

## RELEVANSI MATA KULIAH SEJARAH DESAIN INDUSTRI TERHADAP PROSES KREATIF DUNIA INDUSTRI PRODUK

**Putri Anggraeni Widyastuti  
Huddiansyah**

Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain dan Industri Kreatif  
Universitas Esa Unggul  
Jalan Arjuna Utara 9, Tol – Tomang Kebon Jeruk, Jakarta 11510  
Telp. +62 21 5674223  
putri.anggraeni@esaunggul.ac.id, huddiansyah@esaunggul.ac.id

### ABSTRAK

Sejarah desain industri merupakan mata kuliah yang diambil mahasiswa desain produk Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Esa Unggul, atau pun mahasiswa desain sejenis untuk mempelajari perkembangan produk per era (dengan kecerian fungsional dan estetika serta keterlibatan para tokoh dibalikinya) sebagai pengetahuan dasar dalam merancang produk. Sayangnya perkuliahan ini sering dilupakan mahasiswa saat menempuh semester selanjutnya, yang berakibat menjadi alumni atau peserta magang, mereka kurang memahami proses kreatif dalam perancangan desain di dunia industri produk. Oleh karena itulah, penelitian ini diangkat agar dapat menemukan relevansi mata kuliah ini terhadap proses kreatif dunia industri produk, dan para peserta didik prodi Desain Produk ini maupun alumnumya menjadi objek penelitian kali ini. Metode fenomenologi ini dilakukan dengan melibatkan objek penelitian sebagai partisipatori atau *participatory action reseach (PAR)*. Tujuan penelitian ini untuk memberikan analisa relevansi mata kuliah sejarah desain industri terhadap proses kreatif dunia industri produk yang dapat digunakan dalam penelitian sejenis bagi pihak-pihak terkait.

**Kata kunci:** sejarah, desain industri, proses kreatif, industri produk, relevansi.

### ABSTRACT

*The history of industrial design is a course taken by product design students of the Faculty of Design and Creative Industry, Esa Unggul University, or similar design students to study product development per era (with functional and aesthetic characteristics and the interactions of the characters behind it) as basic knowledge in product design. Unfortunately, this lecture is often forgotten by students while taking the next semester, which results in becoming alumni or apprentices, they do not understand the creative process in designing designs in the world of the product industry. Therefore, this research was found in order to find the relevance of this course to the creative process of the product industry, and the Product Design product students and alumni were the objects of this research. This phenomenological method is carried out by involving the object of research as a participatory or participatory action research (PAR). The purpose of this study is to provide an analysis of the relevance of the history of industrial design course on the creative process of the industrial world of products that can be used in similar research for the parties concerned.*

**Key word:** history, industrial design, creative process, product industry, relevation

## **PENDAHULUAN**

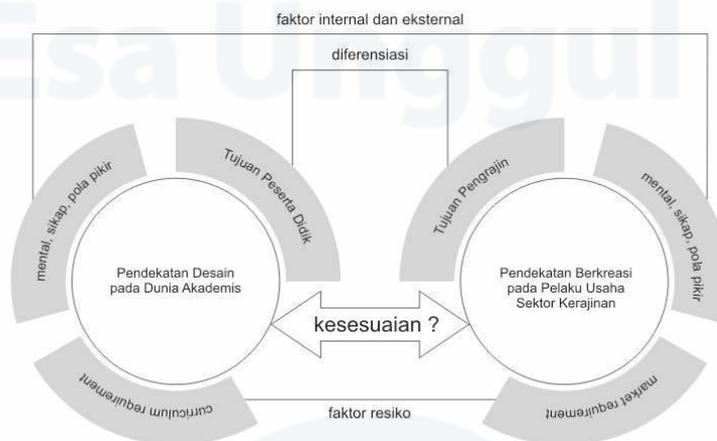
Penelitian ini berawal dari keprihatinan terhadap perlakuan mahasiswa prodi desain produk terhadap mata kuliah sejarah desain industri yang pernah diampuh oleh peneliti sebagai dosen yang melakukan salah satu tugas Tridharma perguruan tinggi. Perlakuan ini juga dialami peneliti ketika saat peserta didik melakukan bimbingan mata kuliah Tugas Akhir sebagai prasyarat dalam sebuah kelulusan mahasiswa prodi Desain Produk, terutama pada saat pengambilan keputusan terhadap proses kreasi dalam perancangan. Hal ini mengakibatkan peserta didik kurang bisa memahami proses kreasi dan karyanya pun yang penting terlihat asal jadi. Tidak terlihat “jiwa penciptaan” dari sang calon desainer ini yang akan lulus pada mata kuliah Tugas Akhir ini.

Tak hanya itu, peneliti yang mengampuh mata kuliah sejarah desain di bidang apapun ini sering mencoba menguji secara lisan dan tiba-tiba mengenai kemampuan para peserta didik di bidang desain ini mengetahui seberapa banyak gaya desain yang mereka pahami pada mata kuliah sejarah desain pada tiap semester. Hasilnya pun sudah bisa diduga, mereka umumnya hanya memahami sekitar 1-5 buah, paling banyak 10 buah dari 40 gaya desain yang pernah peneliti ajar dengan mengacu buku *Design of Times*. Itupun buku *Design of Times* sendiri hanya mengacu pada era-era sejarah desain setelah Revolusi Industri pertama. Sementara sebelumnya mereka tidak pelajari seperti sejarah Barok, Rokoko, Medival dan lain sebagainya, karena dianggap sebagai sejarah seni rupa. Padahal pada beberapa prodi di bidang desain ada yang telah mendapatkan mata kuliah sejarah seni rupa sebagai mata kuliah fondasi sebelum mempelajari mata kuliah selanjutnya.

Pada mata kuliah sejarah desain industri umumnya berada pada tingkat pertama atau semester satu agar mahasiswa desain dapat memahami sejarah perkembangan desain sesuai dengan keilmuan masing-masing seperti desain produk, desain komunikasi visual, dan desain interior. Ditambah lagi mata kuliah ini sudah disusun sedemikian rupa sama dengan kurikulum pendidikan desain di perguruan tinggi yang memiliki jurusan desain. Bahkan Andry Masri pada tulisan yang berjudul “Eksplorasi Material Sebagai Pendekatan Craft Pada Dunia Akademis” menjelaskan bahwa memahami craft sebagai proses dapat dilihat pada penggunaannya di pendidikan tinggi, khususnya fakultas seni rupa dan desain. Salah satu bentuk pendekatan craft di pendidikan tinggi desain adalah ‘design by doing’, yaitu salah satu pendekatan berkreasi yang digunakan pada masa awal perkuliahan (kurang lebih 1-2 tahun, termasuk pendidikan dasar). Pendekatan tersebut dilakukan melalui proses mengeksplorasi sebuah material, membangun kreasi dari subjek untuk menghasilkan

‘kebaruan’ akibat dari kepekaan pada respon yang diberikan dari objek terhadap perlakuan yang dikenakan sesuai dengan karakteristik yang dimiliki objek itu sendiri. Pendekatan melalui eksplorasi material adalah pendekatan kreasi yang pada awalnya dikembangkan di Bauhaus, Jerman, sekitar tahun 1919 hingga 1933, yang dianggap berhasil memberikan solusi di bidang desain melalui lembaga akademik terhadap permasalahan ekonomi yang dialami Jerman akibat perang dunia. (Andry Masri, 2018 : 73)

Beliau pun menjelaskan dalam tulisannya bahwa secara umum, hal serupa sebenarnya sudah dilakukan oleh Pemerintah Indonesia, setidaknya pada perancangan program *link and match* tahun 1989 melalui kurikulum yang dirancang untuk menjembatani kompetensi tenaga kerja dengan kebutuhan pasar kerja. Hal ini memperlihatkan kebutuhan yang sama dan menunjukkan adanya kesenjangan yang nyata antara dunia pendidikan dan dunia usaha. Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1980 disebutkan bahwa perguruan tinggi memiliki tugas pokok untuk menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia dengan cara ilmiah yang meliputi pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku. Terhadap tugas pokok tersebut, maka diperlukan strategi pembelajaran yang dituangkan dalam bentuk kurikulum dimana terdiri dari beragam mata kuliah yang diperlukan bagi peserta didik tersebut sesuai dengan bidangnya. Permasalahan ini sudah lama diatasi oleh pendidikan tinggi bidang seni rupa dan desain, yaitu dengan menerapkan pendekatan *craft* pada pelaksanaan kurikulum.



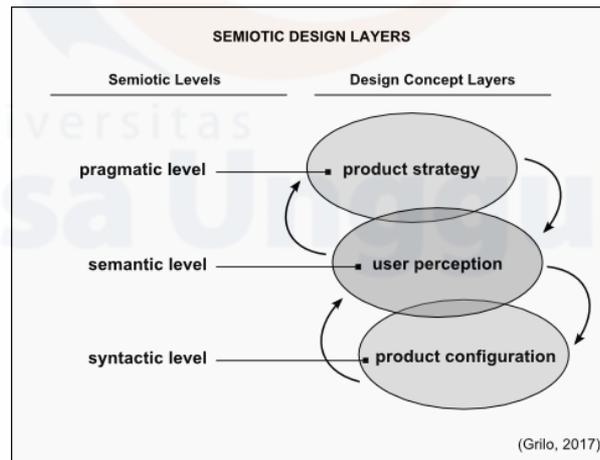
Gambar 1. Bagan Perbandingan Pendekatan Berkreasi di Pendidikan dan Dunia Usaha  
Sumber: Andry Masri, 2018

Dengan adanya gambar diatas memperlihatkan kondisi adanya diferensiasi faktor yang mempengaruhi subjek dalam menghasilkan karya, antara lain perbedaan motivasi, tujuan berkarya hingga faktor resiko yang berbeda antara berkreasi pada dunia usaha

**Putri Anggraeni Widyastuti, Huddiansyah.** Relevansi mata kuliah sejarah desain industri terhadap proses kreatif dunia industri produk.

dibanding dengan dunia akademis. Masing-masing faktor tersebut akan mempengaruhi sejauh mana pendekatan berkarya yang ideal akan mengalami penyesuaian untuk dilakukan. Oleh karena itulah untuk melakukan pendekatan berkarya ini diperlukan proses kreatif pada saat perkuliahan di bidang desain produk. Salah satu untuk mencapai proses kreatif ini, para calon-calon desainer atau mahasiswa desain produk ini perlu mempelajari sejarah desain industri. Dengan kondisi seperti inilah, maka peneliti akan meneliti relevansi mata kuliah sejarah desain industri ini terhadap proses kreatif dunia industri produk.

Penjelasan proses kreatif pun dijelaskan oleh Primadi Tabrani dalam *hangout* perkuliahan terbitan Institut Teknologi Bandung tahun 1992. Proses kreasi dibagi dalam dua tahap. Pertama, tahap idea, yaitu apa yang terjadi sampai dengan matangnya idea. Kedua, tahap pelaksanaan, yaitu *follow-up* tahap idea tersebut. Seluruh tingkat-tingkat proses kreasi, baik tingkatan-tingkatan dalam tahapan idea, maupun tingkat-tingkat dalam tahap pelaksanaan, diberi nomor urut 1 sampai dengan 8, dengan catatan bahwa tingkat-tingkat tersebut tidak selalu berurutan terlaksananya, dapat meloncat-loncat, berubah urutannya, saling *overlapping*, berintegrasi, dan sebagainya) (Primadi, 1992 : 17). Bahkan beliau menjelaskan teori-teori belajar masa lalu seperti teori taburasa dan teori bakat. Salah satu teori proses belajar masa lalu yang besar pengaruhnya adalah anggapan bahwa anak didik adalah suatu *tabularasa*, suatu kertas putih atas nama para guru dapat mengisi apa yang dikehendaki masyarakat bagi anak didik tersebut. Jadi kegiatannya: guru memberikan murid menerima. Murid yang pandai adalah yang dapat mengembalikan apa yang diberikan guru tersebut dengan cepat, tepat, dan awet. Tapi perkembangan ilmu dan teknologi mengakibatkan dipenting-kannya spesialisasi, hingga tak mungkin lagi bagi seseorang untuk menguasai semua pengetahuan yang terus berkembang secepat itu. Salah satu pemecahannya adalah dengan *memeras* ilmu yang banyak itu dari sarinya dan sari inilah yang kemudian diajarkan dan dikenal sebagai pendidikan umum, tahu banyak hal tapi dari masing-masing hal sedikit. Sementara itu teori lain yang semula kurang mendapat perhatian, jadi penting. Yaitu pendapat bahwa pendidik sebenarnya adalah usaha menghela keluar potensi yang ada dalam anak didik itu sendiri teori ini ke-mudian menghasilkan dipentingkan bakat yang kebetulan sejalan dengan dipenting-kan spesialisasi-spesialisasi dan dikenal sebagai pendidikan kejuruan atau pendidikan keahlian (*special education*) (Primadi, 1992 : 24).



Gambar 2. Bagan Tahapan-tahapan Desain Semiotik Terhadap Proses Konsep Desain Produk

Sumber: André Grilo, <https://medium.com/@andregrilo/why-semiotics-matters-in-product-design-43ec49d11d04>, diakses tanggal 14 April 2020

Untuk membentuk para pendidik yang dapat menghasilkan pendidikan keahlian ini, maka sebagai pendidik pun harus memahami proses kreatif di dunia industri produk pada umumnya. Proses ini dikutip dari web <https://medium.com/@andregrilo/why-semiotics-matters-in-product-design-43ec49d11d04>. André Grilo menjelaskan ketika merancang sebuah produk baik itu artefak fisik atau digital perlu menghadapi beberapa syarat. Anehnya, kebanyakan dari artefak fisik atau digital bukan aspek visual, yang bertentangan dengan fungsi estetika dan visual yang kebanyakan orang harapkan dari aktivitas desain. Bahkan, aspek tak berwujud dalam desain produk mungkin terdengar asing/tidak familiar. Namun, sudut pandang ini tidak baru dalam desain pasca-industri: itu adalah basilar untuk menyusun produk dan layanan baru dengan mempertimbangkan bagaimana orang berinteraksi dengan objek dan tanda-tanda yang mewakili objek dunia nyata, setelah artefak kontem-porer lebih tentang informasi daripada bentuk dan materialitasnya saja. Ini lebih banyak tentang makna dan emosi yang terlibat dalam pengalaman dengan produk. Oleh karena itu, orang memahami produk dengan cara yang berbeda. Semiotika mendukung desainer untuk memvisualisasikan setiap tingkat di mana objek dibaca oleh pengguna dan pengaruh maknanya dalam pengalaman pengguna dan nilai produk, akibatnya. Hal ini terkait dengan model semiotik pada konsep produk desain sebelum masuk proses perancangan, diantaranya:

1. Tingkat Pragmatis: *Mengapa* produk itu ada?
2. Level Semantik: *Apa* yang dipikirkan orang tentang produk?
3. Level Sintaksis: *Bagaimana* itu dibuat?

**Putri Anggraeni Widyastuti, Huddiansyah.** Relevansi mata kuliah sejarah desain industri terhadap proses kreatif dunia industri produk.

Dengan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut: Seberapa pentingkah relevansi mata kuliah sejarah desain industri terhadap proses kreatif dunia industri produk bagi pihak-pihak yang berkepentingan? Rumusan masalah ini ditujukan memberikan masukan berupa analisa relevansi mata kuliah sejarah desain industri terhadap proses kreatif dunia industri produk. Diharapkan dengan adanya hasil analisa yang ada dapat memberikan pengetahuan dan kesadaran betapa pentingnya mata kuliah sejarah desain industri agar bisa dijadikan bekal pengetahuan dan pemahaman sehingga dapat dijadikan landasan dalam proses kreasi dunia industri produk.

Diharapkan pula dengan adanya hasil analisis penelitian ini juga dapat memperluas wawasan sekaligus pengetahuan sejarah desain industri sebagai mata kuliah yang wajib diingatkan bagi setiap mata kuliah yang diampuh oleh peneliti, agar mahasiswa pun tidak melupakan alur maupun ciri khas dalam setiap sejarah desain industri di era jaman yang berbeda-beda. Penelitian ini juga bermanfaat bagi mahasiswa agar memahami betapa pentingnya sejarah sebagai landasan dalam proses perancangan pada proses berkarya. Bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat diterima sebagai kontribusi bagi para pihak-pihak dunia usaha sehingga memahami betapa pentingnya sejarah sehingga dapat mempelajari pola-pola desain agar nantinya dapat dijadikan sebuah landasan dalam proses kreasi dunia industri produk. Maksudnya adalah, sejarah akan melahirkan sebuah *trend* pada setiap eranya sehingga nantinya diharapkan para alumni mahasiswa desain produk ini dapat membaca *trend* sebuah produk agar dapat digunakan sebagai landasan proses kreasi dalam berkarya. Tak hanya itu penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan analisa hasil relevansi mata kuliah sejarah desain industri terhadap proses kreatif dunia industri produk yang dapat digunakan sebagai landasan atau penelitian pendukung atau pun penelitian pembeda terhadap penelitian sejenis.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam melaksanakan penelitian ini, dilakukan di prodi Desain Produk Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Esa Unggul dengan melibatkan beberapa mahasiswa dan alumni prodi Desain Produk. Waktu pelaksanaan penelitian ini adalah bulan April – Oktober 2020. Di jangka waktu peneltian seperti ini, terjadi sebuah pandemik yang melanda Indonesia yakni virus corona-19. Kehadiran pandemik ini, membuat sedikitnya adanya perubahan dalam hal melakukan pencarian data, tapi tetap melibatkan penelitian tindakan partisipatori. *Participatory Action Reseach (PAR)* adalah metode penelitian

terapan. Metode ini dapat diterapkan dalam penelitian desain produk. Kelahiran metode penelitian partisipatory bersubmer pada metode penelitian tindakan atau *Action Research* (AR). Metode penelitian tindakan berkembang lebih dahulu daripada metode penelitian partisipatori. Metode penelitian tindakan lebih banyak digunakan dalam dunia pendidikan, sementara itu metode tindakan digunakan untuk pemberdayaan masyarakat. Penelitian tindakan dipelopori oleh Kurt Lewi, orang yang dianggap berjasa dalam membentuk disiplin psikologi sosial. Ia mengembangkan penelitian tindakan dengan alasan penelitian dasar hanya menghasilkan pengetahuan analitis dan berorientasi pemahaman. Ia menganjurkan penelitian yang menghasilkan pengetahuan, yaitu pengetahuan yang bisa digunakan sebagai dasar untuk melakukan tindakan (Lawson et al., 2015, dan juga dikutip oleh Sumartono, 2019). Dalam penelitian desain produk, penelitian tindakan partisipatori lebih populer dibandingkan dengan penelitian tindakan.

Briggs (1989) sebagaimana dikutip oleh Cornwall (1995: 1669) dan Sumartono (2019: 25) mengatakan bahwa ada pembagian partisipasi atau peran serta menjadi empat: (1) kontraktual: orang-orang dikontak kedalam proyek penelitian untuk ambil bagian dalam penelitian dan eksperimen, (2) konsultatif: orang-orang dimintai pendapat mereka dan menjadi rujukan sebelum peneliti melakukan intervensi, (3) kolaboratif: peneliti dan orang-orang yang setempat bekerja sama pada proyek yang dirancang, diprakasai, dan dikelola oleh peneliti, (4) kolegiat: peneliti dan orang-orang setempat bekerja sama sebagai kolegan dengan keterampilan berbeda untuk diikutsertakan dalam proses pembelajar bersama dimana orang-orang setempat mengambil kendali proses.

Semua bentuk partisipasi diatas bisa dimanfaatkan dalam penelitian tindakan partisipatori dalam desain produk. Disamping itu juga peneliti dan rekannya yang juga sebagai pengajar di perguruan tinggi pernah sama-sama mengajar mata kuliah yang sama dengan periode yang berbeda sehingga memahami bagaimana pentingnya mata kuliah sejarah desain industri ini agar bisa diterapkan dalam menambah wawasan pengetahuan bagi peserta didik di bidang desain produk. Pengetahuan inilah yang menjadi bekal bagi para mahasiswa desain produk baik ketika ia sedang mengalami kerja profesi atau kerja praktek di salah satu perusahaan tertentu, atau bahkan setelah ia lulus dan menjadi alumni dan bekerja tetap di perusahaan di bidang desain produk dan sejenisnya. Oleh karena itu peneliti dan rekannya mengambil mahasiswa dan juga alumni prodi Desain Produk Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Esa Unggul sebagai partisipasi yang berperan dalam penelitian ini dengan dilakukan wawancara dan penyebaran questioner menggunakan

**Putri Anggraeni Widyastuti, Huddiansyah.** Relevansi mata kuliah sejarah desain industri terhadap proses kreatif dunia industri produk.

google form dikarenakan kondisi covid-19 sehingga tidak memungkinkan pengumpulan data melalui tatap muka.

## PEMBAHASAN

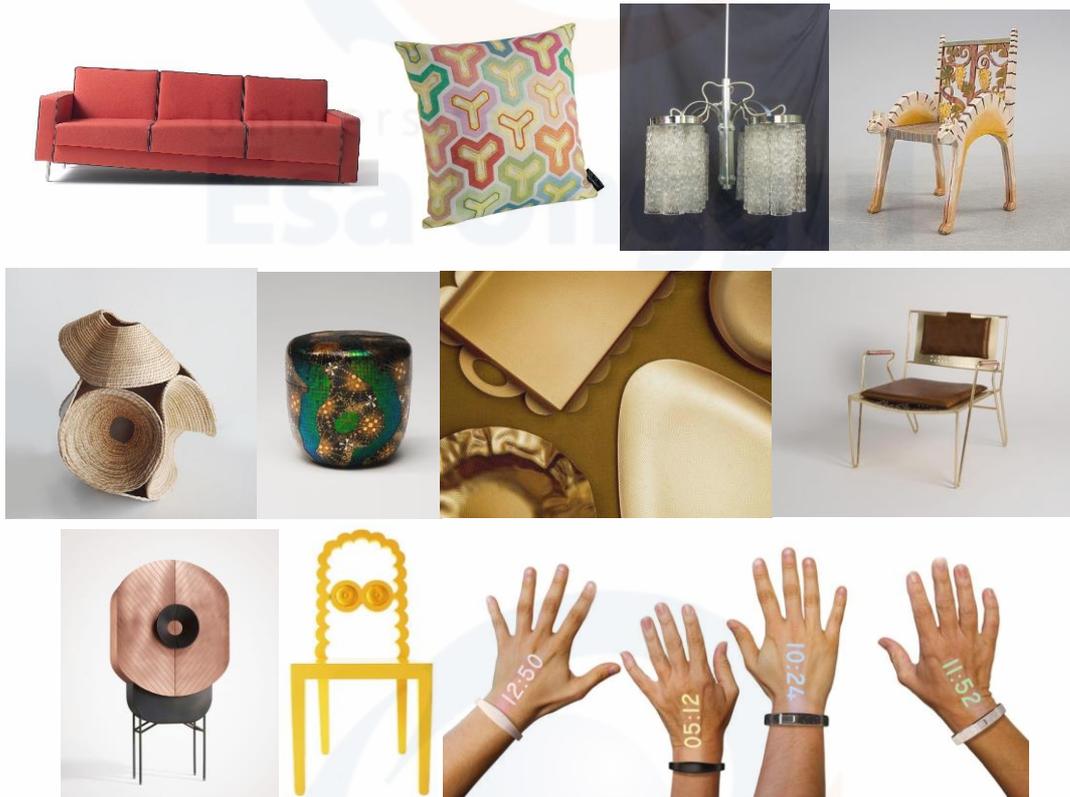
Berbicara mengenai pengaplikasian model semiotik pada konsep produk desain sebelum masuk pada proses perancangan yang juga merupakan bagian dari proses kreatif dalam dunia industri produk ini, membuat baik itu para praktisi (desainer), akademis, maupun mahasiswa mengikuti alur seperti ini. Mereka berpikir mengapa produk itu ada, apa yang dipikirkan tentang produk tersebut dan bagaimana produk ini dibuat. Untuk melakukan hal ini diperlukan proses desain dengan mengvisualisasikan jawaban atas pertanyaan ini pada sebuah *mood board* atau papan suasana entah itu dalam bentuk diagram atau pun dalam bentuk kumpulan visual yang dijadikan satu dalam bentuk papan sebagai sebuah pagar ide dalam proses perancangan atau kerangka berpikir ini. Biasanya dalam pembuatan papan ini pun beragam ide dan gagasan dalam bentuk visual dijadikan dalam satu kolase, sehingga proses kerangka berpikir dalam perancangan seperti ini tidak akan lari kemana-mana. Proses tahapan seperti ini pun sebenarnya berlaku pada semua lini keilmuan desain, karena desain atau perancangan haruslah memecahkan sebuah permasalahan.

Dalam pemilihan visual idea ini, biasanya para desainer, akademis, ataupun mahasiswa desain sekalipun pasti akan mengacu kepada tren-tren yang sedang berlangsung sesuai jangka waktu tertentu di masyarakat pada umumnya. Malah bagi desainer ataupun calon desainer harus memiliki kemampuan “meramalkan” atau memprediksi tren apa saja yang sedang berlangsung di masyarakat. Dengan kondisi inilah yang membuat desainer maupun calon desainer pun mau tidak mau selalu mengacu pada trend di luar negeri untuk dijadikan acuan ide-idenya yang diaplikasikan pada papan suasana ini. Langkah ini tidaklah salah, tapi memiliki kekurangan karena mengacu tren di luar negeri yang membuat ide-ide trend ini tidak sesuai dengan kebudayaan Indonesia yang beragam. Ditambah lagi Indonesia memiliki Indonesia Trend Forecasting, yang merupakan sebuah tim riset dan pengembangan kolaboratif yang terdiri dari para ahli, praktisi dan akademisi berpengalaman di industri kreatif Indonesia. Tim multidisipliner ini berbekal eksposur lokal dan internasional ini memiliki hasil dalam mempelajari fenomena dari beragam budaya, bangsa dan kelompok masyarakat, kemudian menganalisa dari berbagai bidang keilmuan untuk melihat arah perkembangan pola berpikir yang menjadi penyebab perubahan tren.

Dikutip dari web <https://trendforecasting.id/s/badan-ekonomi-kreatif-indonesia-124>, Indonesia Trend Forecasting memiliki prediksi trend, sebuah pendekatan strategis untuk memahami perubahan perilaku pola berpikir secara global. Penelusuran sejarah pola berpikir yang terevolusi sosial-budaya dapat dijadikan alat untuk memprediksi trend masa depan melalui visual skenario kreatif yang dapat diaplikasikan ke dalam fashion, tekstil, desain produk, barang-barang konsumen, arsitektur, makanan, kecantikan, gaya hidup dan lain-lain. Mereka memiliki buku *trendforecasting* yang diterbitkan setiap tahun baik dalam bentuk fisik atau digital, merupakan rangkuman riset prediksi yang menginterpretasikan faktor penggerak tren ke dalam desain tekstil, produk, interior, *ready to wear*, dan *modest wear*. Pernyataan ini pun diperkuat oleh Isti Dhaniswari, anggota Indonesia Trendforecasting yang juga Konseptor dan Penulis dari Tim Indonesia Trend Forecasting pada sebuah Webinar Mayatara 2020 : “How Does Fashion Industry Survive Pandemic tanggal 16 Agustus 2020 yang mengatakan, “Dengan mempelajari Indonesia *trendforecasting* ini pun mempelajari sejarah karakteristik perkembangan bangsa, apa yang terjadi di masyarakat. Pola-pola apa saja yang sedang trend di masyarakat. Dan ini pun bisa menjadi salah satu acuan untuk dijadikan ide gagasan yang sedang dikembangkan dalam sebuah proses perancangan produk.”

Perkembangan Indonesia *forecasting* dalam web ini umumnya sebelumnya dilakukan dengan meluncurkan buku Indonesia *forecasting* yang sebelum tahun 2019 hanya difokuskan dan diperuntukan untuk tekstil dan fashion saja karena lebih mudah diaplikasikan dibandingkan keilmuan lainnya. Namun demikian oleh karena kebutuhan dunia industri juga, maka peruntukan Indonesia *forecasting* ini pun semakin menyebar dan mulai masuk ke ranah desain produk. Melihat perkembangan Indonesia *forecasting* inilah dan juga berangkat dari pemikiran seorang calon desainer yang adalah mahasiswa desain produk ini harus memiliki kemampuan “meramal” trend dan mengaplikasikan hasil ramalan itu kedalam proses perancangan desain produk inilah menjadi alasan peneliti dan rekannya untuk mengajukan kuesioner singkat kepada para alumni dan mahasiswa prodi Desain Produk Fakultas Desain dan Industri Kreatif. Penyebaran ini menggunakan google form dikarenakan kondisi pandemik covid-19 ini tidak memungkinkan terjadinya tatap muka secara langsung.

**Putri Anggraeni Widyastuti, Huddiansyah.** Relevansi mata kuliah sejarah desain industri terhadap proses kreatif dunia industri produk.



Gambar 4. Kumpulan Contoh Gambar Desain Produk pada Indonesia Trendforecasting yang Digunakan untuk Pertanyaan Kuesioner  
(Sumber: [indonesiatrendforecasting](http://indonesiatrendforecasting.com), diakses tanggal 17 Agustus 2020)

Dari hasil kuesioner yang dilempar ini, didapat 27 koresponden yang terdiri dari 18 wanita dan 9 pria. 100% dari koresponden adalah mahasiswa yang sedang/pernah berkuliah di prodi Desain Produk Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Esa Unggul. 77.8% sebagai mahasiswa dan 22.22% sebagai alumni prodi Desain Produk FDIK – UEU, dan mereka semua pernah mempelajari mata kuliah ini saat perkuliahan. 100% dari 27 koresponden menerapkan gaya desain pada mata kuliah sejarah desain industri pada proses membangun kerangka berpikir dalam proses perancangan produk. Dari situlah maka, peneliti dan rekannya membuat pertanyaan selanjutnya dengan melampirkan 12 gambar desain produk dari Indonesia *trendforecasting* untuk mengecek pengetahuan 27 koresponden. Mereka harus memperhatikan gambarnya dan menjawab sesuai dengan kategori pilihan jawaban, diantaranya:

- a) Sub tren pada Indonesia *trendforecasting*,
- b) Gaya desain yang terdapat pada mata kuliah sejarah desain industri, atau
- c) Keduanya benar (kombinasi Indonesia *trendforecasting* dengan gaya desain).



Gambar 5. Bagan Persentase Jawaban Pertanyaan Kuesioner  
(Sumber: Analisa Putri Anggraeni Widyastuti dan Huddiansyah, 2020)

Jawaban kuesioner yang terlihat pada bagan diatas ini didapatkan setelah melempar pertanyaan mereka mengenai seberapa besar mereka mengetahui tentang Indonesia *trendforecasting*. Didapat 70.4% koresponden menjawab “ya” (19 orang), 11.1% koresponden menjawab “tidak” (3 orang), dan 18.5% koresponden menjawab “mungkin” (5 orang) terhadap pertanyaan tersebut. Meskipun demikian dengan sebagian kecil tidak mengetahui Indonesia *trendforecasting* untuk desain produk, mereka sebagian besar telah menjawab pentingnya relevansi mempelajari mata kuliah sejarah desain industri terhadap *trendforecasting* dalam proses perancangan sebuah desain produk. 96.3% atau setara 26 orang menjawab “penting dan perlu” sedangkan sisanya menjawab tidak dan cukup mempelajari gaya desain dalam sejarah desain industri itu saja.

## KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa terdapat keterungkapan relevansi antara mata kuliah sejarah desain industri terhadap proses kreatif dunia industri produk. Dengan melakukan penyebaran kuesioner berupa analisa dalam bentuk jawaban pilihan ganda yang dapat dipilih oleh mahasiswa dan alumni prodi Desain Produk Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Esa Unggul sebagai objek penelitian ini, dapat ditemukan relevansi didalamnya. Mengingat industri produk di Indonesia ini pun sudah memiliki *trendforecasting* tersendiri sesuai dengan kebudayaan dan perkembangan trend di Indonesia, sehingga tidak harus lagi mengikuti *trendforecasting* di luar negeri. Tim Indonesia *trendforecasting* ini memiliki pola-pola ide dan gagasan dan bentuk visual yang dapat digunakan oleh desainer, akademis, maupun mahasiswa (calon desainer) sebagai

**Putri Anggraeni Widyastuti, Huddiansyah.** Relevansi mata kuliah sejarah desain industri terhadap proses kreatif dunia industri produk.

acuan proses kreatif pada perancangan sebuah produk apapun itu baik itu dalam ranah dunia industri produk maupun akademis sekalipun. Untuk memahami Indonesia *trendforecasting* yang diluncurkan setiap tahun ini, diperlukan kepekaan dalam memahami materi sejarah desain industri, karena *trend* selalu berputar seperti halnya sejarah. Banyak terjadi pengulangan (baik itu secara estetika dan fungsional) dengan ditambahkannya beberapa pembaruan (baik itu estetika, fungsi, maupun material) dari tahun ke tahun pada Indonesia *trendforecasting* yang bisa dijadikan sebuah inspirasi pada proses kreatif perancangan sebuah produk dengan memanfaatkan budaya Indonesia didalamnya. Agar mata kuliah ini tidak merasa tersia-sia pada tiap semester dan terlupakan begitu saat Tugas Akhir, para pendidik dapat mengulang materi ini pada mata kuliah desain terkait dan juga mengkaitkannya dengan Indonesia *trendforecasting* dalam proses perancangan sebuah produk. Dengan begini paling tidak untuk kedepannya juga mahasiswa memiliki kepekaan dalam “membaca” dan “memprediksi” trend yang sedang berlangsung dan dapat menerapkannya pada proses perancangan produk dengan menyesuaikan kebutuhan masyarakat sehingga menjadi perbekalan yang baik ketika mereka nantinya lulus dan menjadi alumni yang bekerja di dunia industri produk dapat mengaplikasikannya dalam bentuk proses kreatif.

## KEPUSTAKAAN

- André Grilo, *Why Semiotics Matters In Product Design*,  
<https://medium.com/@andregrilo/why-semiotics-matters-in-product-design-43ec49d11d04>, diakses tanggal 14 April 2020.
- Baskaran, Laskmi. (2005). *Design of Times*. London. RotoVision.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2019). *Modul Kekayaan Intelektual*. Jakarta. Kementerian Hukum dan HAM RI.
- Indonesia Trend Forecasting, Peluncuran Trend Forecast 19/20,  
<https://trendforecasting.id/event/Information/219-peluncuran-trend-forecast-1920>, diakses 10 September 2020.
- Masri, Andry. (2010). *Strategi Visual*. Yogyakarta. Jalasutra.
- Masri, Andry. (2018). *Buku Craft dan Desain di Indonesia, Sudut Pandang Akademik dan Pelaku*. Bandung. Aliansi Desain Produk Industri Indonesia.
- Mayana, R.F. (2011). *Perlindungan Desain Industri di Indonesia dan Ketentuan Internasional di Bidang Desain Industri*. Panitia Pelatihan Konsultan Hak Kekayaan Intelektual.

Siebenbrodt, Michael, Lutz Schöbe. (2009). *Bauhaus 1919 – 1933 Weimar – Dessau – Berlin*. New York. Parkstone International.

Sumartono. (2020). *Instabilitas Makna Desain Produk*. Jurnal Inosains. Vol. 15. No. 1. Jakarta. Universitas Esa Unggul.

Tabrani, Primadi (2015). *Pendidikan Seni, Hubungannya Dengan Ambang Sadar, Imajinasi Dan Kreativitas Serta Manfaatnya Untuk Proses Belajar Yang Bermutu*. Vol. 7. No. 1. Jurnal Komunikasi Visual dan Multimedia. Bandung. Institut Teknologi Bandung.

Tabrani, Primadi. (1998). *Proses Kreasi, Apresiasi, Belajar*. Bandung. Penerbit ITB.

**Putri Anggraeni Widyastuti, Huddiansyah.** Relevansi mata kuliah sejarah desain industri terhadap proses kreatif dunia industri produk.

Universitas  
**Esa Unggul**

Universitas  
**Esa Unggul**