

EXAMINING DESIGN AS STRATEGY DISCOURSE – PART 2: POSITIONS, RELATIONS AND WHAT'S NEXT?

MENILIK DISKURSUS DESAIN SEBAGAI STRATEGI: – BAGIAN 2: POSISI-POSISI, RELASI-RELASI DAN APA SELANJUTNYA?

EPILOGUE

We can clearly see how the seven papers presented in JSDIS Vol. 6, Ed. 2 contribute to the discourse of Design as Strategy. In this epilogue, we will discuss three key points: the position of the seven case studies within the three sub-themes that shape the discourse of Design as Strategy, the relationships and interactions among these three sub-themes, and finally, considering what we have learned, what comes next?

EPILOG

Kita bisa melihat dengan terang benderang bagaimana ke-7 makalah yang dihadirkan pada JSDIS Vol. 6 Edisi 2 kali ini menjadi pembangun diskursus Desain sebagai Strategi. Pada epilog ini kita akan membahas 3 hal: posisi ke-7 studi kasus pada 3 sub tema pembangun diskursus Desain sebagai Strategi, relasi-relasi dan kelindan ke-3 sub tema pembangun diskursus Desain sebagai Strategi, dan bila kita sudah mengetahui hal-hal tersebut: apa selanjutnya?

A. Position of 7 Case Studies on Each of the 3 Sub-Themes of Design as a Strategy

In this first part, we will explore the positions of the seven papers published in JSDIS Vol. 6, Ed. 2, regarding each of the three sub-themes that comprise the discourse of Design as a Strategy:

1. As an enhancement of Body of Knowledge:

- a. *Graphic Design: 3D tangible visualization with a metaphor approach (DeGuzman, 2024) can be a new alternative model of criticism of standard systems offered by Indrajaya and Kiatama from the Visual Communication Design Department, Faculty of Design, Pelita Harapan University, Tangerang.*
- b. *Architecture: Revitalization of Areas/villages with the Edutourism approach (Bodgers, 1998) and Creative Tourism (Richards, et al., 2019) consisting of 3 stages: 1) Evaluative Research for Rich Consent – Get Insightful 'Stories', 2) Conceptualize to create full 'Senses', 3) The Sophistication: Beyond Basic offered by Wijaya and Sukmajati from the Architecture Department, Faculty of Technology and Design, Pembangunan Jaya University, South Tangerang.*
- c. *Product Design: Development of product concepts through revitalization of*

local traditions by examining elements of local art and crafts culture (Hidayat, et al., 2017) using the ATUMICS method (Artefact, Technique, Utility, Material, Icon, Concept, Shape) (Nugraha, 2012) offered by Halim, Nur, and Mahendra from the Product Design Department, Faculty of Architecture and Design, Duta Wacana Christian University, Yogyakarta.

2. As a form of Innovation:

- a. *Design Practice and Technology: Developing a visual identity for a region or village (Wardana, 2021; Arief et al., 2021) involves stylizing local strengths, such as traditions, culinary practices, and natural scenery (Krisnawati, 2021). This approach is implemented by Tamsil et al. from the Visual Communication Design Department at the Faculty of Creative Industry, Ciputra University in Surabaya, using digital promotional media.*
- b. *Pedagogical and Technology: Lam and Liman from the Product Design Department at the Faculty of Design, Pelita Harapan University in Tangerang, developed mobile applications for children's learning by employing UI/UX design principles (Design Discipin, 2022) and incorporating gamification techniques (Jusuf, 2016). Similarly, Fatihaturrizky and Ardianto from the Visual Communication Design Department at the Faculty of Fine Arts and Design, Sebelas Maret University in Surakarta, created social media campaigns aimed at community empowerment (Ardiansah and Maharani, 2020; Ardhani and Ardianto, 2022).*

3. As a Contribution to Social Change:

Katoppo and the team from the Faculty of Design at Pelita Harapan University in Tangerang rapidly developed design prototypes using the Design Thinking method for social innovation (Brown and Wyatt, 2010; IDEO, 2015; Amatullo et al., 2021). This approach aimed at empowering urban village communities (Katoppo, 2017, 2018).

A. Posisi ke-7 Studi Kasus pada setiap 3 sub tema penyusun diskursus Desain sebagai Strategi

Pada bagian pertama ini kita akan melihat bagaimana posisi ke-7 makalah dalam JSDIS Vol. 6 Edisi 2 ini terhadap setiap 3 sub tema penyusun diskursus Desain sebagai Strategi:

1. Sebagai pengayaan Dasar Keilmuan:

- a. *Desain Grafis: Visualisasi 3D **tangible** dengan pendekatan majas Metafora (DeGuzman, 2024) dapat menjadi alternatif baru model kritik terhadap sistem-sistem baku ditawarkan oleh Indrajaya dan Kiatama dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan, Tangerang.*
- b. *Arsitektur: Revitalisasi Kawasan/kampung dengan pendekatan **Edutourism** (Bodgers, 1998) dan **Creative Tourism** (Richards, dkk., 2019) yang terdiri dari 3 tahap: 1) *Evaluative Research for Rich Consent – Get Insightful**

'Stories', 2) *Conceptualize to create full 'Senses'*, 3) *The Sophistication: Beyond Basic* ditawarkan oleh Wijaya dan Sukmajati dari Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan.

- c. Desain Produk: Pengembangan konsep produk melalui revitalisasi tradisi lokal dengan menelaah unsur budaya *art and crafts* setempat (Hidayat, dkk., 2017) menggunakan metode ATUMICS (*Artefact, Technique, Utility, Material, Icon, Concept, Shape*) (Nugraha, 2012) ditawarkan oleh Halim, Nur, dan Mahendra dari Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta.

2. Sebagai bentuk Inovasi:

- a. Praktik Desain dan Teknologi: Membangun identitas visual kawasan/desa (Wardana, 2021; Arief, dkk. 2021) melalui stilasi potensi lokal (tradisi, kuliner, pemandangan alam) (Krisnawati, 2021) yang digunakan sebagai media promosi digital dilakukan oleh Tamsil, dkk., dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra, Surabaya.
- b. Pedagogis & Teknologi: Merancang desain aplikasi *mobile* dengan pendekatan UI/UX (Design Disziplin, 2022) dan *gamification* (Jusuf, 2016) untuk pembelajaran anak-anak dilakukan oleh Lam dan Liman, dari Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan, Tangerang. Hal yang serupa juga dilakukan oleh Fatihaturrizky dan Ardianto dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, yang merancang media sosial sebagai media kampanye (Ardiansah dan Maharani, 2020; Ardhani dan Ardianto, 2022) menyasar pada pemberdayaan masyarakat.

3. Sebagai bentuk Kontribusi pada Perubahan Sosial:

Membangun cepat prototipe desain dengan menggunakan metode *Design Thinking* untuk inovasi sosial (Brown dan Wyatt, 2010; IDEO, 2015; Amatullo, dkk., 2021) untuk pemberdayaan (Katoppo, 2017, 2018) dilakukan oleh Katoppo, dkk. dari Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan, Tangerang untuk masyarakat kampung kota.

B. The relationship between the 3 sub-themes that make up the discourse on Design as a Strategy in each of the 7 Case Studies

When we not only read but also examine each case study in JSDIS Vol. 6, Ed. 2, it becomes evident that organizing these case studies into specific sub-themes that contribute to the discourse of Design as Strategy is somewhat of a simplification. We can observe the interconnections among the three main themes in each case study. However, before delving into the discussion about the relationships and intertwining of these three sub-themes, we need to revisit the basic definitions of each of them (Katoppo, 2024):

- a. *Design as a strategy for enhancing Body of Knowledge involves combining analytical and creative thinking through a series of processes and methods,*

including knowledge seeding, analysis, strategy development, and idea generation. In this context, design must be user-centered, with the primary goal of creating value (Grimsgaard, 2023).

- b. Design as a strategy for current innovation is inherently linked to technology and manifests in two domains: the pedagogical domain, which serves as an arena for experimental innovation, and the realm of design practice, which acts as a catalyst for innovation (Bethune, 2022). This innovation-driven technology can be categorized into three levels: 1) classic technology-driven innovation (Ottinger, 2021), 2) user- and design-driven innovation (Szymariska, 2017; Duczek, 2021), and 3) future artificial-driven innovation (Gartner, 2021; Beale, 2022).*
- c. Design as a strategy for driving social change integrates activities related to designing, researching, and taking action in specific social situations (Katoppo, 2017).*

Understanding the basic definitions of each sub-theme within the Design as Strategy discourse will help us comprehend how these three sub-themes relate to and intertwine with one another. By doing so, we can better recognize the significance of each theme's presence.

The discussion below encourages us to explore the relationships and connections among these sub-themes, ultimately contributing to a stronger, more dynamic, and reliable development of the Design as Strategy discourse.

B. Relasi ke-3 sub tema penyusun diskursus Desain sebagai Strategi di dalam setiap ke-7 Studi Kasus

Ketika kita tidak hanya membaca namun juga menelisik setiap studi kasus pada JSDIS Vol. 6 Edisi 2 kali ini, tidak terhindarkan perasaan bahwa pengelompokan setiap studi kasus ke dalam setiap sub tema pembangun diskursus Desain sebagai Strategi seperti menjadi suatu penyederhanaan. Kita bisa merasakan kelindan ke-3 tema pembangun ini pada setiap studi kasus. Namun demikian, sebelum kita masuk ke dalam pembahasan relasi-relasi dan kelindan ke-3 sub tema penyusun diskursus Desain sebagai Strategi, kita perlu sekali lagi mengingat definisi dasar setiap ke-3 sub tema tersebut (Katoppo, 2024):

- a. Desain sebagai strategi pengayaan dasar keilmuan adalah saat bagaimana desain menjadi perpaduan berpikir analitis dan kreatif melalui serangkaian proses dan metode penyemaian pengetahuan, analisis, strategi, serta pengembangan ide. Desain dalam hal ini harus berpusat pada pengguna dan memiliki tujuan utama penciptaan nilai (Grimsgaard, 2023).*
- b. Desain sebagai strategi inovasi kiwari selalu berkaitan dengan teknologi dan muncul dalam 2 ranah, yaitu ranah pedagogis yang berperan sebagai arena ekperimentasi inovasi dan pemicu terjadinya inovasi pada ranah praktik desain (Bethune, 2022). Teknologi pendorong inovasi ini dapat diklasifikasikan ke dalam 3 tingkat: 1) *the classic technology-driven innovation* (Ottinger, 2021),*

2) *the user- and design driven innovation* (Szymariska, 2017; Duczek, 2021), dan, 3) *the future artificial-driven innovation* (Gartner, 2021; Beale, 2022).

- c. Desain sebagai strategi pendorong terjadinya perubahan sosial mengombinasikan aktivitas mendesain, meneliti, dan melakukan aksi dalam suatu situasi sosial tertentu (Katoppo, 2017).

Memahami definisi dasar setiap sub tema penyusun diskursus Desain sebagai Strategi akan membantu kita memahami bagaimana ke-3 sub tema ini saling berelasi dan berkelindan. Kita akan dapat melihat kekuatan kehadiran dari setiap tema tersebut.

Pembahasan di bawah ini hendak mengajak kita semua untuk melihat relasi-relasi dan kelindan dari setiap sub tema tersebut – yang semestinya menjadikan pembangunan diskursus Desain sebagai Strategi kokoh sekaligus dinamis, serta dapat diandalkan.

1. Relationship of Body of Knowledge with Innovation and Contribution to Social Change

Indrajaya and Kiatama enhance the scope and expand the Body of Knowledge of Graphic Design through visualizations that transition from 2D to 3D and tangible forms. They utilize these tangible 3D design visualizations to critique socio-cultural systems. To achieve this, they employ a metaphorical approach (DeGuzman, 2024). Their work demonstrates how design can serve as a strategy for enriching the Body of Knowledge, as it combines analytical and creative thinking through a series of processes and utilizes the method of seeding knowledge to develop ideas. One specific aim of their critique involves addressing the impact of toxic masculinity, showcasing another dimension of Design as a Strategy for enriching the Body of Knowledge. This approach emphasizes a user-centered perspective with the primary objective of creating value (Grimsgaard, 2023).

Wijaya and Sukmajati have effectively illustrated how to enhance the scope and strengthen the Body of Knowledge of Architecture by revitalizing the village into a creative educational tourism area. Similarly, Halim, Nur, and Mahendra have contributed to the Body of Knowledge of Product Design by developing products inspired by the revitalization of tradition, utilizing the ATUMICS method. Both teams exemplify a blend of analytical and creative thinking while employing specific approaches—Edu & Creative Tourism (Bodger, 1998; Richards et al., 2019) and ATUMICS (Nugraha, 2012). These approaches are user-centered and closely related to the specific contexts of Giriloyo Batik Village and Sadranan Temanggung Tradition, aiming primarily to create value through the establishment of creative educational tourism and the revitalization of tradition.

From the explanations of the three case studies above, a clear relationship between the Body of Knowledge and the Contribution to Social Change becomes apparent. The enhancement of the Body of Knowledge can occur when it is situated within a specific context or setting that serves as a foundation for experimentation. Critique

to the socio-cultural context or revitalizing a tradition is essential for design to play a strategic role. Without these elements, the Body of Knowledge remains merely an abstract concept that provides a framework for design but fails to create a meaningful impact for its users (Step 2: Design as Form-Giving in The Design Ladder, Danish Design Center, Confederation of Danish Industry, 2018).

What is the relationship between the Body of Knowledge and Innovation? To explore this, we can examine the contributions of design pedagogy to design practice, as demonstrated by the work of Indrajaya, Kiatama, Halim, Nur, and Mahendra. In contrast, Wijaya and Sukmajati focus more on the innovation aspect of their design practice. Notably, only Wijaya and Sukmajati employ first-level technology, specifically classic technology-driven innovation (Ottinger, 2021). The other two teams rely on traditional art and crafts for their design outcomes and products. This analysis suggests that the enhancement of the Body of Knowledge in design is linearly related to Innovation. However, the relationship with technology is more complex. It is particularly relevant when a Design Innovation is fundamentally based on technology. We will delve deeper into this topic in the following discussion.

(See: Gambar 1 below for the Body of Knowledge relationship diagram)

1. Relasi Dasar Keilmuan dengan Inovasi dan Kontribusi pada Perubahan Sosial

Indrajaya dan Kiatama memperkaya lingkup dan meluaskan dasar keilmuan Desain Grafis melalui visualisasi desain yang cenderung bersifat 2D menjadi 3D dan *tangible*. Terlebih lagi visualisasi desain 3D *tangible* ini mereka gunakan untuk menjadi alat kritik sistem sosial budaya. Untuk mencapai hal ini keduanya juga menggunakan metode pendekatan majas Metafora (DeGuzman, 2024). Semua hal yang dilakukan Indrajaya dan Kiatama memperlihatkan desain sebagai strategi pengayaan dasar keilmuan karena desain mereka memadukan cara berpikir analitis dan kreatif melalui serangkaian proses serta menggunakan metode penyemaian pengetahuan sebagai strategi pengembangan ide. Tujuan kritik spesifik sistem sosial budaya tertentu, dalam hal ini dampak toksik maskulinitas mendemonstrasikan aspek lain dari desain sebagai strategi pengayaan dasar keilmuan yang harus berpusat pada pengguna dan memiliki tujuan utama penciptaan nilai (Grimsgaard, 2023).

Kita juga bisa melihat hal yang sama secara jelas dari apa yang dilakukan Wijaya dan Sukmajati memperkaya lingkup dan meluaskan dasar keilmuan Arsitektur melalui upaya revitalisasi kampung menjadi area wisata kreatif edukasi.

Demikian pula yang dilakukan Halim, Nur dan Mahendra memperkaya lingkup dan meluaskan dasar keilmuan Desain Produk dengan mendesain produk yang berangkat dari revitalisasi tradisi dengan menggunakan metode ATUMICS. Kedua Tim Penulis ini menunjukkan perpaduan cara berpikir analitis dan kreatif serta menggunakan metode pendekatan tertentu (*Edu & Creative Tourism* (Bodger, 1998; Richards, dkk., 2019) dan ATUMICS (Nugraha, 2012)) yang berpusat pada pengguna (lekat dengan konteks masing-masing lokus: Kampung Batik Giriloyo

dan Tradisi Sadranan Temanggung) dengan tujuan utama penciptaan nilai (wisata kreatif edukasi dan revitalisasi tradisi).

Dari penjelasan terhadap ke-3 studi kasus di atas maka segera terlihat relasi kuat antara Dasar Keilmuan dan Kontribusi pada Perubahan Sosial. Pengayaan dasar keilmuan bisa terjadi ketika ia memiliki konteks atau lokus yang spesifik sebagai wadah eksperimentasi.

Konteks sosial budaya yang hendak dikritik atau lokus maupun tradisi yang hendak direvitalisasi menjadi prasyarat agar desain berperan menjadi strategi. Tanpa hal-hal tersebut maka dasar keilmuan hanya menjadi bentuk abstrak yang baru mampu memberikan bentuk saja pada desain namun tidak atau belum memberikan dampak nyata apapun untuk penggunaanya (Step 2: *Design as Form-Giving* dalam *The Design Ladder*, Danish Design Centre. Confederation of Danish Industry, 2018).

Bagaimana dengan relasi Dasar Keilmuan dengan Inovasi? Jika melihat pada apa yang disumbangkan melalui pedagogi desain terhadap praktik desain, maka ini dapat dilihat dari apa yang dilakukan oleh Indrajaya dan Kiatama serta Halim, Nur dan Mahendra. Sementara yang dilakukan Wijaya dan Sukmajati lebih pada inovasi praktik desainnya. Dari tingkat teknologi yang dihadirkan, hanya Wijaya dan Sukmajati yang menggunakan teknologi tingkat pertama yaitu *the classic technology-driven innovation* (Ottinger, 2021).

Dua tim penulis lainnya memercayakan hasil dan produk desain mereka melalui penciptaan seni dan kria konvensional. Dari penjelasan ini, tampak bahwa relasi pengayaan Dasar Keilmuan Desain terkait linier dengan Inovasi, namun relatif dalam relasinya dengan penggunaan teknologi, kecuali ketika sejak awal Inovasi Desain yang dilakukan adalah menggunakan atau berbasis teknologi – hal yang akan kita lihat dan analisis pada pembahasan berikutnya.



Gambar 1 Relasi Dasar Keilmuan dengan Inovasi dan Kontribusi pada Perubahan Sosial (Sumber: Pribadi, 2025)

2. Relationship of Innovation with Body of Knowledge and Contribution to Social Change

Continuing the discussion above, we can observe that the relationship between innovation with the Body of Knowledge serves as a form of pedagogical innovation that incorporates a certain level of technology. In this section, we will shift our focus to prioritize innovation that is directly connected to technology, positioning it as the central theme of the Design as Strategy discourse. We will then examine its relationship with two other sub-themes.

From the discussion of the three innovation case studies mentioned, we know that two of them (Lam and Liman; Fatihaturrizky and Ardianto) represent forms of pedagogical innovation, while the third case study (Tamsil et al.) exemplifies design practice innovation. This aligns with Bethune's (2022) assertion that design serves as a strategy for contemporary pedagogical innovation and practice.

All three case studies are connected through their use of technology as a driver of innovation at the same level, specifically level 2: user- and design-driven innovation (Szymariska, 2017; Duczek, 2021). Tamsil et al. aimed to understand local potential and translate it into a visual identity that can be utilized as digital promotional media. Lam and Liman focused on empathizing with children to discover what makes learning enjoyable for them, ultimately creating a mobile application based on a UI/UX approach. Meanwhile, Fatihaturrizky and Ardianto seek to empower the community by exploring its economic potential and designing social media campaigns as a means of communication.

The technological level of user- and design-driven innovation in the three case studies demonstrates a strong connection to the sub-theme of Contribution to Social Change. Each case study addresses a specific social context: Tamsil et al. focused on communities in remote areas, Lam and Liman worked with elementary school children in grades 4 to 6, and Fatihaturrizky and Ardianto engaged with youth. All three utilize design as a strategy for joint knowledge production (Taggart, 2006) and community empowerment (Katoppo, 2017). In this context, user- and design-driven innovation promotes social change through user-centered social innovation design.

The relationship between innovation and the Body of Knowledge in the three case studies appears vague. While two of the case studies represent forms of pedagogical innovation that should be closely linked to the development of the Bodu of Knowledge, this connection is often lacking. When innovation is primarily technology-based, the result tends to be practical rather than philosophical innovation. For example, Tamsil et al. focused on practical innovation driven by users and design, but they do not enhance the Body of Knowledge of Graphic Design, which is essential for developing visual identity. Similarly, Lam and Liman's work in UI/UX design and Fatihaturrizky and Ardianto's work in Visual Communication Design do not expand the scope of their respective Body of Knowledge. Instead, they primarily enrich the practical aspects of design through technology.

(See: Gambar 2 below for the Innovation relationship diagram)

2. Relasi Inovasi dengan Dasar Keilmuan dan Kontribusi pada Perubahan Sosial

Melanjutkan pembahasan di atas, kita bisa melihat bahwa relasi Inovasi pada Dasar Keilmuan adalah sebagai inovasi pedagogis dengan tingkat teknologi bersifat relatif. Pada bagian ini kita akan mengubah sudut pandang kita, dengan mengedepankan Inovasi yang langsung bertaut dengan teknologi sebagai subjek pembentuk diskursus Desain sebagai Strategi. Selanjutnya, kita akan membedah relasinya dengan 2 sub tema lainnya: Dasar Keilmuan dan Kontribusi pada Perubahan Sosial.

Dari pembahasan posisi 3 studi kasus Inovasi di atas, kita sudah mengetahui bahwa dua studi kasus (Lam dan Liman; Fatihaturrizky dan Ardianto) merupakan bentuk Inovasi Pedagogis dan satu studi kasus merupakan bentuk Inovasi Praktik Desain (Tamsil, dkk.) sehingga memenuhi apa yang dikatakan Bethune (2022) tentang desain sebagai strategi inovasi kiwari pedagogis dan praktik.

Ketiga studi kasus juga berkaitan dengan penggunaan teknologi sebagai pendorong inovasi dengan tingkatan yang sama yaitu tingkat 2: *the user- and design driven innovation* (Szymariska, 2017; Duczek, 2021). Tamsil dkk., mencoba memahami potensi lokal dan menerjemahkannya ke dalam identitas visual yang dikembangkan untuk digunakan sebagai media promosi digital. Lam dan Liman berempati dengan anak-anak mencari tahu apa yang membuat mereka senang belajar dan secara jelas membangun mobile application menggunakan pendekatan

UI/UX. Fatihaturrizky dan Ardianto mencoba memberdayakan masyarakat dengan menggali potensi ekonomi untuk kemudian merancang media sosial sebagai media kampanye.

Tingkat teknologi the user- and design driven innovation yang dimiliki oleh ke-3 studi kasus menunjukkan relasi erat dengan sub tema Kontribusi pada Perubahan Sosial. Ke-3 studi kasus secara khusus menyasar pada suatu konteks situasi sosial: Tamsil dkk. menyasar masyarakat di kawasan/desa pedalaman, Lam dan Liman dengan anak-anak SD kelas 4 sd 6, dan Fatihaturrizky dan Ardianto menyasar pemuda. Ketiganya juga menggunakan desain sebagai strategi produksi pengetahuan bersama (Taggart, 2006) dan pemberdayaan masyarakat (Katoppo, 2017). Dalam hal ini Inovasi dengan tingkat teknologi the user- and design driven innovation mendorong Kontribusi pada Perubahan Sosial berupa inovasi desain sosial yang berpusat pada pengguna (user-centered social innovation design).

Relasi Inovasi dengan Dasar Keilmuan pada ketiga studi kasus terasa samar, walaupun 2 studi kasus adalah bentuk Inovasi Pedagogis yang semestinya lekat dengan pengembangan Dasar Keilmuan. Hal ini terjadi karena ketika landasan inovasi berbasis teknologi maka yang didapatkan adalah inovasi praktisnya bukan inovasi filosofisnya. Tamsil, dkk. misalnya dalam Inovasi Praktik dengan tingkat teknologi the user- and design driven innovation, tidak menambahkan Dasar Keilmuan Desain Grafis yang menjadi dasar pengembangan identitas visual yang dilakukan. Demikian juga dengan apa yang dilakukan Lam dan Liman dalam konteks Desain UI/UX, ataupun Fatihaturrizky dan Ardianto dalam konteks Desain Komunikasi Visual – tidak memer kaya ataupun meluaskan lingkup Dasar Keilmuan masing-masing, melainkan memer kaya cara praktis mendesainnya dengan menggunakan teknologi.



Gambar 2 Relasi Inovasi dengan Kontribusi pada Perubahan Sosial dan Dasar Keilmuan (Sumber: Pribadi, 2025)

3. Relationship of Contribution to Social Change with Innovation and the Body of Knowledge

We can infer the connection between Contribution to Social Change and the two sub-themes of developing the Design as Strategy discourse based on the previous discussions. However, it is also important to shift our perspective and analyze this sub-theme using the last case study.

Katoppo and team emphasized the integration of designing, researching, and taking action within a specific social context while rapidly building design prototypes using the Design Thinking method (Brown and Wyatt, 2010; IDEO, 2017). This approach aims to empower schools, farmer groups, and MSMEs in Ciakar Village, Tangerang. By combining these activities, the process fosters Design Practice Innovation, which can enhance existing knowledge or even create a new Body of Knowledge.

This new Body of Knowledge is logically linked to the emergence of Pedagogical Innovation. Consequently, Contribution to Social Change becomes essential for the sustainability of Design as a Strategy. First, it serves as a connection between the two other sub-themes of Design as Strategy, acting as the context and foundation for both the Body of Knowledge and the outcomes of User-Centered Social Design Innovation. Second, it facilitates the development of new Practical Innovation, the Body of Knowledge, and Pedagogical Advancements. As a result, the relationship among these three sub-themes forms a continuous circular process (Amatullo et al., 2021).

(See: Gambar 3 below for the Contribution for Social Change relationship diagram)

3. Relasi Kontribusi pada Perubahan Sosial dengan Inovasi dan Dasar Keilmuan

Kita bisa menduga relasi Kontribusi pada Perubahan Sosial terhadap ke-2 sub tema pembangunan diskursus Desain sebagai Strategi lainnya dari dua pembahasan di atas, namun penting juga untuk menggeser subjek sudut pandang analisis relasi ke sub tema ini dengan menggunakan studi kasus yang terakhir.

Katoppo, dkk. mengombinasikan aktivitas mendesain, meneliti, dan melakukan aksi dalam suatu situasi sosial tertentu, saat membangun cepat prototipe desain menggunakan metode *Design Thinking* (Brown dan Wyatt, 2010; IDEO, 2017) untuk mendorong keberdayaan sekolah, kelompok tani dan UMKM di Desa Ciakar, Tangerang. Kombinasi aktivitas ini akan mendorong Inovasi Praktik Desain yang memer kaya atau bahkan menghasilkan bentuk baru dari Dasar Keilmuan.

Konsekuensi logis dari bentuk baru Dasar Keilmuan ini adalah munculnya Inovasi Pedagogis. Dengan demikian Kontribusi pada Perubahan Sosial menjadi kunci keberlanjutan Desain sebagai Strategi. Pertama, karena ia berperan sebagai pengikat ke-2 sub tema Desain sebagai Strategi lainnya, ketika muncul sebagai konteks dan lokus dari Dasar Keilmuan serta hasil Inovasi Desain Sosial yang (harus) *user-centered*. Kedua, karena ia berperan mendorong Inovasi Praktis,

Dasar Keilmuan dan Inovasi Pedagogis yang baru, sehingga relasi ke-3 sub tema menjadi satu proses sirkular penuh (Amatullo, dkk., 2021).



Gambar 3 Relasi Kontribusi pada Perubahan Sosial dengan Inovasi dan Dasar Keilmuan: Penggenapan Keberlanjutan Desain sebagai Strategi. (Sumber: Pribadi, 2025)

C. What's Next?

If we examine the ongoing relationships among the three sub-themes that shape the discourse of Design as Strategy, we can see that this discourse is likely to continue evolving and renewing itself. Consequently, it's natural for us to ask: What comes next? What emerges from the renewal of the discourse surrounding Design as Strategy? What will be present at the conclusion of 'The Design Ladder'? (Danish Design Centre, Confederation of Danish Industry, 2018).

(See: Gambar 4 below for the 'What's next?' diagram)

C. Apa selanjutnya?

Jika kita melihat relasi berkelanjutan 3 sub tema pembangun diskursus Desain sebagai Strategi, maka semestinya kita juga dapat melihat bahwa diskursus Desain sebagai Strategi adalah diskursus yang akan terus berkembang dan membarukan dirinya sendiri. Jika demikian maka wajar jika kita menanyakan apa selanjutnya? Apa yang kemudian muncul dari kebaruan diskursus Desain sebagai Strategi? Apa yang akan hadir di ujung *'The Design Ladder'*? (Danish Design Centre. Confederation of Danish Industry, 2018).



Gambar 4 Apa Setelah *Design as Strategy*? (Sumber: Pribadi, 2025)

If we examine the ongoing relationship among the three sub-themes that form the discourse of Design as Strategy, we can see that this discourse will continue to evolve and renew itself. Naturally, this leads us to ask: What's next? What will emerge from the renewal of the discourse of Design as Strategy? What will be present at the end of 'The Design Ladder'? (Danish Design Centre, Confederation of Danish Industry, 2018)

I would like to connect the concept of 'Design as...' to what I discussed in the Epilogue of JSDIS Vol. 3, Ed. 2 (Katoppo, 2022). This concept is essential for realizing a civil society 5.0, which integrates both cyberspace and physical space while emphasizing human-centered societal values (Japan Cabinet Office, 2021). What values define a human-centered society 5.0? I propose three key values:

- 1. Opening up the possibility for collaboration space between humans and technology,*
- 2. Upholding social justice, and,*
- 3. Embracing the principle of sustainable living.*

These three values represent what I envision as the next sub-theme of "Design as...". I will pause here to invite JSDIS readers to think and reflect on what comes next for "Design as...".

See you in JSDIS Vol. 7, Ed. 1!

Saya ingin mencoba mengaitkan 'Desain sebagai...' yang selanjutnya dengan apa yang pernah saya bahas pada Epilog JSDIS Vol. 3 Edisi 2 (Katoppo, 2022). 'Desain sebagai...' yang selanjutnya adalah yang mendorong terwujudnya masyarakat madani 5.0 yang hidup dalam bauran ruang maya dan ruang fisik dengan nilai-nilai masyarakat yang berpusat pada manusia (Japan. Cabinet Office, 2021). Apa nilai-nilai masyarakat 5.0 yang berpusat pada manusia? Saya menawarkan 3 nilai:

1. Membuka ruang kolaborasi manusia dan teknologi,
2. Memegang teguh keadilan sosial, dan,
3. Memiliki prinsip hidup lestari.

Ke-3 nilai inilah yang saya bayangkan menjadi sub-tema pembangun 'Desain sebagai...' yang selanjutnya. Saya akan berhenti di sini untuk menepi dan mengajak para pembaca JSDIS untuk bersama-sama memikirkan dan merenungkan 'Desain sebagai...' yang selanjutnya.

Sampai jumpa di JSDIS Vol. 7 Edisi 1!

REFERENCES/DAFTAR PUSTAKA

- Amatullo, M., Boyer, B., May, J. dan Shea, A. (2021): *Design for Social Innovation: Case Studies from Around the World*, Routledge: USA.
- Ardhani, R., & Ardianto, D. T. (2022). *Perancangan Social Media Campaign 'Ecobrick' sebagai Upaya Pemanfaatan Sampah Plastik di Daerah Istimewa Yogyakarta. Seminar Nasional Desain Sosial*. Surakarta: Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2020). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. (A. Kamsyach, Ed.), CV. Cendekia Press (p. 120). CV. Cendekia Press.
- Arief, Z. I. M., B, S., & Kadir, I. (2021). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL EKOWISATA HUTAN MANGROVE TONGKE - TONGKE KABUPATEN SINJAI* [Masters, Fakultas Seni dan Desain]. <https://eprints.unm.ac.id/21105/>
- Beale, M. (2022): *Why AI-Driven Innovation Should Be On Your Radar*, <https://www.itonics-innovation.com/blog/why-ai-driven-innovation>
- Bethune, K. G. (2022): *Reimagining Design – Unlocking Strategic Innovation*, MIT Press: USA.
- Bodger, D. (1998). *Leisure, Learning, and Travel*. *Journal of Psychology Education, Recreation & Dance*.
- Brown, T., dan Wyatt, J. (2010): *Design thinking for social innovation*, *Stanford Social Innovation Review, Stanford School of Business*, 29-35.
- Danish Design Centre. Confederation of Danish Industry. (2018). *Design Delivers 2018: How design accelerates your business*. <https://ddc.dk/wp-content/uploads/2021/09/Design-Delivers-How-design-accelerates-your-business.pdf>
- DeGuzman, K. (2023). *Visual metaphors explained - parasite, shawshank, more*. Retrieved from <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-a-visual->

metaphor-definition/

Design Disziplin. (2022, July 8). What is Research through Design? [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=wLcz8GTDFYI>

Duczek, M. (2021): *Design for Innovation: Design Thinking and / or Design-driven Innovation*, <https://www.linkedin.com/pulse/design-innovation-thinking-design-driven-markus-duczek>

Gartner®, (2021): *Gartner Identifies Four Trends Driving Near-Term Artificial Intelligence Innovation*, <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2021-09-07-gartner-identifies-four-trends-driving-near-term-artificial-intelligence-innovation>

Grimsgaard, W. (2023): *Design and Strategy: A Step-by-Step Guide* 1st ed., Routledge: NY, USA.

Hidayat, D., Firdaus, M., & Mandala, E. (2017). Revitalisasi Kearifan Lokal Sebagai Identitas Bangsa di Tengah Perubahan Nilai Sosiokultural. *Proceeding Seminar Nasional Budaya Urban*, 121–133.

IDEO (2015): *Field Guide to Human Centered Design*, ISBN: 978-0-9914063-1-9.

Jusuf, H. (2016). Penggunaan gamifikasi dalam proses pembelajaran. *Jurnal TICom*, 5(1), 1-6.

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, 24th, July 2018, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia.

Katoppo, M. L. (2022): *Membayangkan Masa Depan Inovasi Desain Sosial*, *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.

Katoppo, M. L. (2024): *Design as Strategy Case Studies Part 2*, *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial Vol.6, Ed. 1*, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan (UPH), Indonesia, 1-6 ISSN:2715-2898, E-ISSN: 2715-5129.

Krisnawati, I. (2021). Program Pengembangan Desa Wisata sebagai Wujud Kebijakan Pemerintah Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Pasca Covid dan Implementasinya. *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 4(2), 211–221. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v4i2.1974>

Japan. Cabinet Office. (2021). *Society 5.0*. https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html

- Nugraha, A. (2012) *Transforming Tradition: A Method for Maintaining Tradition in a Craft and Design Context*, Helsinki, Aalto University Publication.
- Ottinger, R. (2021): *Create Sustainable Success with the 4 Types of Innovation*, <https://www.freshconsulting.com/insights/blog/the-4-types-of-innovation/>
- Richards, G., Wisansing, J., & Paschinger, E. (2019). *Creating creative tourism toolkit*. Bangkok: Bookplus Publishing.
- Szymariska, E. (2017): *User-Driven Innovation – The Concept and Research Results*, *Procedia Engineering* 182 (694-700).
- Taggart, R. Mc. (2006): Participatory action research: issues in theory and practice, *Educational Action Research*, **2:3**, 313-337, DOI: 10.1080/0965079940020302.
- Wardana, W. S. (2021). *TA: Perancangan Identitas Visual Wisata Sumber Sira Kabupaten Malang sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness* [Undergraduate, Universitas Dinamika]. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5944/>