

NILAI-NILAI DESAIN DALAM PRAKTIK DAN BERPIKIR DESAINER: FILOSOFI “JALAN KAYU” BARATA SENA

VALUES OF DESIGN IN PRACTICE AND THINKING OF DESIGNERS: PHILOSOPHY OF “JALAN KAYU” BARATA SENA

Tri Noviyanto P Utomo^{1*}, Yusita Kusumarini²

¹Arsitektur Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra

²Desain Interior, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra

e-mail: tommy@ciputra.ac.id¹, yusita@peter.petra.ac.id²

Diterima: September, 2019 | Disetujui: April, 2020 | Dipublikasi: April, 2020

Abstrak

Dalam paradigma baru tentang peran dan tanggungjawab desainer menyatakan bahwa tidaklah cukup bagi desainer hanya membuat gambar dan memproduksi karya desain saja. Desainer juga perlu memproduksi, membangun serta menciptakan nilai-nilai desain di dalam setiap karya yang diciptakannya. Bagaimana membangun tanggungjawab dan memproduksi nilai-nilai desain secara kongkrit bagi desainer saat ini menjadi topik bahasan yang penting untuk dielaborasi lebih lanjut. Melalui studi kasus yang dilakukan terhadap salah satu desainer produk interior/furnitur yang cukup unik di kota Solo, penelitian ini akan menggambarkan dan menganalisa secara deskriptif bagaimana seorang Barata Sena dengan kerangka berpikir filosofisnya yang dikenal sebagai “Jalan Kayu” membangun serta memproduksi nilai-nilai desain melalui perancangan produk *Art Furniture*. Nilai-nilai desain yang tertanam dari filosofi “Jalan Kayu” yaitu “menerima, memberi dan melepaskan” ternyata sejalan dengan pemikiran Papanek tentang nilai sosial dan moral desainer dalam praktik-praktik perancangan yang menekankan fungsi produk dan tanggungjawab desainer terhadap kesejahteraan dan kemanusiaan. Nilai-nilai desain ini juga beririsan serta bermuara pada konsep besar dari *Triple Botton Line of Design (Planet, People, Profit)* sebagai tujuan besar *sustainable development* global.

Kata Kunci: Nilai-Nilai Desain, Jalan Kayu, Barata Sena, *Triple Botton Line*

Abstract

In the new paradigm of the roles and responsibilities of designers, it is not enough for designers to only draw and produce design works. There is also a necessity for designers to produce, build and create design values in every work they create.

*Corresponding Author

How to build responsibility and produce concrete design values for designers is now an important topic for further elaboration. A case study will be carried out to a distinctive interior product / furniture designer in Solo, which illustrates and analyses how Barata Sena built and produced valuable design through the Art Furniture product design by using his philosophical frameworks, known as "Jalan Kayu". The design values that are adopted from the philosophy of "Jalan Kayu" consists of receiving, giving and freeing. This concept also aligns with Papanek's study about the social and moral values of designers in the design practices which emphasise on the function of a product and the designer responsibility towards welfare and humanity. These values also intersect and are sourced from a significant concept of "Triple Botton Line of Design" (Planet, People, Profit) as the primary goal of global sustainable development.

Keywords: *Design Values, Jalan Kayu, Barata Sena, Triple Botton Line*

PENDAHULUAN

Dalam konsep dan praktik perancangan tradisional, secara umum dinyatakan bahwa kerangka kerja desainer adalah merencanakan dan memproduksi gambar-gambar desain serta mewujudkannya dalam kerja produksi untuk menghasilkan produk yang memberi keuntungan secara ekonomi (Burdek, 2005). Konsep dan praktik ini dalam perkembangannya telah mengalami pergeseran orientasi yang cukup mendasar dimana kerja desain dimaknai tidak hanya sebatas pada hasil fisik produk yang kasat indrawi saja, namun kerja desain juga adalah hasil dari suatu ekspresi terhadap nilai-nilai etis serta pesan-pesan moral yang dibawa oleh pemikiran kreatornya (Grand & Fox, 2007). Penting bagi desainer di sini bahwa menyampaikan pesan moral lewat karya adalah salah satu bentuk peran dan tanggungjawab sosial dari desainer terhadap masyarakat penerima manfaat desain. Permasalahan yang muncul kemudian adalah bagaimana peran kongkrit desainer dalam menyampaikan bentuk peran dan tanggungjawabnya baik sebagai desainer maupun sebagai bagian dari masyarakat itu sendiri. Menjadi tidak mudah bagi desainer ketika peran dan tanggungjawabnya dalam menciptakan orientasi yang tidak sejalan atau berseberangan. Di satu sisi sebagai desainer (apalagi yang merangkap sebagai pemilik perusahaan), yang sebagian orientasi utamanya tertuju bagaimana karya desainnya dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaannya, namun di sisi yang lainnya ada orientasi etika tanggungjawab sosial dimana dorongan sisi kemanusiaan lebih kuat dan tidak mudah juga untuk diabaikan. Membangun orientasi desain yang baik adalah membawa setiap proses perancangan produk yang dapat membawa perubahan-perubahan nyata dalam menciptakan lingkungan yang lebih baik serta menciptakan kualitas hidup bagi masyarakat secara luas (Papanek, 2007). Pernyataan ini sepertinya sangat ambisius dan terasa cukup sulit untuk diukur, tetapi pemahaman ini diperlukan untuk memberi batasan bagaimana tujuan perancangan diciptakan. Dalam kesepakatan 'Documents 8' telah dirumuskan di Kessel, Belgia tahun 1987 bahwa tujuan desain secara tidak langsung menyatakan bahwa produk desain bukanlah karya tanpa tujuan, dan oleh karenanya produk desain selain membutuhkan syarat-syarat pembenaran teknis, praktis dan estetika juga harus dilandasi oleh tujuan *Societal*, *Fungsional* dan *Meaningful* yang kongkrit bagi masyarakat luas (Burdek, 2005).

Nilai-nilai desain inilah yang seharusnya menjadi dasar kerangka praktik dan berfikir desainer dalam menciptakan produk-produk desainnya. Bagaimana membangun tujuan perancangan produk yang berlandaskan nilai-nilai desain sosial, fungsional dan bermakna secara nyata dalam kehidupan masyarakat secara luas menjadi bahasan yang menarik untuk dielaborasi lebih dalam.

Bahasan ini bertujuan untuk memberi gambaran yang nyata bagaimana desainer membangun orientasi desainnya dengan landasan pada tujuan praktis, estetis dan sosial dalam pandangan seorang desainer, seniman dan pengusaha dalam diri Barata Sena. Nilai-nilai desain yang bagaimana dari kerangka berpikir Barata Sena sehingga dapat menciptakan konsep desain yang holistik dimana kebutuhan sosial yang berkaitan dengan lingkungan dan masyarakatnya serta kepentingan ekonomi dapat berjalan selaras dalam perusahaan yang dikelolanya secara berkelanjutan.

KAJIAN TEORI

Nilai-nilai Desain

Dalam konsep “*Design for Values*” yang digagas oleh Batya Friedman pada tahun 1997 dinyatakan bahwa nilai-nilai sosial dan moral adalah area sentral dalam desain dan menjadi arah bagi pengembangan teknologi baru. Dalam pandangan tradisional sebelumnya nilai-nilai desain sosial di dalam desain diposisikan bukan pada area sentral tetapi sebagai hal yang bersifat dan terkait dengan dampak eksternalitas saja. Pandangan ini hanya melihat desain dalam kacamata teknis merancang artefak dengan syarat-syarat fungsional, estetik dan bebas nilai (Hoven, 2015). Nilai-nilai yang dibawa dalam artefak desain hampir tidak menyentuh nilai-nilai etika dan moral dari pengguna maupun masyarakat penerima manfaat desain. Pandangan ini menjadikan desainer sebagai pusat kendali dalam penciptaan nilai-nilai desain yang dibawanya sendiri dengan mengesampingkan masalah sosial yang muncul dari dampak yang tercipta di dalam proses desain. Tuntutan yang muncul dari masyarakat akibat dampak yang terjadi, baik yang positif maupun negatif ikut mendorong desainer untuk mengevaluasi perspektif lama dan mengeser sudut pandang ke paradigma baru. Paradigma baru yang membawa nilai-nilai etika moral dan sosial dalam perancangan dan menempatkan idealisme desainer dalam porsi yang saling kompromis sebagai sebuah persyaratan dalam proses desain. Dengan demikian karya desain seharusnya bisa mencerminkan pandangan yang membawa nilai-nilai tertentu yang bermanfaat dan dapat memberi kesadaran menuju perubahan lingkungan sosial di dalam masyarakat yang lebih baik. Sudah menjadi bagian tugas desainer untuk aktif dalam mengedukasi masyarakat melalui pesan-pesan yang dibawa dan melekat dalam setiap karya desainnya. Pesan desain bisa ini dimaknai dengan adanya kemudahan dalam aksesibilitas, kemudahan mendapatkan material bahan baku produk, fungsi-fungsi produk yang optimal, kejujuran dan kesederhanaan bentuk serta aman digunakan bagi penggunaannya bahkan sampai dengan keterjangkauan terhadap daya beli masyarakat secara ekonomi (Savvina, 2018). Semua pesan desain tersebut oleh Papanek, 2007 dinyatakan bahwa desain adalah proses perancangan yang proaktif dan mencerminkan nilai-nilai tertentu yang dapat

memberi pengaruh bagi kehidupan dan struktur sosial masyarakat yang lebih baik. Kondisi ini digambarkan bahwa profesi desainer yang ideal adalah ibarat seperti seorang kesatria yang menciptakan dan melayani masyarakat dengan nilai-nilai desain yang bermanfaat secara sosial, dan bukan untuk melayani praktik-praktik komersial yang mengarah pada terciptanya bentuk konsumerisme baru (Papanek, 2007). Secara jelas pemikiran Papanek tentang prinsip dari nilai-nilai desain yang menjadi dasar dalam proses perancangan produk diuraikan dalam lima prinsip, yaitu fungsional sebagai prinsip pertama, karena tujuan utama penciptaan produk adalah bagaimana barang tersebut dapat digunakan sesuai dengan fungsinya dengan baik. Prinsip kedua adalah Estetika, yaitu membuat sesuatu menjadi indah, penuh dengan kegembiraan dan bermakna, yang kemudian dirumuskan menjadi aturan yang tidak tertulis bahwa jika sesuatu yang berfungsi itu akan indah secara otomatis. Prinsip ketiga adalah segala sesuatu harus berada dalam konteksnya. Hal ini berkaitan dengan prinsip tujuan dari kegunaan suatu produk. Prinsip yang keempat adalah penggunaan bahan yang mudah diakses atau didapat di lingkungan terdekat dimana produk diproduksi atau dibuat. Prinsip desain yang terakhir adalah material yang dapat memberikan nilai ekonomi dan memberi benefit secara luas bagi masyarakat (Savvina, 2018).

METODOLOGI

Metodologi yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif melalui studi kasus dengan wawancara secara langsung dengan narasumber desainer. Acuan tambahan dilakukan dengan studi literatur yaitu menggali berbagai narasi tentang nilai-nilai desain dari pemikiran desainer yang diperoleh melalui berbagai referensi tertulis di media-media cetak atau online. Referensi utama yang tertulis di dilakukan melalui pemikiran Papanek dalam bukunya *Design for the Real World* yang di terbitkan pertama tahun 1985 dan di terbitkan ulang tahun 2007. Melalui bukunya Papanek membagikan pandangannya tentang nilai-nilai etika desain yang dibentuk dengan penekanan pada tujuan utama desain yaitu pentingnya tanggungjawab sosial bagi desainer dalam menciptakan produk -produknya untuk kepentingan masyarakat kurang mampu. Referensi tertulis lainnya diambil dari pemikiran narasumber melalui berbagai tulisan dari penulis lain.

Metode wawancara secara langsung dilakukan guna mendapatkan informasi-informasi yang lebih detail dari narasumber (Barata Sena), bagaimana dirinya menuangkan gagasan, ide-idenya dengan praktik dan berpikir dalam perancangan produk *Art Furniture* nya. Salah satu metode wawancara (*indepth interview*) ini di dalamnya memuat metode *Think-Talk Aloud Protocol*. Metode *Think Aloud Protocol* adalah menghimpun dan menggali data dari narasumber (desainer) terhadap apa yang selalu dipikirkan, dirasakan terus-menerus yang kemudian direspon menjadi sesuatu yang khas dan spesifik. Metode ini merekam apa yang disampaikan narasumber secara terus menerus khususnya tentang konsep filosofi Jalan Kayu, baik secara langsung (wawancara) maupun lewat berbagai artikel, tulisan maupun media-media lain. Metode ini akan menjadi efektif dan obyektif ketika apa yang selalu di katakan dituliskan sebagai catatan tentang apa yang sudah dikerjakan, sehingga tidak menimbulkan interpretasi yang berbeda (Kusumarini, 2015).



Gambar 1. Wawancara dan diskusi dengan Barata Sena
(Sumber: Dokumentasi. Pribadi, 2019)

PEMBAHASAN

Barata Sena dan Konsep Filosofi Jalan Kayu

Adalah Barata Sena, seorang yang berlatar belakang seniman kriya dan pengusaha desain *Art Furniture* kelahiran Solo Jawa Tengah 22 Maret 1969 yang lalu membangun sebuah kerangka berpikir filosofis tentang kayu yang disebutnya sebagai “Jalan Kayu”. Filosofi Jalan Kayu berbicara tentang sebuah proses berpikir desain yang membangun dan mengembangkan tiga sikap mental yang menurut Barata Sena seharusnya dimiliki oleh setiap desainer. Ketiga sikap mental dalam filosofi Jalan Kayu tersebut adalah “menerima, memberi dan melepas” (Samantha, Kusumarini, & Basuki, 2018). Konotasi yang dibangun dari tiga sikap mental ini adalah dengan memakai analogi tentang sifat alami kayu sebagai material/bahan baku pembuat produk furnitur. Sikap mental Jalan Kayu yang pertama adalah “menerima”, yang oleh Barata Sena dimaknai sebagai bagian dari sikap untuk tidak menolak segala kekurangan, kecacatan alam dari material kayu. Kecacatan kayu bisa dilihat seperti retak, berongga, alur serat kayu yang tidak lurus atau bermata kayu, melengkung dan cacat-cacat yang lain, yang biasanya selalu dihindari oleh para pembuat mebel karena memiliki nilai ekonomi yang rendah. Menurut Barata Sena semua kecacatan kayu tersebut dianggapnya sebagai hal yang biasa dan natural karena bentukan alam. Seharusnya hal ini bukan untuk dihindari tetapi menjadi tantangan berkreasi bagi desainer untuk membuatnya menjadi sesuatu yang dapat memberi manfaat terhadap keindahan/estetika dari produk itu sendiri. Sikap mental yang kedua adalah “memberi”, yang di maknai oleh Barata Sena sebagai bagian untuk menghormati, menghargai semua jenis kayu tanpa melabeli bahwa jenis kayu tertentu jelek dan tidak bernilai ekonomi sehingga tidak layak untuk dipergunakan sebagai bahan baku furnitur. Dalam pandangan Barata Sena semua jenis kayu adalah bernilai dan mempunyai potensi untuk dieksplorasi menjadi lebih bernilai. “Memberi” juga berarti menjadikan dan menciptakan sesuatu yang baru dari material yang sama. Sikap mental yang ketiga adalah “melepas”, yang dimaknai bahwa segala sesuatu yang dilahirkan akan mengalami perubahan, demikian juga dengan material kayu. Perubahan yang terjadi pada material kayu akan memberikan pengalaman historis dan estetik bagi penggunaannya. Melepas juga di maknai bahwa produk yang sudah jadi tiba saatnya di nikmati, digunakan oleh konsumennya dan memberi kebahagiaan siapapun yang memilikinya.



Gambar 2. Produk *Art Furniture* dari eksplorasi material kayu tua
(Sumber: Dokumentasi. Pribadi, 2019)

Implementasi Jalan Kayu sebagai Nilai desain

Desain bukan hanya masalah bentuk visual dari suatu produk yang kasat oleh indra manusia, tetapi desain harus dipenuhi makna serta membawa pesan-pesan moral bagi kebaikan bersama (Papanek, 2007, Burdek, 2005, Grant and Fox, 2007). Bagi Barata Sena aktivitas desain adalah seperti ritual dari sebuah perenungan yang diawali dengan menetapkan visi untuk setiap produk yang akan dibuat. Visi besarnya adalah menjadikan produk tidak hanya sekedar mempunyai tampilan luar (estetika) yang menarik, tetapi juga menjadikan produk memiliki nilai-nilai yang baik bagi kehidupan spiritual bagi yang menjalaninya. Spirit yang dicitrakan Barata Sena terlihat melalui karya-karya *Art Furniture* yang dibuatnya. Semua desain *Art Furniture* menggunakan berbagai jenis kayu, dari kayu jati yang dianggap paling bernilai secara ekonomi sampai dengan kayu dari pohon tumbang karena usia atau karena lapuk dan dianggap tidak sebaik kayu jati sebagai medium karyanya. Melalui eksperimen yang dilakukannya selama menekuni material kayu, Barata Sena mampu mengubah karakter kayu dari yang punya sifat keras menjadi lunak atau sebaliknya. Eksperimen finishing yang dilakukannya juga mampu memunculkan pigmen-pigmen warna kayu yang sebelumnya tidak pernah terlihat oleh mata telanjang. Kekuatan ekplorasi material kayu inilah yang membuat karya-karya furniturnya mempunyai keunikannya sendiri. Baginya tidak ada kayu yang tidak bernilai, semua kayu sama nilainya jika diberi kreatifitas penciptanya. Pesan moral yang ingin disampaikan adalah sikap mental menerima semua kekurangan maupun kelebihan material kayu yang akan menjadi bahan baku produk. "Menerima" segala kecacatan kayu adalah menerima kondisi naturalitas kayu yang tidak sempurna dan semestinya tidak dihindari tetapi diintegrasikan dengan kecerdasan manusia yang juga tidak sempurna sehingga menjadikan produk yang dibuat menjadi bernilai". Ketidaktersempurnaan dari kayu sesungguhnya menyimpan potensi bagi nilai-nilai kesempurnaan itu sendiri. Salah satu prinsip di dalam desain adalah estetika, dan estetika tidak bisa eksis tanpa konteks di dalamnya (Savvina, 2018). Rumus yang sama juga dinyatakan oleh Papanek, bahwa jika segala sesuatu itu berfungsi, maka keindahan akan muncul dengan sendirinya secara otomatis (Papanek, 2007). Konsep sikap mental menerima apa adanya kayu adalah meletakkan "kejujuran" material kayu pada tempatnya. Jika dikerjakan dengan benar maka sesuatu akan memunculkan keindahannya tersendiri, karena di dalamnya ada misteri yang terungkap. Indah karena benar (Mangunwijaya, 1995).

Salah satu prinsip desain dari Papanek adalah konsep aksesibilitas material. Konsep tersebut juga ditunjukkan Barata Sena melalui filosofi Jalan Kayu. Implementasi dalam filosofi Jalan Kayu Barata Sena adalah dengan tidak ada dikotomi kayu jelek yang tidak dapat digunakan dan dibuang, baginya semua jenis kayu mempunyai potensi untuk dimunculkan nilai-nilai ekonominya. Bagi Barata Sena segala yang dilahirkan “Ibu Bumi” adalah sesuatu yang alami, natural saja karenanya apapun perbedaan atau kekurangan ataupun kecacatannya hanyalah masalah visual yang harus dicari penyelesaiannya melalui integrasi kecerdasan dan kreatifitas desainernya.

Dalam proses produksi, Barata Sena tidak pernah merasa kekurangan bahan baku kayu untuk pembuatan produk-produknya, karena para pemasoknya sudah mengerti apa yang dibutuhkannya. Dalam perkembangannya bahkan sudah tidak pernah lagi mencari kayu sendiri seperti yang dilakukannya sebelumnya karena para pemasok ini adalah orang-orang dekat atau masyarakat sekitar yang menjadi mitra kerjanya. Masyarakat inilah mitra sejati yang memberikan kontribusi besar bagi lahirnya karya-karya besar Barata Sena. Kolaborasi yang tercipta membentuk ikatan emosional di mana nilai-nilai yang muncul dari proses desain dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.



Gambar 3. Produk *Art Furniture* karya Barata Sena (Sumber: Dokumentasi. Pribadi, 2019)

Spirit Kolaborasi Sosial sebagai Nilai Desain

Dalam masyarakat industri modern, desainer mempunyai peran penting dalam membangun interaksi dan melakukan banyak transaksi dengan masyarakat dalam setiap proses dan praktik desainnya. Interaksi dan transaksi yang terjadi dalam hubungan kerja pada akhirnya akan membentuk realitas budaya sosial antara desainer dan masyarakat yang berpartisipasi dalam praktik desain yang dilakukannya (Grant & Fox, 2007). Komunitas yang terbagun melalui interaksi tersebut adalah bentuk kolaborasi sosial di mana pesan dan nilai-nilai dari desainer yang terkandung di dalamnya dapat dikomunikasikan serta tersampaikan kepada penerima manfaat desain. Barata Sena membangun kolaborasi sosialnya lewat berbagai kesempatan, baik lewat media, orang-orang yang bekerja disekelilingnya dan masyarakat yang datang di bengkel tempat bekerjanya bahkan sampai dengan konsumen atau klien yang membeli produk-produknya. Dalam berbagai kesempatan tersebut filosofi Jalan Kayu menjadi bahan edukasi yang disampaikan terus-menerus sekaligus medium bagaimana dirinya menjual produknya kepada pembelinya. Inti dari kolaborasi sosial bagi Barata Sena adalah sikap keterbukaan:

"Semua memungkinkan jika kita mau membuka diri", demikian selalu dikatakannya berulang-ulang dalam setiap kesempatan diskusi. Diskusi sebelum mengeksekusi konsep desain adalah bentuk komunikasi yang dilakukannya ketika mengedukasi para pekerja yang bekerja di *workshop* nya. Penekanan kepada para pekerja untuk tidak dulu menganggap sulit pekerjaan yang belum dilakukannya adalah bagaimana dirinya memotivasi mereka untuk tidak mudah menyerah. Setelahnya baru diajarkan bagaimana membentuk pahatan atau ukiran yang bebas tanpa ada rasa tertekan dan ragu. "Seluruh staf dan pekerja sekarang sudah mengerti begitu diminta mengeksekusi desain langsung di kerjakan tanpa harus detail dijelaskan lagi" begitu Barata Sena menjelaskan dalam satu wawancara.

Sikap membuka diri juga dilakukan ketika ada para mahasiswa desain yang magang di bengkel tempatnya bekerja diajarkan teknik-teknik yang biasa dilakukannya dalam membuat furnitur. Mereka para mahasiswa magang juga mendapat pembelajaran bagaimana konsep sikap mental filosof *Jalan Kayu* diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari seperti bagaimana berkreasi dengan kecacatan kayu. Ini adalah nilai-nilai *soft skill* yang dibagikan secara tidak langsung lewat proses desain yang dilakukan bersama-sama. Meski karya *Art Furniture* nya diakui sebagai karya yang unik, langka dan tidak ada duanya yang sama, Barata Sena tidak membatasi orang untuk belajar di bengkel kerjanya. Ini membuktikan bahwa sikap terbuka Barata Sena dalam memberi pembelajaran tanpa menutup-nutupi apa yang dikerjakan dan dilakukannya juga bisa dikerjakan oleh orang lain. Baginya justru malah senang jika ada orang/ mahasiswa magang yang nantinya mengikuti jejaknya sebagai desainer untuk produk furnitur berbahan baku kayu. "Janganlah karya itu dibatasi atau ditutup tutupi, karena proses kreatifitas yang muncul nantinya akan mengendap ke masing-masing orang, dan ketika itu menjadi sebuah karya pasti sentuhannya akan berbeda", demikian yang juga selalu dibagikan ke setiap orang yang datang kepadanya. Kolaborasi sosial bagi Barata Sena adalah bisa sama-sama belajar dan bisa sama-sama saling mereferensi.

Spirit Kolaborasi dengan Alam sebagai Nilai Desain

Dalam pandangan Barata Sena spirit kolaborasi tidak terbatas hanya pada sesama manusia, tetapi juga bisa dilakukan dengan makhluk hidup lain. Dalam perenungannya, Barata Sena juga melakukan kolaborasi dengan alam dan hewan. Hal ini dinyatakan lewat proses perancangan atas produknya yang salah satunya pernah membiarkan bagaimana tanah dan rayap membentuk elemen-elemen estetis dari produk furniturnya secara natural. Teknik ini oleh Barata Sena disebut dengan metode "Penyangkalan" (Samantha, Kusumarini, & Basuki, 2018). Metode penyangkalan ini merupakan cara berpikir yang terbalik, dimana biasanya orang membuang material kayu yang rusak, cacat alami. Dalam metode ini apa yang dihindari justru malah dibuatnya menjadi produk yang bernilai. Kompromi dengan hal-hal yang di hindari oleh banyak orang justru menjadi arena kreatifitas, sehingga tidak mengherankan jika hewan rayap yang dianggap pengerat yang merusak dan musuh utama kayu justru dipandang sebagai mitra kolaboratif yang dapat menciptakan keindahannya sendiri.



Gambar 4. Kolaborasi dengan Rayap menghasilkan motif natural yang estetis.
(Sumber: Dokumentasi Barata Sena, 2018)

Kolaborasi Sosial-Ekonomi dalam Desain

Paradigma desain industri yang berfokus pada nilai-nilai para investor dengan jalan memaksimalkan keuntungan finansial kini telah bergeser dengan paradigma transformasional yang baru. Paradigma kolaborasi kolektif dimana masyarakat bukan hanya sebagai pemangku kepentingan dalam bisnis saja namun juga sebagai penerima manfaat (Quden, 2012). Jadi masyarakat dan desainer pada saat yang sama akan tumbuh kesadaran baru dalam menciptakan nilai-nilai etika bisnis bersama. Lebih dari itu tanggungjawab sosial-ekonomi yang muncul tidak lagi hanya tentang amal dan filantropi semata namun menciptakan nilai-nilai kehidupan bersama yang berkualitas bagi sesama, organisasi/perusahaan serta masyarakat luas. Pernyataan ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Papanek, bahwa desainer ideal adalah desainer yang seharusnya lebih berorientasi pada penciptaan nilai-nilai sosial daripada mengikuti cara-cara perusahaan komersial dalam menawarkan dan melayani desain-desain komersialnya (Savvina, 2018).

Konsep sosial-ekonomi Barata Sena lewat filosofi Jalan kayu menawarkan nilai-nilai kemanusiaan melalui pembelajaran sikap mental “menerima”. Menerima juga berarti membuka diri bagi siapapun yang mau belajar di bengkel kerjanya dan menjadi mitra berdiskusi dan saling mereferensi. “Memberi” juga berarti menciptakan guna, menciptakan keindahan dari apa yang sebelumnya dihindari atau dibuang. Memberi dalam konteks sosial adalah juga membagi pengetahuan tanpa ada pamrih, saling memberi, serta menciptakan kolaborasi antara desainer sebagai konseptor dengan pekerja, supplier, karyawan sebagai mitra pencipta produk. Filosofi “Melepas” berarti merelakan karya yang sudah jadi untuk menjadi bagian kebahagiaan bagi pengguna atau kolektor yang memilikinya. Dalam konteks ekonomi berarti menjual produk, yang hasilnya untuk memberi kesejahteraan para karyawan, staf pekerja yang telah berhasil mewujudkan karya kolaborasi bersama.



Gambar 5. Kolaborasi sosial dengan para pekerja di *workshop* Jalan Kayu.
(Sumber: Dokumentasi Barata Sena, 2018 dan Dokumen Pribadi, 2019)

Triple Botton Line dalam Framework Jalan Kayu

Triple Botton Line (TBL) adalah sebuah konsep tentang *sustainable development* dengan tiga pilar penyangganya yaitu dimensi kerja sosial, ekonomi dan lingkungan (Slafer, 2011). TBL ini kemudian dirumuskan dengan tujuan yang lebih fokus pada pengembangan pembangunan terhadap Manusia, Laba, dan Lingkungan atau dikenal dengan sebutan 3P (*People, Profit, Planet*) (Elkington, 1997 & Slafer, 2011). Konsep besar TBL adalah bagaimana mengoptimalkan kinerja ketiga pilarnya untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara bersama-sama. Agenda TBL terutama ditujukan kepada perusahaan untuk tidak hanya mengejar dan menciptakan keuntungan secara ekonomi saja, tetapi juga pada penciptaan nilai-nilai sosial dan pembangunan lingkungan yang berkelanjutan. Dalam mewujudkan tujuan besar TBL ada tujuh faktor pendorong yang membangun keberlanjutan pembangunan global. Menurut Elkington (1997), ke tujuh pendorong revolusi berkelanjutan pembangunan tersebut adalah:

	Old Paradigm	→	New Paradigm
1 Markets	Compliance	→	Competition
2 Values	Hard	→	Soft
3 Transparency	Closed	→	Open
4 Life-cycle technology	Product	→	Function
5 Partnerships	Subversion	→	Symbiosis
6 Time	Wider	→	Longer
7 Corporate governance	Exclusive	→	Inclusive

Gambar 6. Tujuh Revolusi Keberlanjutan (Sumber: Elkington, 1997)

Konsep dasar ke tujuh pendorong revolusi keberlanjutan dari TBL tersebut ternyata juga beririsan dengan konsep filosofi Jalan Kayu Barata Sena. Ke tujuh pendorong revolusi keberlanjutan pembangunan yang beririsan tersebut secara singkat dijelaskan sebagai berikut:

1. Markets

Revolusi 1 (*Markets*) akan didorong oleh persaingan yang pasar bebas yang makin terbuka. Iklim kompetisi akan menjadi hal yang sangat normal. Barata Sena dengan perusahaan yang telah didirikan sejak tahun 1999 sampai sekarang masih tetap bisa bersaing dengan produk di pasar global. Melalui segmentasi pasar yang menysar kalangan kolektor dan klien tertentu, produk Art Furniture Barata Sena dapat bersaing dan bahkan dapat mengendalikan pasar sebagai *market driven* (<http://Indonesiakreatif.bekraf.go.id>). Melalui filosofi Jalan Kayu: sikap menerima menjadikan produk-produknya siap bersaing dengan produk-produk *art furniture* lainnya tanpa takut kehilangan pasar.

2. Values

Revolusi 2 tentang Nilai (*Values*), desain tidak hanya masalah bentuk yang terlihat secara indrawi saja namun yang terpenting adalah desain harus membawa nilai-nilai atau pesan-pesan sosial bagi kemanusiaan. Barata Sena, dengan konsep Jalan Kayunya membawa produk *Art Furniture* nya membawa pesan penggunaanya bahwa produk furniturnya dibuat dengan filosofi yang sarat dengan makna kemanusiaan. Bagaimana sikap menerima, memberi dan melepas yang muncul

dalam material kayu menjadi nilai desain yang menjadikan karyanya berbeda dengan para pesaingnya.

3. Transparency

Keterbukaan adalah akibat dari perkembangan teknologi yang semakin cepat. Sistem nilai baru yang terjadi secara global menjadi hal yang harus diikuti oleh semua pemangku kepentingan bisnis jika tidak ingin ketinggalan dalam persaingan. Melalui transparansi semua orang bisa belajar membangun jejaring yang lebih luas. Bagi Barata Sena membuka diri adalah bagian dari konsep sikap mental “melepas” dari Jalan Kayu. Barata Sena mengajarkan teknik desain dan nilai-nilai di dalamnya kepada semua orang yang mau datang dan belajar kepadanya. Semua diberi kesempatan untuk memakai pengalaman yang didapat dan untuk berkembang secara mandiri. Baginya kreatifitas yang mengendap pada seseorang akan berbeda beda *outputnya*, oleh karenanya keterbukaan yang tercipta justru akan saling melengkapi dan saling memperkaya referensi.

4. Life cycle Technology

Fokus dari konsep siklus hidup ini berkaitan dengan bagaimana proses produk di buat mulai dari awal sampai pada akhir masa pakainya. Semakin lama proses produksi tentu akan berpengaruh terhadap dampak yang ditimbulkan. Orientasi penggunaan material pada produk juga menjadi konsentrasi utama masalah siklus hidup produk. *Art furniture* dari Barata Sena semuanya menggunakan kayu dari berbagai jenis pohon bahkan beberapa diantaranya menggunakan kayu dari pohon-pohon yang tumbang karena sudah lapuk dan tua. Masa pakai produk karya Barata Sena tentu saja mempunyai *life cycle* yang lama karena produknya dianggap sebagai produk seni, yang biasanya untuk dikoleksi sehingga penggunaannya biasanya sangat di batasi, hal ini membuatnya mempunyai ketahanan yang cukup lama.

5. Partnership

Dalam era perkembangan masyarakat industri, bermitra adalah salah satu komponen bisnis yang tidak dapat dihindari. Ada banyak jenis makna bermitra dalam praktik-praktik bisnis, dan biasanya semua mitra membangun hubungan yang saling menguntungkan. Melalui perusahaannya Barata Sena menjalin kerjasama dengan para pemasok kayu dari berbagai lapisan masyarakat, bahkan dengan para penebang kayu tumbang di jalan atau pekarangan rumah warga. Jalinan mitra ini terbagun bahkan sampai menjangkau wilayah-wilayah yang cukup jauh, sehingga menciptakan hubungan yang lebih luas.

6. Time

Bagi para pemilik usaha, waktu adalah uang. Betapa aspek waktu begitu penting dalam dunia industri yang terus bergerak dengan cepat. Diperlukan strategi yang tepat bagaimana membuat momentum yang tepat dalam memasarkan dan mengkampanyekan karya-karya baru kepada pelanggannya. Barata Sena membangun momentum waktu dalam memasarkan produknya lewat media *on-line* kepada pelanggannya dengan menginformasikan desain baru di tanggal dan bulan-bulan tertentu. Komunikasi yang terjalin disampaikan terus menerus lewat

berbagai kesempatan, baik di *workshop*, diskusi-diskusi maupun lewat forum-forum bisnis lainnya.

7. Corporate Government (Tata kelola perusahaan)

Tata kelola perusahaan berkaitan dengan bagaimana membangun ekosistem bisnis yang sehat, baik di dalam perusahaan maupun hubungan dengan pemangku kepentingan lainnya. Barata Sena membangun ekosistem bisnisnya dengan manajemen yang ramping bersama dengan beberapa staf yang tidak banyak. Semua pekerjanya menjadi bagian penting dalam perusahaannya. Baginya semua karya desain yang diciptakannya merupakan karya bersama, karya kolaborasi dengan para tukang, karyawan yang bekerja di bengkel kerjanya.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Menjadi desainer tidak cukup hanya menciptakan atau memproduksi gambar desain dan memproduksi produk karya, tetapi juga memproduksi dan mereproduksi makna dan nilai-nilai sosial-ekonomi yang dapat memberi dampak positif bagi penerima manfaat desain. Filosofi Jalan Kayu dari Barata Sena menawarkan konsep desain tidak hanya sekedar tampilan fisik yang estetik, tetapi membawa pesan dan nilai-nilai desain yang tersampaikan lewat tiga sikap mental untuk “menerima”, “memberi” dan “melepas” sebagai filosofi perancangan. Sikap menerima berarti membuka diri terhadap kekurangan dan kelemahan sebagai bagian dari pemberian cuma-cuma dari alam. Menjadi tugas dan tanggungjawab desainer untuk menggali potensi dari keadaan yang tidak sempurna dari kecacatan alami kayu sebagai bahan pembuat furnitur dengan kecerdasan yang dimiliki dan mengubahnya menjadi produk yang bernilai secara ekonomi. Sikap “memberi” juga berarti menempatkan jenis material kayu yang dinilai kurang bernilai menjadi sejajar bahkan mempunyai nilai keunikan yang unggul. Sikap “melepas” berarti segala sesuatu ada masanya. Desain yang sudah menjalani tugasnya akan digantikan dengan yang baru, namun bukan berarti membuang menjadi produk yang tidak berguna. Memberi sentuhan baru meski dengan material yang lama menjadi tugas desainer dalam menjaga keberlangsungan produk.

Konsep Filosofi Jalan Kayu dari Barata Sena memiliki visi yang sejalan dengan kerangka berfikir dari Papanek yang menekankan bahwa desain sudah seharusnya lebih menekankan pada penyelesaian persoalan-persoalan sosial-ekonomi masyarakat dari pada mengedepankan cara-cara menciptakan produk untuk tujuan komersial. Nilai-nilai desain yang dibawa Papanek bermuara pada tujuan besar *sustainable development* dengan tiga pilarnya yaitu, sosial-ekonomi dan lingkungan yang dirumuskan lagi menjadi 3P (People, Profit, Planet). Konsep 3P menjadi pondasi utama dalam visi pembangunan berkelanjutan dengan tujuan besar pada kesejahteraan manusia juga selaras dengan konsep Jalan Kayu dari Barata Sena.

Sebagai rekomendasi untuk menjadi bahan dialektika ke depan barangkali perlu dikaji lebih dalam lagi yaitu dengan mengajukan pertanyaan tentang apa yang menjadi dasar pertimbangan desainer ketika diperhadapkan pada orientasi

perancangan yang saling tumpang tindih kepentingan antara idealisme desainer, kebutuhan klien dan kebutuhan lingkungan sosial. Jawaban ini bisa menjadi bahan pernungan yang penting untuk menjelaskan mengapa nilai-nilai desain tersebut penting bagi desainer yang berpraktik di dalam paradigma yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata Sena: Mengubah Paradigma Produk Kayu *Home Story Rising Star* (2011). Retrieved October, 12, 2011, from <http://Indonesiakreatif.bekraf.go.id>
- Burdek, B.E (2005). *History, Theory and Practice of Product Design*. Birkhauser Publisers of Architecture, Berlin
- Friedman, B (1997). *Human values and the design of computer technology*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Elkington, J (1997). *The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford Centre for Innovation Mill Street, UK
- Grant, J. & Fox (2007). *Understanding the Role of the Designer in Society*. Journal of Art & Design Education
- Hoven, J.van den (2015). *Design for Values: An Introduction*. In van den Hoven, Jeroen, Ibo Van de Poel, and Pieter E. Vermaas, eds. forthcoming. (2015). *Handbook of ethics and values in technological design*. Springer, pp. 1–9.
- Kusumarini, Y. (2015). *Konstruksi Teori Sustainable Interior Design. Pendekatan Holistik Eco-Sosio-Econo Interior Design Kontekstual Indonesia*. Program Doktor Jurusan Arsitektur ITS Surabaya.
- Mangunwijaya, Y. B. (1995). *Wastu Citra*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Anggota IKAPI, Jakarta.
- Papanek (2007). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. London: Thames and Hadson, 1985.
- Quden, Elke den (2012). *Value From different Perspective*. Faculty of Industrial Design Eindhoven University of Technology 2012.
- Samantha, R.F., Kusumarini, Y., Basuki, L. (2018). *Studi Profil desainer, Konsep dan Karya Art Furniture (Studi kasus: Barata Sena)* Jurnal Intra Vol.6, No. 2 Hal 698-709.
- Savvina, O. (2018). *Ethical Values in the Design Concept of Victor Papanek and Steve Jobs*. The 2nd International Conference on Culture, Education and Economic Development of Modern Society (ICCESE 2018).
- Slafer, Timothy F. (2011). *The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?* Indiana Business Research Centre, Indiana University Kellel School of Business.