

## PROLOG

# DESAIN SEBAGAI STRATEGI DAN INOVASI SOSIAL

## *DESIGN AS STRATEGY AND SOCIAL INNOVATION*

**Martin L. Katoppo**

*Editor in Chief*, Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial,  
Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

e-mail: martin.katoppo@uph.edu

Selamat datang dan membaca edisi perdana Jurnal Desain dan Inovasi Sosial Ed.1, Vol.1. Jurnal ini adalah jurnal yang dirancang untuk membahas berbagai diskusi kiwari dan nilai kebaruan (*beyond*) dalam desain pada tataran strategis dan inovatif yang mendorong perubahan sosial di masyarakat. Pada skala yang lebih besar, jurnal ini hendak memproduksi pengetahuan desain yang memberdayakan, membebaskan dan memanusiakan. Produksi pengetahuan ini bermaksud untuk diproduksi bukan hanya dalam tataran wacana (*discourse*) tapi juga menjalar hingga ke tataran *praxis/action* yang kelak harapannya dapat mendorong perubahan kebijakan Nasional mengenai pembangunan berkelanjutan yang berkeadilan sosial, lestari serta mengedepankan pembangunan sumber daya manusia sebagai subyek utama pembangunan bangsa dan negara Indonesia.

Tujuan besar, namun perlu. Kegagalan kemampuan merelasikan pengetahuan dan aksi nyata yang berdampak adalah masalah yang dihadapi oleh bangsa Indonesia. Sebagian orang mungkin akan menarik permasalahan ini lebih jauh lagi: kepemilikan terhadap pengetahuan saja bahkan belum merata. Karena hal-hal tersebutlah maka jurnal ini muncul, sebagai arena produksi pengetahuan yang dapat diakses oleh siapapun yang membutuhkannya, dan sebagai demonstrasi relasi pengetahuan dan aksi nyata yang berdampak dari kepemilikan pengetahuan tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan.

Berdasarkan tujuan di atas, maka Jurnal Desain dan Inovasi Sosial (JSDIS) mengambil posisi ideal, yaitu mencari cara berpraktik yang berlandaskan teori setara (*theoretically informed practice*). Jurnal ini percaya bahwa sebuah tindakan harus diikuti dengan penelitian melalui eksplorasi dan 'objektifikasi' dari sebuah

pengalaman' (*exploration and 'objectification of experience'*) dan 'pendisiplinan subyektivitas' (*'disciplining of subjectivity'*). Kelindan penelitian dan tindakan inilah yang akan menghasilkan *theoretically informed practice* (Taggart, 2006). Pendekatan seperti ini dekat dengan pendekatan (*Participatory*) *Action Research* (PAR), karena model penelitian seperti ini sanggup menjembatani ranah akademis dan praktik secara mumpuni, bahkan model penelitian tindakan seperti ini memiliki kemampuan memberdayakan setiap *stakeholder* yang terlibat (Reason dan Bradbury, 2001). Jurnal ini dengan demikian hendak mengambil posisi 'aktif', yang artinya jurnal ini tak hendak hanya memperkaya wacana dengan memproduksi pengetahuan baru bagi pembacanya, namun juga hendak menginspirasi siapapun yang membacanya untuk menggunakan pengetahuan baru tersebut untuk bertindak dan mendorong terjadinya perubahan secara nyata.

Oleh karena itu jelas juga semestinya, mengapa jurnal ini mengambil posisi sebagai jurnal **strategi** desain. Bila kita membedah kata desain, maka kita perlu melihat definisinya menurut Heskett (2002) yaitu sebagai kemampuan manusia membentuk dan membuat lingkungan hidupnya sendiri demi pemenuhan kebutuhan dan memberikan makna pada kehidupan sehari-hari manusia. Sementara itu Lawson (2005) melihat desain sebagai dualitas dinamis yang merujuk secara bersamaan pada proses dan hasil akhir (*end products*). Proses mendesain sendiri menurut Lawson adalah proses yang menggabungkan cara berpikir sistematis dan tak berstruktur (*systematic and chaotic thinking*) serta imajinatif sekaligus matematis. Desainer dalam praktik desainnya harus menghasilkan (*generate*) objek atau tempat (*place*) yang akan memiliki dampak besar terhadap kualitas hidup banyak orang – yang artinya desain harus berfungsi selain juga indah. Secara lebih strategis-praktis, Norman (2002) mengatakan bahwa desain harus mampu berdialog serta berkelindan dengan keseharian penggunaanya. Norman menggunakan istilah '*human centered design*' (desain berorientasi manusia) yang mengatakan bahwa desain yang baik tak perlu mengorbankan aspek apapun - misalnya keindahan dengan biaya produksi, fungsional dan atraktif. Desain yang berorientasi manusia dan lekat dengan keseharian akan mengakomodasi kesenangan estetis (*aesthetic pleasure*) sebagai suatu karya seni dan pertunjukkan produk kreativitas, serta pada saat yang bersamaan ia juga akan mudah digunakan (*usable*), mudah bekerja (*workable*) dan menyenangkan (*enjoyable*).

Danish Design Center ([https://issuu.com/dansk\\_design\\_center/docs/design-ladder\\_en](https://issuu.com/dansk_design_center/docs/design-ladder_en)) mengeluarkan '*The Design Ladder*' – tingkatan identifikasi posisi desain yang dibagi menjadi: *Non-Design* pada bagian terbawah, lalu diikuti *Design as Form-Giving*, *Design as Process* dan pada bagian teratas: *Design as Strategy* (lihat gambar di bawah) Walaupun tingkatan identifikasi ini dikeluarkan oleh DDS utamanya untuk melihat situasi dan kondisi 'penggunaan' desain dalam suatu perusahaan (desain), namun tingkatan ini menunjukkan bahwa desain sebagai strategi berada di posisi yang paling tinggi **karena** saat desain bekerja sebagai sebuah strategi maka desain sudah berkelindan (*embedded*) secara penuh dalam setiap sendi aktivitas yang dilakukan. Desain bukan sebagai objek akhir atau sebuah proses, ia adalah awal, yang berproses hingga akhir sebagai strategi

penciptaan mumpuni yang melibatkan cara berpikir hingga bertindak.



Gambar 1. *The Design Ladder* (Danish Design Center, 2015)

Bila kemudian kita melihat desain sebagai proses lengkap berpikir (discovery), membangun ide (ideation) hingga akhirnya membuat (prototyping) dan hingga akhirnya mengimplementasikan serta mengukur dampaknya di masyarakat, maka inilah yang disebut sebagai Design Thinking (Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009). Metode Design Thinking (DT) menjadi fenomenal baik dalam lingkup desain maupun lingkup lain yang lebih luas, karena: (1) membawa kembali desain kepada ensensinya, yaitu sebagai metode pemecahan masalah yang bersifat inovatif, berkelanjutan dan berorientasi pada manusia, (2) memiliki potensi menjembatani pengetahuan teoretis dan praktik dalam mendesain, serta mempromosikan cara berpikir komprehensif dan cara bekerja kolaboratif, (3) bekerja dengan cepat, relatif akurat, kritis, serta kontekstual dan spesifik dalam hal inovasi yang dimunculkannya, (4) dapat diaplikasikan serta ditransfer ke berbagai bidang ilmu pengetahuan dan praktik (misalnya: manajemen bisnis dan pelayanan publik, sistem pelayanan kesehatan, desain interaktif, perencanaan, pembuatan dan pelaksanaan berbagai kebijakan institusional) (Katoppo dan Sudradjat, 2015).

Brown bersama Wyatt (2010) kemudian berargumen tentang bagaimana Design Thinking dapat bekerja dalam ranah sosial serta mendorong terjadinya inovasi – sehingga mengakibatkan perubahan situasi dan kondisi sosial masyarakat menuju arah yang lebih baik. Brown kemudian mengembangkan Human Centered Design (HCD) Toolkit: Design Thinking Toolkit for Social Innovation Project (IDEO, 2013). Desain sendiri dapat membawa perubahan apabila memahami kekuatan konteks (the power of context), yaitu suatu situasi sosial spesifik yang sudah menjadi keseharian di dalam ruang sasaran masyarakat dan karena manusia bertindak sesuai dengan pengaruh kondisi fisik yang terus menerus dialami (Gladwell, 2000). Agar efektif desain yang dirancang untuk perubahan sebaiknya hanya perlu memberikan dorongan-dorongan halus (nudge) pada komunitas yang disasar. Menurut Thaler dan Sunstein (2009), manusia justru berubah karena desakan dan dorongan bawah sadar yang cenderung tidak kentara, perlahan, terus menerus serta tidak memaksa. Oleh karena itu bentuk perubahan akhirnya juga bukan

sesuatu yang definitif dapat diasumsikan sejak awal. Dorongan-dorongan halus ini dapat dirancang dan hadir sebagai suatu intervensi yang berperan sebagai jalan pembuka terjadinya perubahan awal. Perubahan awal inilah yang berpeluang untuk mendorong perubahan lain yang bersifat alamiah, lebih besar, bertahan dan berkelanjutan karena datang dan didefinisikan sendiri oleh yang berkepentingan. Penjelasan ekstensif ini hendak menjelaskan bagaimana kemudian desain dapat menjadi pendorong terjadinya inovasi sosial, dan hanya ketika desain berada dalam tataran strategi, maka desain dapat melakukan hal ini.

Untuk melihat kemungkinan-kemungkinan desain sebagai strategi dan inovasi sosial maka JSDIS Ed.1, Vol.1 sudah memilih 8 makalah sebagai pembuka diskusi dan langkah awal produksi pengetahuan perihal ini. Tulisan yang pertama adalah mengenai bagaimana desain dapat berpotensi dalam memberdayakan anak-anak dan muda/i di sebuah kampung di Tangerang Selatan melalui sebuah festival kreatif. Rahardjo dan tim membayangkan bahwa pemberdayaan yang berkelanjutan bukanlah melalui menghadirkan desain fisik, melainkan dengan cara membangun manusia dan karenanya menyasar pada generasi pemilik masa depan, para anak-anaknya dan muda-mudinya dengan cara mengembangkan daya kreativitas melalui sebuah cara festival. Mungkin ini yang dibayangkan Lefebvre (1998) yang menawarkan keseharian sebagai sebuah festival (*la fête*) yang hadir dalam oeuvre, sebuah ruang dalam kota, dimana manusia-manusia yang sepenuhnya sadar (*total men*) secara kreatif menjalani keseharian hidupnya. Selanjutnya adalah tulisan Romadhona dan Aileen yang hendak menelusuri desain pahlawan super yang mumpuni melalui penyelidikan referensial terhadap anak-anak di tingkat pendidikan dasar. Keduanya menemukan bahwa anak-anak akan menyematkan hal-hal khas dari apa yang ada di sekelilingnya sekaligus juga apa yang membangun imajinasinya. Purwanto merancang puzzle dari bahan bambu juga untuk anak-anak di tingkat pendidikan dasar dan menemukan bahwa anak-anak sangat kreatif dan selalu memandang segala hal dari sudut pandang lain dari benda atau intensi asal dan awalnya. Kedua penelitian yang melibatkan anak-anak pada tingkatan dasar ini tampaknya justru menemukan bahwa desainlah yang mendapatkan sumbangan kreatif dan inovatif dari daya imajinasi anak-anak alih-alih sebaliknya. Junianto masih dalam konteks menelisik dan berkelindan perihal pendidikan berusaha melihat tegangan pendidikan desain berbasis manual dan teknologi digital di tingkat universitas. Diskusi lawas dalam dunia desain namun masih sangat menarik, bahkan semakin relevan ini menunjukkan bahwa pendidikan manual tetap menjadi suatu keharusan sebagai pemberi dasar kokoh sebelum akhirnya menggunakan teknologi digital. Desain adalah perpanjangan pemikiran, dan awalnya keahlian tangan menjadi perpanjangan pemikiran tersebut. Teknologi tidak datang untuk menggantikan, namun teknologi datang untuk semakin memanjangkan daya jangkauan pemikiran yang pada dasarnya tak terbatas. Teknologi digital memungkinkan menghilangkan keterbatasan-keterbatasan capaian manual. Sedikit berbeda dengan pembahasan-pembahasan sebelumnya, Ayuswantana, dkk. mencoba melihat dan membangun asumsi strategi desain iklan sebuah minuman air mineral kemasan dengan menyatakan bahwa strategi desain yang dilakukan adalah untuk memengaruhi target konsumen anak muda urban

tentang perlunya mengonsumsi air mineral merk tertentu tersebut.

Tiga tulisan selanjutnya ada di tataran urban dan mencoba melihat kemungkinan desain mengubah perilaku orang-orang yang hidup berinteraksi di dalam kota. Setiawan mencoba menganalisis aplikasi desain street signage di kota Bandung. Setiawan mencoba melihat kemungkinan bahwa dengan adanya street signage yang didesain di beberapa area di kota tersebut akan membantu pengguna kota dalam menjelajah kota Bandung dengan lebih nyaman. Amarena mencoba melihat desain halte bis dapat mempengaruhi perilaku penggunanya. Menggunakan beberapa studi kasus serta melihat berbagai pendekatan desain halte bis di kota Jakarta, Amarena menawarkan bahwa desain halte bis yang baik adalah desain halte bis yang merespon kebutuhan masyarakat kota yang modern, seperti misalnya mampu merespon perkembangan teknologi yang digunakan saat ini. Mensana dkk., kemudian berargumen bahwa dengan desain yang baik, ruang publik di kota besar semestinya saling terhubung yang pada akhirnya akan mengubah dan menciptakan pola interaksi sosial yang terjadi. Mensana dkk. menggunakan 2 buah taman kota yang didesain terhubung untuk meningkatkan interaksi sosial penggunanya untuk memperkuat argumen tersebut.

Paparan-paparan menarik ini sungguh berpotensi untuk memulai diskusi tentang potensi desain sebagai strategi dan pendorong terjadinya inovasi sosial. Sekali lagi sebagai editor in chief saya ucapkan selamat membaca, memproduksi pengetahuan dan kemudian menggunakan pengetahuan baru ini sebagai inspirasi untuk bergerak dan mendorong terjadinya inovasi sosial dalam konteks anda sendiri!

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Brown, T. (2008). Design thinking [www.unusualeading.com](http://www.unusualeading.com), Harvard Business Review, 1-9.
- Brown, T. dan Katz, B. (2009): Change by design: how design thinking transforms organizations and inspires innovations, HarperCollins Publishers, New York.
- Brown, T. dan Wyatt, J. (2010). Design Thinking for Social Innovation, Stanford Social Innovation Review, Stanford School of Business, 29-35.
- Gladwell, M. (2000). The tipping point – how little things can make a big difference, Abacus, London.
- Heskett, J. (2002). Design: A Very Short Introduction, Oxford University Press Inc., New York.
- IDEO (2013). Human Centered Design (HCD) Toolkit: Design Thinking Toolkit for Social Innovation Project, 2nd.ed, Licensed under the Creative Commons Attribution Non Commercial Share A-Like 3.0 Unported License, with IDE, Heifer International and ICRW, funded by Bill and Melinda Gates Foundation.
- Katoppo, M. L. dan Sudradjat, I. (2015): Combining Participatory Action Research (PAR) and Design Thinking (DT) as an alternative research method in architecture, Procedia – Social and Behavioral Sciences, International Conference ARTEPOLIS Vol.5, Architecture Program, School of Architecture,

- Planning and Policy Development, Institut Teknologi Bandung (ITB), Indonesia, 184 C (2015), 118-125, doi:10.1016/j.sbspro.2015.05.069.
- Lawson, B. (2005). *How Designers Think – The Design Process Demystified*, Fourth edition, Architectural Press, London – New York.
- Lefebvre, H. (1998). *The production of space*, Blackwell Publishers Ltd., Inc., Oxford, Massachusetts.
- Norman, D. (2002): *The design of everyday things*, Basic Books, New York.
- Reason, P. dan Bradbury, H. (2001). *Handbook of Action Research – Participative Inquiry and Practice*, Sage Publications, Inc, London – New Delhi.
- Taggart, R. Mc. (2006). *Participatory Action Research: Issues in Theory and Practice*, *Educational Action Research*, 2:3, 313-337, DOI: 10.1080/0965079940020302.
- Thaler, R. H. dan Sunstein, C. R. (2009). *Nudge – improving decisions about health, wealth and happiness*, Penguin Books, USA.
- 'The Design Ladder: Four steps of design use', data diperoleh dari situs internet: [https://issuu.com/dansk\\_design\\_center/docs/design-ladder\\_en](https://issuu.com/dansk_design_center/docs/design-ladder_en) diunduh pada 25 Oktober 2019, jam 22:52.