

# DESAIN SEBAGAI STRATEGI: TITIK AWAL INOVASI DESAIN SOSIAL

## THE EMERGENCE OF SOCIAL INNOVATION DESIGN: DESIGN AS STRATEGY

Martin L. Katoppo

<sup>1</sup>Editor in Chief, Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial,  
Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

e-mail: martin.katoppo@uph.edu<sup>1</sup>

### PROLOGUE

Pada *epilogue* JSDIS Volume 3 Edisi 2 saya mengajak untuk membayangkan masa depan desain sebagai pendorong inovasi sosial. Ajakan ini saya dasarkan pada 2 hal:

1. Inovasi Desain Sosial (*Social Innovation Design*) mampu dan bahkan berkembang (*flourish*) sepanjang 2 tahun pandemik. Hal ini terlihat dari beragam kegiatan inovasi desain sosial yang terus berjalan dan terekam dengan baik dalam terbitan JSDIS (<https://ojs.uph.edu/index.php/JSDIS/index>), maupun dalam publikasi Seminar Nasional Desain Sosial (<https://snds.uph.edu/>, <https://ojs.uph.edu/index.php/SNDS/index>), *platform* publik berbagi inovasi desain sosial – yang pada tahun ini diluaskan lingkungannya ke ranah Internasional (- saya akan bahas lebih lanjut di bagian *epilogue*),
2. Perkembangan Inovasi Desain Sosial dari 2 dari 3 hal yang saya tawarkan sebagai masa depan dari inovasi desain sosial (Katoppo, 2022), yaitu: (a) Desain sebagai Strategi (*Design as Strategy*), dan, (b) Kelindan Hibrid Desain berbasis Manusia (*Hybrid Human Centered Design*), utamanya di akhir masa pandemik ini. Inilah yang akan saya bahas pada *prologue* JSDIS Volume 4 Edisi 1 kali ini.

Pada *epilogue* JSDIS Volume 3 Edisi 2, saya mengatakan bahwa: ***situasi pandemik mengubah strategi dan meningkatkan kadar inovasi desain sosial yang akan terus berlanjut bahkan setelah pandemik berakhir***. Saya kemudian menawarkan masa depan inovasi desain sosial ke dalam 3 kategori di bawah ini (Katoppo, 2022):

1. **Desain sebagai Strategi**, adalah ketika desain hadir di titik tertingginya sebagai sebuah strategi dan bukan hanya sekedar ramuan bentuk (*design as form giving*), ataupun proses (*design as a process*) ([https://issuu.com/dansk\\_design\\_center/docs/design-ladder\\_en](https://issuu.com/dansk_design_center/docs/design-ladder_en)). Desain sebagai Strategi adalah cara berpraktik desain yang berlandaskan teori (*theoretically informed practice*) yang diikuti dengan penelitian tindakan melalui eksplorasi dan ‘objektifikasi dari sebuah pengalaman’ (*exploration and ‘objectification of experience’*) serta ‘pendisiplinan subyektivitas’ (*‘disciplining of subjectivity’*) (Taggart, 2006). Secara lebih mudah Desain sebagai Strategi adalah strategi penciptaan mumpuni yang melibatkan

cara berpikir hingga bertindak (Katoppo, 2019). Posisi Desain sebagai Strategi adalah posisi prasyarat ketika kemudian desain menjadi pendorong terjadinya inovasi sosial. Sehingga Inovasi Desain Sosial adalah desain sebagai strategi penciptaan inovasi desain yang merespon suatu situasi/permasalahan sosial tertentu untuk mendorong terjadinya perubahan ke arah yang lebih baik dan berdampak (Brown dan Wyatt, 2010; Katoppo, 2017, 2018 dan 2019).

2. **Kelindan Hibrid Desain berbasis Manusia**, adalah perubahan cara kelindan strategi inovasi desain sosial menjadi hibrid dan berpotensi positif mengubah kedalaman cakupan dan keluasan jangkauan dari praktik desain sebagai pendorong terjadinya inovasi sosial (*Hybrid Human Centered Design – Katoppo, 2021; Salmons, 2015; IDEO, 2013*), dan
3. **Inovasi Desain Sosial di dalam ranah dunia teknologi 5.0** (*big data* dan *Metaverse*) sebagai imajinasi baru yang mungkin menjadi pembuka wujud masyarakat madani 5.0 ([https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5\\_0/index.html](https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html); [https://www.japan.go.jp/abonomics/\\_userdata/abonomics/pdf/society\\_5.0.pdf](https://www.japan.go.jp/abonomics/_userdata/abonomics/pdf/society_5.0.pdf)) yang kolaboratif serta inovatif, berkeadilan sosial dan lestari (berkelanjutan) (Katoppo, 2017).

Dari ketiga tawaran masa depan Inovasi Desain Sosial di atas, mari kita lihat bagaimana para penulis-peneliti pada JSDIS Volume 4 Edisi 1 kali ini masuk ke dalam 2 dari 3 tawaran masa depan Inovasi Desain Sosial tersebut.

### **Desain sebagai Strategi**

Pandiangan menulis perihal strategi desain rumah susun untuk masyarakat yang rencananya akan dipindahkan oleh Pemerintah Kota Administrasi Jakarta dari permukimannya saat ini yang bertempat di atas lahan yang peruntukannya bukan untuk bermukim. Pandiangan berusaha untuk mendesain rumah susun yang mendukung terjadinya interaksi sosial sebagai respon dari upaya memindahkan konteks relasi sosial yang sudah terbangun di permukiman awal (Lestari, 2019; Sucipto, 2019), serta upaya untuk memecahkan permasalahan kritik rumah susun modern yang cenderung mematikan relasi sosial dan mengasingkan penghuninya (Jencks, © 1977, 1984).

Dalam kerangka yang lebih luas Valencia dan Oppusunggu memaparkan kegiatan peningkatan kualitas permukiman di salah satu RW kumuh di Jakarta Utara menggunakan metode Riung Desain (Brown, 2008; Brown dan Katz, 2009) untuk mendorong terjadinya inovasi sosial (Brown dan Wyatt, 2010; IDEO, 2013) melalui penyusunan Rencana Aksi Masyarakat (*Community Action Plan*) secara kolaboratif bersama warga dan Pemerintah Kota Jakarta Utara. Desain dalam hal ini menjadi strategi mendorong terjadinya kesadaran dan keberdayaan masyarakat untuk memiliki permukiman dengan kualitas yang layak. Lebih jauh, Valencia dan Oppusunggu memperlihatkan keberdayaan sejati dimana warga RW kumuh tersebut secara aktif mau mulai membangun permukimannya bahkan sebelum adanya bantuan dari Pemerintah Kota (Arnstein, 1969; Sanoff, 2000; Till, 2005).

Pendekatan partisipatif juga dilakukan oleh Tafriidj dan Purisari dalam rangka memberdayakan masyarakat khususnya dalam pengelolaan sampah dan air rumah tangga di salah satu *cluster* perumahan di Tangerang Selatan. Tafriidj dan Purisari

menyasar pada keberlanjutan lingkungan yang diupayakan secara partisipatif (Day dan Parnell, 2003) dengan tujuan besar agar persoalan ini kelak sepenuhnya menjadi inisiatif mandiri warga (Arnstein, 1969). Inovasi desain untuk mengatasi permasalahan ini muncul melalui tawaran penggunaan teknologi sederhana biopori, yang juga sekaligus memperlihatkan bagaimana desain bekerja sebagai strategi intervensi yang tidak bertentangan atau menambah kebiasaan masyarakat sehingga mudah untuk diimplementasikan (Duhigg, 2012).

Inovasi desain sosial dengan memerhatikan suatu situasi sosial tertentu dilakukan oleh Purwanto dan Pandapotan. Pengamatan non partisipatif keduanya (Neuman, 2014) perihal permasalahan penyewaan tikar untuk para wisatawan di salah satu tujuan wisata pantai terkenal di Jawa Tengah dengan menggunakan metode desain *morphological chart* (Börekçi, 2018) menarik untuk dilihat sebagai strategi desain model lain yang lebih mekanistik. Walau melalui proses analisis mekanistik, namun hasil akhir desain keduanya tetap mampu memberikan inovasi desain sosial karena bertumpu pada persoalan sehari-hari yang dialami dalam suatu konteks sosial tertentu.

Meneruskan wacana berkelanjutan dan berfokus pada inovasi desain, Agustin dan Megawati meneliti tentang cara pembuatan *keycaps* berbahan daur ulang plastik. Keduanya berusaha mempertemukan kebutuhan pengolahan kembali (*recycle*) limbah plastik dengan kebutuhan mempersonalisasi *keycaps* di perangkat *keyboard* sebagai suatu upaya pengerangkaan ulang konteks desain (*reframe design context*) dari *recycle* menjadi *upcycle* (Donough dan Braungart, 2013). Hal yang tampak kecil ini, nyatanya memiliki dampak yang besar karena menyasar pada komunitas khusus *keyboard* beranggotakan 60 ribu orang.

Inovasi Desain selanjutnya diperlihatkan oleh desain identitas visual dan kemasan (*visual identity and packaging design*) dari sebuah produk yang dilakukan oleh Calista dan Hananto. Pada penelitian ini keduanya menekankan tentang pentingnya desain identitas visual dalam pengembangan merk (*brand*) sebuah produk (Wheeler, 2013; Hananto, 2019). Kemasan kemudian menjadi media yang tepat bagi desain identitas visual yang sudah dibuat. Proses desain yang digunakan keduanya menggunakan 3 tahapan, yaitu: *pre-design*, *design* dan *post-design*. Desain muncul sebagai strategi pembentukan identitas yang hadir secara visual.

Inovasi Desain yang terakhir adalah dari perancangan Rumah Batik Banyuwangi dengan strategi desain *creative placemaking* (Courage dan McKeown, © 2019, 2020) yang dilakukan oleh salah satu konsultan di Jawa Timur dan diulas oleh Anastasha dan Susan. Menurut keduanya, pendekatan *creative placemaking* akan mengubah tempat yang semula tidak memiliki makna menjadi tempat yang dapat memberikan makna bagi masyarakat maupun lingkungan sekitarnya melalui seni dan kebudayaan setempat. Bila perancangan ini diimplementasikan sebenarnya inovasi desain yang akan terjadi akan mendorong juga terjadinya inovasi sosial melalui pelibatan komunitas budaya setempat sebagai pelaku *placemaking* di rumah batik ini.

### **Kelindan Hibrid Desain berbasis Manusia**

Masa depan inovasi desain sosial dapat terlihat dari kemampuannya beradaptasi dengan konteks dan teknologi, dalam hal ini adalah bagaimana, inovasi desain sosial tidak lagi terikat dengan metode kelindan konvensional.

Pada JSDIS Volume 2, Edisi 2 saya mencoba memberikan tawaran 3 moda kerja strategi adaptif Desain Sosial di masa pandemik dan *beyond* (Katoppo, 2021):

1. **Moda kerja penelitian**, khususnya di fase kelindan mengombinasikan model *e-interview* berbasis penelitian kualitatif dengan kelindan warga (*community engagement*) konvensional.
2. **Moda kerja desain**, menggunakan *platform* digital desain kolaboratif yang memungkinkan Tim dan juga kolaborator, para ahli (*expert*) bahkan anggota komunitas bisa dapat bekerja bersama-sama pada satu waktu.
3. **Moda kerja aksi**, menggunakan kombinasi aksi secara fisik dan melalui *platform* digital. Kombinasi ini memungkinkan terjadinya aksi di pusat kegiatan sebagai pembangun identitas, namun pada saat yang bersamaan juga dapat meluaskan cakupan aksi melalui pelaksanaan serentak di *platform* digital.

Moda kerja adaptif ini adalah perubahan cara kelindan strategi inovasi desain sosial menjadi hibrid yang akan mengubah kedalaman cangkupan dan keluasan jangkauan dari praktik desain sebagai pendorong terjadinya inovasi sosial (*Hybrid Human Centered Design* – Katoppo, 2021; Salmons, 2015; IDEO, 2013).

Sebagian besar penulisan-penulisan pada JSDIS Volume 4 Edisi 1 ini menunjukkan potensi kelindan hibrid berbasis manusia dengan memanfaatkan teknologi. Secara jelas Valencia dan Oppusunggu menggunakan pendekatan kelindan hibrid ini dalam pelaksanaan penyusunan rencana aksi masyarakat (*Community Action Plan*) dalam rangka kegiatan peningkatan kualitas permukiman di RW Kumuh di Jakarta Utara. Demikian pula dengan Agustin dan Megawati saat memanfaatkan besar jumlah komunitas khusus *keyboard* di media daring untuk mendapatkan data serta menjangkau respon yang juga dikumpulkan dan ditelaah secara daring, maupun Tafridj dan Purisari saat mengumpulkan data kepada penghuni *cluster* perihal permasalahan hingga harapan mereka terhadap persoalan pengelolaan persampahan dan air. Hal yang sama juga dilakukan oleh Calista dan Hananto yang menggunakan strategi kelindan hibrid karena dirasakan lebih optimal dan efektif dalam waktu pelaksanaannya. Pendekatan kelindan hibrid ini utamanya digunakan dalam moda kerja penelitian (Salmons, 2015; Mann dan Stewart, 2000) dan moda kerja desain (Katoppo, 2021). Moda kerja aksi masih lebih banyak menggunakan pendekatan langsung pelaksanaan di lapangan, sedangkan pembangunan identitas di *platform digital* lebih banyak dilakukan secara terpisah – utamanya karena masih sulit dibayangkan sebagai satu kesatuan strategi desain untuk pendorong inovasi sosial.

Karena itu tidak terlalu mengherankan apabila **Inovasi Desain Sosial di dalam ranah dunia teknologi 5.0** (dalam hal *big data* dan Metaverse) masih belum terlihat dalam penulisan-penulisan pada JSDIS Volume 4 Edisi 1 ini. Penggunaan *big data* untuk menghadirkan inovasi desain sosial sebagai strategi penciptaan inovasi desain yang merespon suatu situasi/permasalahan sosial tertentu untuk mendorong terjadinya perubahan ke arah yang lebih baik dan berdampak sebenarnya memiliki banyak potensi. Perilaku sosial ataupun data-data dalam suatu konteks sosial tertentu akan lebih akurat ketika penggunaan *big data* diterapkan, sehingga prototipe inovasi desain yang ditawarkan bisa lebih akurat juga menjawab permasalahan sesuai konteks dan perilaku sosial yang ditangani (Mayer-Schönberger dan Cukier, 2013). Kuncinya adalah pada kompilasi data

yang benar secara sistematis, masif dan terstruktur. Sementara itu, imajinasi tentang terbentuknya suatu situasi sosial di dunia virtual seperti Metaverse masih membutuhkan penelitian lanjutan dan waktu pengembangan yang lebih lama, walau mungkin juga tak terelakkan (Ball, 2022).

Saya ucapkan selamat membaca JSDIS Volume 4 Edisi 1 dan mari kita sambut dengan gembira masa depan Inovasi Desain Sosial: Desain sebagai Strategi – yang akan terus berkembang dalam upayanya membuat perubahan transformasional suatu situasi sosial tertentu melalui desain!

## DAFTAR PUSTAKA

- Arnstein, S. R. (1969): A Ladder of Citizen Participation, *Journal of the American Planning Association*, 35:4, 216-224, DOI: 10.1080/01944366908977225. <http://www.participatorymethods.org/sites/participatorymethods.org/files/Arnstein%20ladder%201969.pdf>, accessed: 14/11/17 14:13.
- Ball, M. (2022): *The Metaverse: And How It Will Revolutionize Everything*, Liveright Publishing, New York.
- Börekçi, N. A. (2018). Design Divergence Using the Morphological Chart. *Design and Technology Education*, 23(3), 62-87.
- Brown, T. (2008): Design thinking [www.unusualleading.com](http://www.unusualleading.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.
- Courage, C. dan McKeown, A. (@2019, 2020): *Creative Placemaking: Research, Theory and Practice*, Routledge.
- Day, C. dan Parnell, R. (2003): *Consensus design – socially inclusive process*, Architectural Press, Oxford-Tokyo.
- Donough, W. dan Braungart, M. (2013): *The Upcycle: Beyond Sustainability – Designing for Abundance*, North Point Press, NY.
- Duhigg, C. (2012): *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business*, Penguin Random House LLC, NY.
- Hananto, B. A. (2019). Identitas Visual Digital Brand Dalam Sosial Media. *Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA) 2019*, 2, 56–61.
- IDEO (2013): Human centered design (HCD) toolkit: design thinking toolkit for social innovation project, 2<sup>nd</sup>.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.*

Jencks, C. (© 1977, 1984): *The Language of Post-Modern Architecture*, Random house Incorporated.

Katoppo, M. L. (2017): *DESAIN SEBAGAI GENERATOR PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*, Disertasi Program Doktor, Institut Teknologi Bandung.

Katoppo, M.L. (2018): Desain sebagai Generator: Bagaimana Desain menjadi terang bagi semua orang, *Seminar Nasional Desain Sosial, Design Week 2018, ISBN: 978-602-17184-3-8, 24<sup>th</sup>*, July 2018, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia.

Katoppo, M. L. (2019): Desain sebagai Strategi dan Inovasi Sosial, *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Ed.1, Vol.1*, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan (UPH), Indonesia, 1-6, ISSN:2715-2898, E-ISSN: 2715-5129.

Katoppo, M. L. (2021): Menerawang Adaptabilitas Desain Sosial Di Masa Pandemi, *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Vol.2, Ed. 2*, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan (UPH), Indonesia, 154-160, ISSN:2715-2898, E-ISSN: 2715-5129.

Katoppo, M. L. (2022): Membayangkan Masa Depan Inovasi Desain Sosial: Desain Sebagai Strategi, *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Vol.3, Ed. 2*, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan (UPH), Indonesia, 160-162, ISSN:2715-2898, E-ISSN: 2715-5129.

Lestari, B. B. (2019). INTERAKSI SOSIAL MASYARAKAT DI KOMPLEK RUMAH SUSUN CIPTA MENANGGAL SURABAYA. *Buana Pendidikan: Jurnal Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, 15(27)*. <https://doi.org/10.36456/bp.vol15.no27.a1785>

Mann, C. and Stewart, F. (2000, reprinted 2002) *Internet Communication and Qualitative Research - A Handbook for Researching Online*, Sage Publishing: USA.

Mayer-Schönberger, V. dan Cukier, K (2013): *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work and Think*, An Eamon Dolan Book, Houghton Mifflin Harcourt Publishing, Boston, NY.

Neuman, L. W. (2014): *Social research methods – qualitative and quantitative approaches – 7<sup>th</sup>.edition*. Pearson Education, Inc., Boston, NY, SF etc.

Salmons, J. (2015) *Qualitative Online Interview - strategies, design, and skills*, Sage Publication: USA.

Sanoff, H. (2000): *Community participation methods in design and planning*, John Wiley & Sons, Inc., Canada.

Sucipto, I. B. (2019). Tipologi Ruang Komunal untuk Peningkatan Interaksi Sosial Penghuni pada Rumah Susun Sederhana Sewa di Jakarta. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia, 10(3)*, 132–137. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v10i3.53>.

Taggart, R. Mc. (2006): Participatory action research: issues in theory and practice, *Educational Action Research*, **2:3**, 313-337, DOI: 10.1080/0965079940020302.

Till, J. (2005): The negotiation of hope, *Architecture and Participation*, New York, 23-42.

Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity: An Essential Guide For The Whole Branding Team* (4th ed.). John Wiley & Sons, Inc.

**Sumber Internet:**

<https://ojs.uph.edu/index.php/JSDIS/index>

<https://snds.uph.edu/> ,

<https://ojs.uph.edu/index.php/SNDS/index>

[https://issuu.com/dansk\\_design\\_center/docs/design-ladder\\_en](https://issuu.com/dansk_design_center/docs/design-ladder_en)

[https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5\\_0/index.html](https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html);[https://www.japan.go.jp/abonomics/\\_userdata/abonomics/pdf/society\\_5.0.pdf](https://www.japan.go.jp/abonomics/_userdata/abonomics/pdf/society_5.0.pdf)