenyamanan operasional pengguna saat berinteraksi dengan produk.

KATEGORI PENGHARGAAN

Design with Consumer Life-style Oriented Solution

Nama mahasiswa : Kautsar Muhammad Eru Cakra
Nama produk : MAKO *Athleisure Running Shoes*
Perguruan Tinggi : Institut Teknologi Nasional (Itenas), Bandung
Nomor pendaftaran : 11
Skor : 2



Isi Kurasi : Produk MAKO merepresentasikan perancangan desain dengan fokus pada pendekatan gaya hidup. MAKO, sebagai sepatu lari pemula, dirancang untuk merespon peluang pasar yang memiliki potensi besar yaitu generasi millennial terutama yang tinggal di kawasan urban, yang menjadikan olahraga lari sebagai bagian dari gaya hidupnya. Dalam konteks ini, olahraga lari sebagai gaya hidup merupakan media bersosialisasi dan bentuk mereka untuk menyegarkan pikiran setelah menjalani rutinitas, sehingga busana menjadi bagian yang penting sebagai *fashion statement* dari setiap orang.

Produk MAKO dirancang berdasarkan hasil riset terhadap tren busana *athleisure* yaitu gaya berpakaian *sporty* yang diterapkan untuk aktivitas *casual*. Penggunaan produk *sport* dalam kehidupan sehari-hari menuntut produk untuk memiliki kualitas visual, spesifikasi material, serta fitur yang *versatile* untuk beragam aktivitas baik olahraga lari maupun bepercgian sehari-hari serta mudah untuk digunakan.

KATEGORI PENGHARGAAN

Design with Aesthetics Appeal

Nama mahasiswa : Jeff Raza Milzam
Nama produk : BELLAROSA *Electric Scooter*
Perguruan Tinggi : Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya
Nomor pendaftaran : 13
Skor : 3



Isi Kurasi : Desain BELLAROSA *Electric Scooter* ini mencoba menjawab kebutuhan konsumen urban yang memiliki mobilitas tinggi akan alat transportasi yang tidak saja praktis dan bebas polusi, namun juga mampu merepresentasikan eksistensi dirinya. Perancangan produk ini tampak menitikberatkan pandangan motor “sebagai perhiasan” atau alat transportasi yang mampu meningkatkan rasa percaya diri pemiliknya. Tentu aspek-aspek lainnya, seperti ergonomi dan teknologi, tidak dikesampingkan dalam proses perancangannya.

Pilihan retro *future-classic* ala Vespa 946 sebagai gaya yang mendominasi performa visual skuter listrik BELLAROSA menjadi daya tarik utama produk ini. Meskipun fitur teknologi yang diaplikasikan dalam produk ini hampir sama dengan lainnya, namun estetika visualnya menjadi kekuatan yang dimilikinya.

KATEGORI PENGHARGAAN

Design with Consumer Life-style Oriented Solution

Nama mahasiswa : Elta Salsabila
Nama produk : E-STRIKE STROLLER, Sarana Beraktivitas Ibu dan Anak Usia Balita
Perguruan Tinggi : Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya
Nomor pendaftaran : 14
Skor : 3



Isi Kurasi

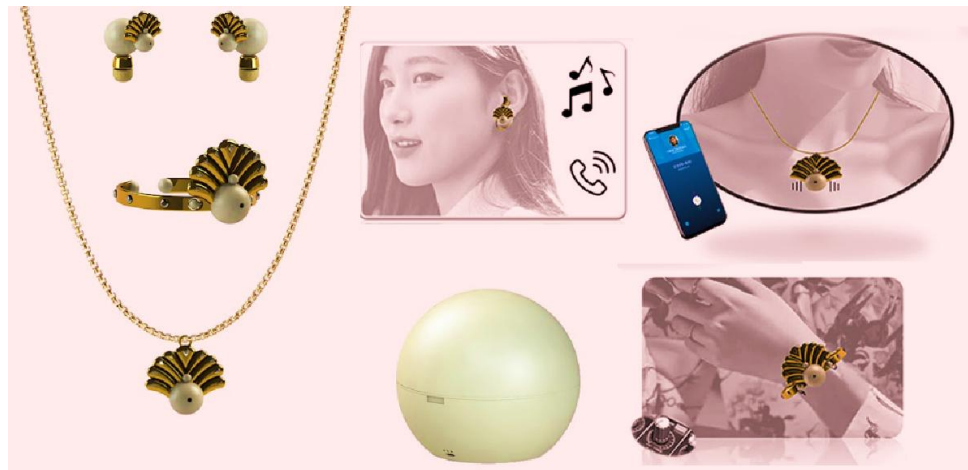
: E-STRIKE STROLLER adalah sebuah desain untuk moda transportasi elektrik yang digunakan sebagai sarana beraktivitas sehari – hari antara ibu rumah tangga dengan target usia 20 – 50 tahun dan anak usia balita (0 – 60 bulan). Produk ini merupakan representasi dari perancangan desain dengan menggunakan pendekatan gaya hidup, khususnya gaya hidup masyarakat perkotaan, di mana mobilitas dan padatnya aktivitas para ibu rumah tangga mengakibatkan berkurangnya waktu bersama anak mereka. Kepekaan terhadap gaya hidup baru ini menginspirasi desain produk *E-STRIKE STROLLER* yang berfungsi sebagai sepeda dan stroller, serta menjadi sarana beraktivitas luar ruang ibu dan anak. Dari sisi ergonomi, produk ini menerapkan prinsip *safe and comfort, light and compact*, dan *easy to use*.

E-STRIKE STROLLER menggunakan sistem *folding* untuk mengubahnya menjadi stroller biasa, dan dilengkapi *storage, bottle holder*, untuk memudahkan membawa kebutuhan ibu dan anak serta fitur keamanan anak berupa *5 point harness, foot rest, canopy, handrest*, dan *reclining stroller*.

KATEGORI PENGHARGAAN

Unique Design Solution

Nama mahasiswa : Laurencia Irawati K
Nama produk : *SMART PEARL JEWELRY*
Perguruan Tinggi : Institut Sains dan Teknologi terpadu Surabaya (ISTTS)
Nomor pendaftaran : 2
Skor : 3



Isi Kurasi : SMART PEARL JEWELRY merupakan sebuah fashion aksesoris yang memiliki berbagai macam teknologi pada setiap perhiasannya. Satu set produk ini terdiri dari anting-anting, kalung hingga gelang tangan, produk tersebut memiliki fitur teknologi yang saling berhubungan via media *bluetooth device*. Anting dapat digunakan sebagai *earphone* untuk mendengarkan musik maupun berkomunikasi, gelang tangan memiliki fitur pengatur volume tinggi dan rendahnya suara yang diterima *earphone*. Sedangkan kalung berfungsi sebagai media notifikasi atau pemberitahuan jika ada panggilan yang masuk pada perangkat seluler yang sudah terkoneksi pada produk ini. produk ini akan bergetar jika mendapatkan notifikasi sehingga pengguna tidak merasa terganggu jika sedang mendengarkan musik.

Kebaruan SMART PEARL JEWELRY terletak pada konsep desainnya yang mengadaptasi ikon ragam hias khas nusantara yaitu burung merak dengan ciri khasnya yang anggun, mempesona dan menarik untuk sebuah perhiasan.

KATEGORI PENGHARGAAN

Market-ready Design Solution

Nama mahasiswa : Dea Ariananda Putri
Nama produk : Sepatu Bot ULAP DOYO
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Samarinda
Nomor pendaftaran : 20
Skor : 2



Isi Kurasi : Sepatu bot ULAP DOYO ini dihadirkan untuk para wanita dengan rentan usia 17-30 tahun. Mengusung kekhasan budaya lokal Kalimantan Timur melalui aplikasi kain tenun Ulap Doyo dengan paduan kulit sintetis pada bagian *upper* yang didominasi warna hitam, sehingga tampilan bot Ulap Doyo ini memberikan kesan modern dan tetap estetik. Menggunakan pilihan *outsole Thermo Plastic Rubber (TPR)* dan teknologi *insole getzke* yang menjamin pengguna sepatu bot ini tetap nyaman meski digunakan dalam aktivitas sehari-hari, bahan nyaman (*confort material*), mengurangi rasa sakit saat terjadi benturan (*imact absorb*), meminamilisir bau pada kaki (*odorless*), serta memiliki anti bakterial.

Sepatu bot ULAP DOYO ini didesain dan dihadirkan guna menjawab kebutuhan pasar, khususnya bagi mereka yang memiliki jiwa muda dengan tetap tampil *stylish dan modern*, serta memiliki karakter ke-Indonesiaan melalui sentuhan kain tenun Ulap Doyo berwarna coklat keemasan khas sentuhan tenun selaras dengan pilihan warna hitam pada kulit sintetis.

KATEGORI PENGHARGAAN

Design with Cultural-awareness Solution

Nama mahasiswa : Medelyn Angel Hartono
Nama produk : MA'DOKKO, Kursi lantai yang terinspirasi dari tradisi
Tongkonan, Tana Toraja
Perguruan Tinggi : Universitas Prasetya Mulya, Jakarta
Nomor pendaftaran : 22
Skor : 5



Isi Kurasi : Rancangan ini menjadi solusi bagi persoalan minimnya produk kursi yang dirancang untuk mengakomodasi aktivitas budaya yang mengangkat nilai-nilai kekeluargaan, kebersamaan, dan kekerabatan masyarakat Toraja. Produk Kursi MA'DOKKO dirancang dengan lebih mengedepankan budaya tersebut. Tidak hanya secara visual seperti beberapa bagian kursi yang mengambil inspirasi dari bentuk rumah adat Tongkonan. Tetapi juga, yang terpenting adalah pendekatan budaya duduk di lantai yang dilakukan oleh masyarakat Toraja dalam melakukan berbagai aktivitas.

Sistem *folding* yang diterapkan dalam desain MA'DOKKO ini cukup rumit karena material yang digunakan adalah rotan yang memerlukan perlakuan khusus. Penggunaan rotan ini, baik dalam bentuk rangka, maupun anyaman, mampu menguatkan aspek *cultural* dalam desain ini. Hal tersebut lebih diperkuat lagi dengan mengaplikasikan tenun bermotif khas Toraja pada sarung bantal alas kursi.

KATEGORI PENGHARGAAN

Design with Advanced-Technology

Nama mahasiswa : I Komang Candrika Kumara
Nama produk : MATA, Asisten Personal Penderita Tuna Netra
Perguruan Tinggi : Universitas Prasetya Mulya, Jakarta
Nomor pendaftaran : 24
Skor : 2



Isi Kurasi : Konsep desain MATA, sebuah tas belanja yang dilengkapi kamera untuk membantu penderita tuna netra dalam mengenali barang atau benda yang hendak dibeli. Selain mengetahui benda, alat ini juga dapat mengetahui estimasi harga dari benda tersebut, sehingga dapat diperhitungkan pula oleh pengguna. Mekanisme *switch on* dan *off* dilakukan dengan menyentuh tombol *switch* yang didesain dengan bentuk timbul yang memudahkan seorang tuna netra.

Cara kerja MATA yaitu dengan mendekatkan barang ke sensor kameranya, maka melalui *image processing*, program akan mendeteksi benda di depan kamera, termasuk warnanya, lalu mengirimkan informasi berupa suara melalui *Bluetooth* ke *headset* yang digunakan oleh penggunanya. Selain itu, dengan mendekatkan barcode yang terdapat dalam kemasan produk ke arah scanner, maka MATA juga dapat mendeteksi harga dari produk tersebut sehingga pengguna tidak perlu khawatir lagi terhadap adanya kesalahan pembelian barang. Apabila barang sudah sesuai, maka dapat langsung diletakkan ke dalam tas belanja.

KATEGORI PENGHARGAAN

Emotional Design Solution

Nama mahasiswa : Rijal Arofah DA
Nama produk : *OXY INFUSED TUMBLER*
Perguruan Tinggi : Universitas Telkom (Tel U), Bandung
Nomor pendaftaran : 27
Skor : 5



Isi Kurasi

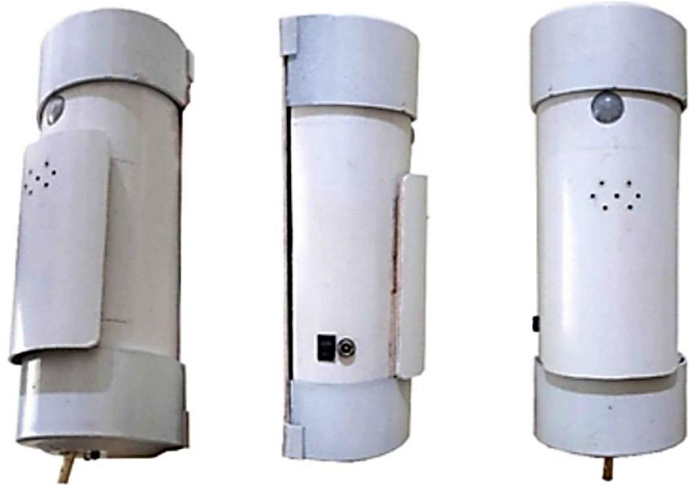
: Solusi desain lebih menekankan pada upaya menghadirkan pengalaman positif saat menggunakan produk yang berfungsi sebagai kontainer air minum. *OXY INFUSED TUMBLER* dirancang untuk penggemar olahraga yang senang mengonsumsi *infused water* untuk menggantikan cairan tubuh yang dikeluarkan melalui keringat. Berbeda dari produk botol infused water lain, rancangan badan produk yang berukuran ramping pada bagian tengah dengan balutan warna hitam dof mampu memunculkan impresi elegan, dinamis sekaligus *handy*. Saat dibalik, penyertaan fitur *twister* pada filter dapat digunakan untuk fungsi memeras sekaligus menyaring potongan buah yang dipakai untuk meng-infuse air minum sehingga kualitas air minum tetap terjaga.

Bentuk *OXY INFUSED TUMBLER* yang minimalis dan simpel menunjukkan pemahaman desainer akan pemanfaatan elemen visual untuk menstimulasi relasi emosional saat pengguna berinteraksi dengan produk.

KATEGORI PENGHARGAAN

Design with Special Purpose/Needs

Nama mahasiswa : Gabrielle Maya Handoko
Nama produk : *HAND SANITIZER OTOMATIS UNTUK TUNA NETRA*
Perguruan Tinggi : Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW), Yogyakarta
Nomor pendaftaran : 35
Skor : 3



Isi Kurasi

: Desainer memahami kebutuhan pengguna (dalam hal ini adalah pengunjung supermarket) pada masa pandemi yang cenderung melewati fasilitas *hand sanitizer* karena kesulitan mencari atau butuh upaya untuk menjangkaunya. Perletakan dispenser *hand sanitizer* otomatis dengan fitur *touchless* dan sensor bunyi tepat di sebelah gagang di pintu merupakan solusi kreatif yang mengakomodir kemudahan bagi pengguna umum serta pengguna khusus, yaitu tuna netra dan pengguna lansia atau penderita arthritis yang sulit menggenggam/menekan. Pengguna tunanetra dipandu menemukan produk ini melalui sensor bunyi yang dihasilkan, sedangkan pengguna yang sulit menggenggam/menekan dipermudah oleh fitur dispenser otomatis.

Gagasan *HAND SANITIZER OTOMATIS* untuk tuna netra ini membuktikan kepedulian desainer dalam mewujudkan desain inklusif yang mempertimbangkan pengguna berkebutuhan khusus. Bentuk produk yang simpel dan praktis menunjukkan desainer memiliki kepekaan estetika yang baik.

KATEGORI PENGHARGAAN

Extravagant Design Solution

Nama produk : GASOE “ Gandrung Shoes “, Produk Sepatu Heels
Nama mahasiswa : Hafidz Sirojul Munir
Perguruan Tinggi : Universitas Dinamika (UNDIKA), Surabaya
Nomor pendaftaran : 37
Skor : 2



Isi Kurasi : Persoalan yang ditangani dalam desain ini adalah revilitasi budaya dari banyuwangi yang diterapkan pada media sepatu heels. Konsep sepatu wanita GASOE ini diangkat dari Tari Gandrung dan Motif Batik Gajah Oling merupakan budaya yang ikonik dari Banyuwangi. Sebuah tari yang merupakan perwujudan rasa kagum terhadap Dewi Sri - dewi pembawa kesejahteraan masyarakat saat panen tiba. Batik Gajah Oling mengedepankan estetika dan menggambarkan jati diri masyarakat Banyuwangi yang dulu merupakan bekas Kerajaan Blambangan.

Kebaruan desain sepatu GASOE produksi terbatas ini terletak pada bagian *heels*, terdapat grafir atau ukiran motif Batik Gajah Oling untuk memperkuat kesan etnik produk.

KATEGORI PENGHARGAAN

Futuristic Design Solution

Nama produk : “DROPER” BANDARA, Mesin Pintar Penunjuk Arah dan Pembawa Barang
Nama mahasiswa : Arifuddin, Hernando, Agung Chandra
Perguruan Tinggi : Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya (ITATS)
Nomor pendaftaran : 4
Skor : 7



Isi Kurasi : DROPER BANDARA adalah mesin pintar penunjuk arah dan pembawa barang ini ditujukan sebagai penunjang kebutuhan di bandara. Salah satu kelebihan yang dimiliki oleh mesin pintar ini dapat melayani fasilitas penunjuk arah di bandara dan juga dapat difungsikan untuk mengangkut barang pengguna saat di bandara. Kebaruan yang ditawarkan dengan melihat permasalahan pengguna di bandara. Khususnya di masa pandemi. Adaptasi kebiasaan baru dituntut untuk memberikan keamanan dan kenyamanan pengguna terkait pencegahan penularan virus corona.

Mesin pintar DROPER BANDARA ini dapat memberikan solusi bagi pengguna, dengan terhindar dari fasilitas umum yang sering di pegang banyak orang. Selain itu droper memiliki kelebihan yaitu dapat mengoptimalkan kinerja di bandara dengan memberikan fasilitas pengangkut barang secara otomatis yang dapat diperintahkan secara langsung oleh pengguna. DROPER BANDARA juga memiliki fitur *voice recognition* yang dapat membantu pengguna bandara untuk menentukan arah menuju lokasi yang diinginkan.

Eco-friendly/Sustainable Design Solution

Nama mahasiswa : Daniella Sharren Raynald
 Nama produk : HUMANITY, Tas dengan Bahan Utama Limbah Karung Beras Plastik.
 Perguruan Tinggi : Universitas Ciputra, Surabaya
 Nomor pendaftaran : 41
 Skor : 2



Isi Kurasi :

- Ada 2 hal yang ingin dijawab oleh desain tas HUMANITY ini. yang pertama adalah: 1) keprihatinan terhadap eksploitasi besar-besaran hewan untuk produk-produk yang digunakan oleh manusia, termasuk pemanfaatan kulit buaya sebagai material *fashion*, 2) keprihatinan akan banyaknya limbah plastik, terutama limbah karung beras dari plastik. Keprihatinan tersebut mendorong gagasan desain tas yang menggunakan material menyerupai kulit buaya dengan memanfaatkan limbah karung beras plastik yang diolah dengan teknik *heat setting*. Teknik ini menghasilkan tekstur seperti tekstur kulit buaya yang diaplikasikan pada tas wanita yang cukup besar yang dapat dibawa dengan cara dijinjing atau diselempang. Pemrosesan lebih lanjut, termasuk proses pewarnaan, menambah efek timbul dan semakin menyerupai kulit buaya asli. Material ini setelah memasuki tahap finishing, memiliki sifat *waterproof*, tidak berbekas jika dilipat, dan tidak mudah pudar warnanya, sehingga dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama.

Produk HUMANITY sesuai dengan salah satu prinsip dalam *fashion* berkelanjutan.

KATEGORI PENGHARGAAN

Elusive Design Solution

Nama produk : MEGA HEALTOR (*Healer – Connector*), Kendaraan Bantu Korban Bencana

Nama mahasiswa : Muhammad Asshiddiqi

Perguruan Tinggi : Universitas Pembangunan Jaya, Jakarta

Nomor pendaftaran : 43

Skor : 6



Isi Kurasi : MEGA HEALTOR adalah nama kendaraan yang dibuat, “Mega” dipilih untuk mendeskripsikan kendaraan yang besar, sementara “Healtor” diambil dari singkatan healer dan connector. MEGA HEALTOR dirancang untuk memenuhi kebutuhan perusahaan BUMN Telekomunikasi - Telkom Indonesia. Perusahaan ini memiliki misi memberikan layanan jaringan komunikasi seluler memadai di wilayah bencana berupa kendaraan multifungsi, karena salah satu dampak dari bencana alam adalah kerusakan jaringan komunikasi yang membuat komunikasi di wilayah bencana terputus. MEGA HEALTOR digunakan untuk menanggulangi masalah komunikasi dan fungsi lain yang bisa membantu korban bencana yang ada.

MEGA HEALTOR difasilitasi penyedia jaringan komunikasi seluler berkemampuan medis, mengingat banyaknya korban bencana yang perlu untuk ditolong. Dengan adanya 2 tugas maka kendaraan ini akan memiliki dimensi yang lebih panjang dan akan terjadinya penambahan bobot pada kendaraan. Karena itu kendaraan akan dikonversi menjadi kendaraan 6x6 hal ini dilakukan agar kendaraan mampu mengakomodir keperluan yang akan dibawa.

KATEGORI PENGHARGAAN

Transformative Design Solution

Nama mahasiswa : MUHAMMAD SENNA HASTOANGGORO
 Nama produk : AMMDES, kendaraan Pengolah Limbah Medis B3
 Perguruan Tinggi : Universitas Trisakti, Jakarta
 Nomor pendaftaran : 44
 Skor : 4



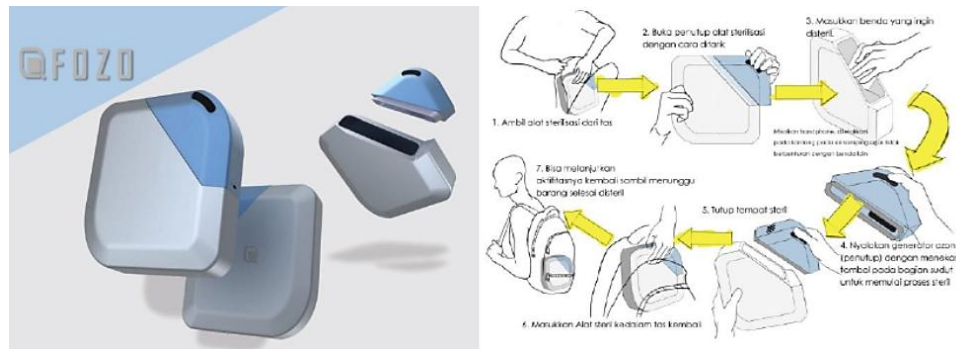
Isi Kurasi : AMMDes Pengolah Limbah Medis B3 adalah kendaraan untuk Penanganan Limbah Medis Padat B3/Covid-19 untuk menjangkau daerah yang tidak memiliki fasilitas pengolahan Limbah Medis Padat B3/Covid-19 yang sesuai standar guna membantu upaya pemerintah dalam memutus mata rantai penularan Covid-19.

Kendaraan AMMDes ini dilengkapi dengan ruang penyimpanan limbah yang dipasang sistem pemanas *microwave mobile* dengan tujuan untuk memangkas proses transportasi dari sebelumnya dua kali (fasyankes menuju pengolah dan menuju TPA) menjadi cukup sekali (fasyankes menuju TPA) sehingga dapat mengefisiensikan total waktu pengolahan, dan mengurangi penumpukan limbah medis di Indonesia.

KATEGORI PENGHARGAAN

Unique Design Solution

Nama mahasiswa : SITI NADHILA AMALIA
Nama produk : FOZO, sanitizer kompak menggunakan ozon
Perguruan Tinggi : Universitas Trisakti, Jakarta
Nomor pendaftaran : 45
Skor : 3



Isi Kurasi : FOZO merupakan solusi desain untuk permasalahan aktual yang dihadapi pada masa pandemi. Desain alat sterilisasi berbasis ozon yang portable dan personal merupakan konsep menarik untuk memproteksi diri dari penularan virus yang ada di permukaan benda-benda pribadi. Desainer memahami kebutuhan pengguna, terutama orang yang masih harus bekerja dan beraktivitas selama pandemi. Desain yang ditawarkan mengandung gagasan unik dalam mengakomodir kebutuhan pengguna.

Desainer FOZO telah memikirkan aspek teknis proses mekanisme mengubah oksigen menjadi ozon, agar ozon yang dikeluarkan dapat mengoksidasi bau, asap dan kontaminan berbahaya lainnya. Alat ini dilengkapi dengan kipas, filter pencegah debu dan serangga menempel di sel, serta kasa stainless steel untuk melindungi dari sentuhan saat beroperasi, yang menunjukkan pemahaman desainer terhadap aspek keamanan. Pertimbangan aspek kenyamanan ditunjukkan dengan desain penutup yang handy dengan lekukan agar mudah dioperasikan oleh jari tangan, sekaligus menunjang aspek estetika. Gagasan unik yang diusulkan ini memiliki potensi benefit dari beragam sisi, baik dari sisi kesehatan, gaya hidup maupun komersial.

KATEGORI PENGHARGAAN

Service Oriented Design Solution

Nama mahasiswa : Fakhri Rozan Naufal
Nama produk : CHARGE & SAFE, *charging station* terintegrasi sepeda listrik
Perguruan Tinggi : Institut Sains dan Teknologi Bandung, Bekasi
Nomor pendaftaran : 48
Skor : 2



Isi Kurasi : Produk CHARGE & SAFE dirancang sebagai stasiun pengecasan (*charging station*) untuk sepeda listrik yang terintegrasi dengan fasilitas penyimpanan (*storing facility*) dan *mini-entertainment*. Walaupun jumlah penggunaan sepeda listrik di Indonesia saat ini masih terbatas, namun solusi desain yang diusulkan dapat menjadi model hadirnya unit penyimpanan alat transportasi personal dengan energi listrik yang ramah lingkungan (*eco-friendly*) sekaligus ramah sosial (*social friendly*).

Rancangan produk mengintegrasikan multilayanan (*integrated service*) dalam satu unit produk, mulai dari pengecasan perangkat (*device charging service*), penyimpan (*storing service*) dan *mini-entertainment* berbentuk *game* untuk penggunaan individual. Integrasi layanan hadir dalam bentuk sistem operasi lintas *platform* menggunakan uang elektronik (*e-money*) dan input *token* manual untuk beragam layanan yang tersedia. Tampilan produk secara keseluruhan menghadirkan impresi *compact*, terintegrasi (*integrated*), sekaligus aman (*safe*) dan handal (*reliable*). Solusi desain yang diusulkan menunjukkan pemahaman desainer CHARGE & SAFE tentang pemanfaatan teknologi untuk memecahkan permasalahan desain yang kompleks secara terintegrasi.

KATEGORI PENGHARGAAN

Wow Factor Design Solution

Nama mahasiswa : Amalia Rifki Nadira
Nama produk : *FINGER GUARD* MULTIFUNGSI, pelindung jari (*finger guard*) untuk melindungi jari saat mengiris.
Perguruan Tinggi : Institut Sains dan Teknologi Bandung, Bekasi
Nomor pendaftaran : 49
Skor : 4



Isi Kurasi

: Desain *FINGER GUARD* MULTIFUNGSI ini terinspirasi dari eksplorasi bentuk tubuh melalui prinsip *reflector*, yakni bentuk mengacu pada bagian jari dan punggung jari. Alat sederhana ini memiliki unsur *Wow Factor*, dimana pengguna tidak hanya akan mendapatkan fungsi utama sebagai pelindung jari (*finger guard*) saat mengiris bahan masakan, namun alat ini sekaligus berfungsi sebagai pembuka tutup botol serta dapat digunakan untuk menyaring kuning telur.

Desainer mampu menghadirkan kesederhaan tampilan produk dengan material berbahan stainless steel. Sebagai salah satu alat dapur yang multifungsi, alat ini tentu akan semakin melengkapi kebutuhan pengguna baik pria maupun wanita sekaligus akan menemukan sensasi 3 fungsi dalam kesederhanaan (*simple*), kemudahan menggunakan (*easy to use*) dan kepraktisan yang Wow.

KATEGORI PENGHARGAAN

Craft-based Design Solution

Nama mahasiswa : Satria Dwi Laksana
Nama produk : MIUMI, *Lamp Design from Nature to Nature*
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Nomor pendaftaran : 52
Skor : 5



Isi Kurasi

: Untuk konteks Indonesia, suatu produk tidak harus selalu dirancang dan diproduksi dengan menggunakan pendekatan industrial manufaktur yang masif. Indonesia kaya akan keragaman unit-unit produksi berbasis kriya (*craft based production*) yang tersebar di seluruh archipelago nusantara. Produk lampu gantung MIUMI adalah salah satu contoh solusi olah kreativitas yang menggunakan pendekatan ini.

Aspek material, teknik, bentuk, dan estetika secara keseluruhan dari produk ini dicapai dengan mengadopsi filosofi kriya, dan sekaligus mencerminkan karakteristik yang utama dari *craft-ways*. MIUMI dirancang sebagai produk lampu gantung ramah lingkungan yang ditempatkan pada restoran-restoran, khususnya restoran *sushi* dan *seafood*. Bentuk MIUMI yang terinspirasi dari biota laut cumi-cumi ini adalah wujud dari aksi, reaksi, ekspresi, dan kreasi desainer terhadap isu pencemaran laut yang menyebabkan matinya biota-biota yang tinggal di dalamnya. Penggunaan material alam: bambu dan ilalang memberi suasana hangat dan nyaman pada pencahayaan ruang interior.

KATEGORI PENGHARGAAN

Design with Educational Purpose

Nama mahasiswa : Anastasia Dinda Ciptaviana S.Ds
Nama produk : AMAME, edukasi pengenalan flora pada anak di lingkungan urban
Perguruan Tinggi : Institut Teknologi Bandung
Nomor pendaftaran : 7
Skor : 5



Isi Kurasi

: AMAME hadir dari kegelisahan akan pesatnya *deforestasi* dan urbanisasi saat ini, selain itu juga merebaknya virus Covid-19 semakin mempersulit mengenalkan anak khususnya usia 4-6 tahun dimasa ‘*golden age*’ yang dapat membuat kesulitan berempati pada flora sebagai makhluk hidup. Hal ini menginspirasi desainer membuat alat permainan edukasi cinta flora, yang diproduksi dengan *3D printing plastic PLA*. Mainan ini berperan untuk menegaskan sifat flora yang mungkin tidak disadari oleh anak.

AMAME dibuat untuk memfasilitasi interaksi dan pemahaman anak terhadap spesimen flora asli yang hidup melalui konsep ‘peliharaan flora’ melalui fitur yang mampu memberi nilai emosional terhadap flora, menegaskan kebutuhan air dengan pergerakan spontan untuk memberi kesadaran anak terhadap pertumbuhan flora, menegaskan pengaruh cahaya pada pertumbuhan flora, dan menegaskan pentingnya keseimbangan flora dan manusia. Melalui proses merawat ini, anak terus dapat mengenal, menghargai ketergantungan hidup dan juga berempati dengan flora sekaligus melatih aspek kecerdasan naturalis.

KATEGORI PENGHARGAAN

Design with Special Purpose/Needs

Nama mahasiswa : Shafire Erdia A
Nama produk : CONATUS, alat pendukung terapi motorik tangan pasca stroke portabel
Perguruan Tinggi : Institut Teknologi Bandung
Nomor pendaftaran : 8
Skor : 2



Isi Kurasi : CONATUS, merupakan wujud kepedulian desainer terhadap pengguna berkebutuhan khusus, yang dalam hal ini adalah penderita stroke. Desainer melakukan penelitian secara cermat untuk menghasilkan suatu alat pendukung terapi pemulihan motorik tangan pasca stroke. Permasalahan motorik tangan pada penderita stroke dikaji secara komprehensif serta dicari penyelesaiannya. Fitur teknologi diagnosis mandiri merupakan solusi cerdas untuk mengakomodir kebutuhan kepraktisan dalam memantau kualitas kesehatan.

Desainer CONATUS juga telah mengantisipasi kebutuhan fleksibilitas dengan menyediakan berbagai tipe bentuk rangka dengan level-level yang disesuaikan dengan kondisi pasien. Ide desain ini akan berkontribusi dalam membantu mempercepat proses pemulihan yang lebih terarah dan terukur dengan terapi secara mandiri dan personal untuk melengkapi proses terapi yang selama ini dilakukan di fasilitas publik pada pusat-pusat rehabilitasi. Gagasan ini sangat orisinal di antara beragam solusi yang sebelumnya ada.

EPILOG

Dewan Kurasi Forum Program Studi ADPII

Desain, khususnya desain produk adalah salah satu bidang kreasi yang menjadi bidang keprofesian yang semakin berkembang sejalan dengan perubahan-perubahan perilaku manusia dalam membentuk peradaban.

Sebuah desain pada hakekatnya merupakan hasil dari sebuah proses, yang merupakan hasil kompromi antara nilai kreasi yang mengusung nilai kebaruan, efisiensi produksi, hingga kesesuaian dengan selera pengguna agar mau menggunakan atau membeli karya tersebut, dan selanjutnya akan memberi benefit bagi perusahaan atau industri, pengguna, dan desainer itu sendiri.

Oleh karenanya apa yang disebut sebagai desain yang baik adalah sangat kontekstual, tidak terdapat satu desain yang sempurna, karena sebuah nilai kompromis pada kenyataannya cenderung berfokus pada satu hal saja. Pada sisi desainer, sebuah desain yang baik seringkali berbenturan dengan karakteristik produksi yang menuntut agar kualitas desain dapat dikurangi, sementara tuntutan pasar menghendaki sesuatu yang ‘menyenangkan’ sesuai dengan nilai yang dianut oleh pasar itu sendiri. Di lain pihak, tuntutan terhadap sesuatu yang baru menjadi juga sebuah keharusan, karena produk baru membutuhkan desain yang baru, dan hal ini pun kadangkala berbenturan dengan ‘ketakutan’ masyarakat terhadap sesuatu yang sangat baru.

Persoalan ini tentunya tidak dapat dipahami dengan mudah melalui jenjang pendidikan formal, karena jenjang 6 KKNi dengan jelas memperlihatkan bahwa seorang mahasiswa atau sarjana bukanlah seorang profesional, hal yang dapat dilihat dari sisi tanggung jawab, keterampilan, dan pengetahuannya mengenai dunia keprofesian. Hal ini seringkali tidak disadari oleh para staf pengajar pada bidang desain atau bidang kreasi lainnya, karena sebagian besar pendidik pada bidang ini berharap agar para mahasiswa didiknya dapat menjadi seorang profesional yang baik.

Buku ini bukanlah sebuah kebabakan dari apa yang disebut dengan desain yang baik, melalui konvensi yang dilaksanakan pada tanggal 11 September 2021 di Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, Forum Program Studi Desain Produk, yang beranggotakan 21 perguruan tinggi yang melaksanakan pendidikan desain produk, bersama-sama mencoba menggali dan membangun kesadaran mengenai apa yang disebut dengan desain yang baik untuk level 6.



Aliansi
Desainer
Produk
Industri
Indonesia



IPSI
INDONESIA INDUSTRIAL DESIGN STUDENT AWARD

ISBN 978-602-61467-4-8 (PDF)



dp FORUM PROGRAM STUDI
**DESAIN
PRODUK**
INDONESIA

PENERBIT

