

Bisakah Interaksi dan Media Desain Sebagai Proses Pengembangan Produk?

Oleh: Drs. Ali Sulchan, M. Sn.
Widyaiswara PPPPTK Seni dan Budaya

A b s t r a k

Berbagai strategi dan pendekatan dalam proses pendampingan terhadap kelompok usaha kecil (home industry) atau yang lebih akrab disebut industri kerajinan, juga yang lebih khusus dinamakan usaha yang memproduksi barang-barang kerajinan (Perajin). Kegiatan industry kecil yang identik dengan masyarakat pinggiran ini umumnya juga memberdayakan sumber daya manusia yang berada di daerah/lokal tersebut. Begitu pula sarana dan fasilitas yang dimanfaatkan untuk mendukung kelancaran kegiatan yang dikembangkan umumnya masih termasuk sederhana.

Pada kegiatan masyarakat yang menggeluti bidang kerajinan dengan perkembangan dan kemajuan teknologi sebagai sarana komunikasi seperti saat ini nampaknya telah mulai akrab dan dimanfaatkan sebagai sarana pendukung. Melalui komunikasi antar personal (perajin) dalam melakukan aktivitasnya-pun dengan istilah desain sudah tidak lagi merupakan istilah yang asing, walaupun dalam proses penciptaannya bagi perajin masih kurang menguasai secara mendalam. Akan tetapi secara ferbal dan visual perajin dapat memahami makna substansi desain sebagai acuan dalam pembauatn produk.

Melalui strategi dan metode pendampingan terhadap kelompok usaha kecil/perajin dapat ditempuh dengan berbagai pilihan, karena pada dasarnya proses pendampingan sangat diperlukan potret daripada kondisi usaha kecil itu sendiri agar dapat menentukan metode yang tepat untuk mengatasi persoalan yang semestinya. Oleh karena persoalan setiap perajin mempunyai kemiripan yang dihadapi, sebagai contoh persoalan yang sering dihadapi perajin seperti; desain, pasar, SDM, bahan baku, promosi, harga, komunikasi, aturan, dst. Untuk mangatasi di antara sejumlah persoalan tersebut, akan dicoba dengan metode interaksi dan media desain serta melalui pendekatan sosial sebagai proses pengembangan produk.

Berdasarkan pengalaman kegiatan pendampingan pada perajin dalam bentuk pelatihan desain, pengembangan produk sekaligus teknik pengoperasian peralatan dan sosialisasi pemasaran system on line, persoalan yang muncul dan dominan selalu pada permasalahan penguasaan teknologi (komputer) masih sering terjadi pada perajin. Sebaliknya penguasaan kompetensi teknis tidak perlu diragukan, maka interaksi sosial dan media desain sangat penting dan diharapkan menjadi solusi dalam proses pengembangan produk yang diharapkan.

Kata Kunci: Interaksi, media dan Pengembangan produk.

Pendahuluan

Hingga saat ini bentuk-bentuk pendampingan terhadap peserta pelatihan keterampilan kerajinan apapun jenisnya baik dari pendidikan formal ataupun tidak masih cenderung langsung diberikan tugas yang telah disiapkan. Terutama pelatihan keterampilan kerajinan pada peserta dari home industry dalam rangka pengembangan desain dan produk, umumnya ada yang diberikan informasi tentang kiat-kiat cara mengelola usahanya (keuangan), menghadapi pembeli, pemberi order, cara menjaga kualitas produk yang dibuat dan seterusnya sebagai pengantar dalam seremonial pembukaan pelatihan. Akan tetapi ada yang juga lebih penting yaitu bagaimana peserta (petatar) diberikan pengantar tentang wawasan desain, bagaimana asal-usul desain bisa dilahirkan, bagaimana menterjemahkan desain menjadi sebuah produk, dan bagaimana menjelaskan desain kepada peserta, serta bagaimana kiat-kiat sebuah desain dapat dipahami oleh peserta tidak cukup pada saat pelatihan.

Interaksi antara pendamping/pelatih (*trainer*) dan peserta (*participant*) dalam pelatihan kerajinan cenderung membicarakan membuat produk apa yang akan dibuat dan menggunakan bahan apa yang dipergunakan, hal semacam ini merupakan tradisi dari waktu waktu berdasarkan desain program. Tradisi semacam ini perlu dirubah dan dikembangkan lagi agar desain program tersebut dapat menjangkau pada sasaran kompetensi yang lebih maksimal. Kemudian pemanfaatan media (desain) dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan kerajinan secara formalitas sering pula disiapkan dan ditawarkan pada peserta (*participant*) untuk direalisasikan menjadi produk, padahal sebenarnya pada proses ini sangat tepat apabila antara *trainer* dan *participant* terjadi interaksi lebih dinamis untuk menggali banyak persoalan menarik dalam proses pengembangan produk yang sebenarnya.

Proses interaksi di atas dalam konteks kegiatan pelatihan keterampilan kerajinan berarti saling melakukan aksi, terjadi hubungan saling mempengaruhi baik antar orang perseorangan dan orang perseorangan antara perseorangan dan kelompok, dan antara kelompok dengan kelompok. Interaksi semacam ini didalam teori sosiologi disebut interaksi sosial, yaitu merupakan suatu fondasi dari hubungan yang berupa tindakan yang berdasarkan norma dan nilai sosial yang berlaku dan diterapkan di dalam masyarakat. Dengan adanya nilai dan norma yang berlaku, interaksi sosial itu sendiri dapat berlangsung dengan baik jika aturan - aturan dan nilai - nilai yang ada dapat dilakukan dengan baik. Jika tidak adanya kesadaran atas pribadi masing - masing, maka proses sosial itu sendiri tidak dapat berjalan sesuai dengan yang kita harapkan. Di dalam kehidupan sehari - hari tentunya manusia tidak dapat lepas dari hubungan antara satu dengan yang lainnya, ia akan selalu perlu untuk mencari individu ataupun kelompok lain untuk dapat berinteraksi ataupun bertukar pikiran.

Hubungan yang berupa tindakan berdasarkan norma dan nilai sosial yang berlaku dan diterapkan didalam masyarakat dalam rangka melakukan dan meningkatkan keterampilan, merupakan kunci untuk membangun kebersamaan berdasarkan sumber potensi lokal yang dimiliki. Untuk itu selain interaksi sosial sebagai fondasi adanya norma dan nilai sosial, tentu adanya komunikasi ataupun interaksi antar satu sama lain maka tidak mungkin ada kehidupan bersama. Jika hanya fisik yang saling berhadapan antara satu sama lain, tidak dapat menghasilkan suatu bentuk kelompok sosial yang dapat saling berinteraksi. Maka dari itu dapat disebutkan bahwa interaksi merupakan dasar dari suatu bentuk proses sosial karena tanpa adanya interaksi sosial, maka kegiatan-kegiatan antar satu individu dengan yang lain tidak dapat disebut interaksi (Soerjono Soekanto, 2000). Jadi peran komunikasi dalam proses pendampingan bagi perajin/pelaku usaha kecil dengan dukungan kelengkapan media (desain) yang benar, maka akan terwujudlah interaksi yang dinamis untuk memecahkan

berbagai persoalan untuk melahirkan gagasan-gagasan. Karena persoalan bagi perajin secara umum tidak terlepas dari soal desain, alat, fasilitas, order, kualitas produk, konsumen (*buyer*) target, waktu, dan seterusnya.

Permasalahan

Pada kegiatan masyarakat home industry (perajin) istilah desain sebenarnya sudah tidak asing lagi dan sering dikaitkan dengan suatu produk, maka istilah tersebut sejalan dengan pendapat para ahli bahwa desain adalah jenis perancangan yang menghasilkan wujud benda untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia sehari-hari. Rancangan tersebut (desain) tentu tidak terlepas dari ruang lingkup seni rupa, sehingga jenis perancangan yang tidak ada unsur kesenirupaan dalam pertimbangan pemikiran dan pendekatannya terletak diluar kerangka desain.

Tantangan penting bagi *trainer* untuk mensikapi perajin dalam proses implementasi desain produk agar tidak menimbulkan kesenjangan terutama dalam proses pembuatan produk, dapat dilakukan beberapa metode sebagai solusi antara lain; 1) bagi perajin, sebelum membuat produk sebenarnya (prototype) tetap diupayakan untuk membuat model dari produk yang akan dibuat, 2) melakukan simulasi teknis (konstruksi, penggunaan bahan baku/penunjang, penentuan rencana finishing, dan kesiapan peralatan, serta rencana proses produksi, 3) diupayakan selalu dapat memahami dan menterjemahkan spesifikasi desain produk dengan benar, 4) menfisasialisasikan desain produk pada model sebelum membuat produk sebenarnya, 5) melakukan dan membiasakan menggunakan alat ukur sebagai faktor penentu dari produk akhir yang diharapkan, 6) diharapkan tidak terlalu boros dalam proses pembuatan model sebagai bahan pertimbangan penyempurnaan desain produk.

Konkskuensi bagi *trainer* dalam menghadapi peserta (*participant*) dalam mengembangkan produk lama atau baru sebetulnya permasalahannya tidak berbeda jauh, artinya dalam proses komunikasi konten permasalahan yang dibicarakan sama. Akan tetapi ada permasalahan yang berbeda apabila mengembangkan produk baru, permasalahan yang nampak dominan terlihat adalah pada pengalaman dan kompetensi peserta dalam menggeluti bidang yang ditekuni. Permasalahan pengalaman dan kompetensi peserta skalipun dalam bidang yang sama umumnya pasti tidak setara, karena setiap melakukan proses membuat produk masing-masing peserta memiliki metode dan langkah yang berbeda atau sesuai kebiasaan sendiri yang tidak terstruktur.

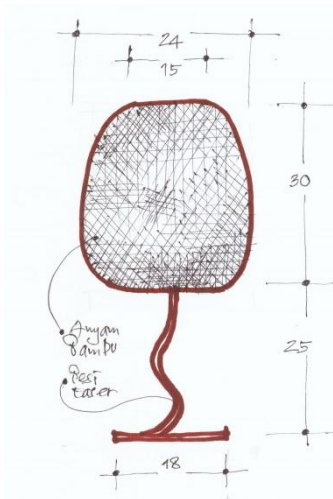
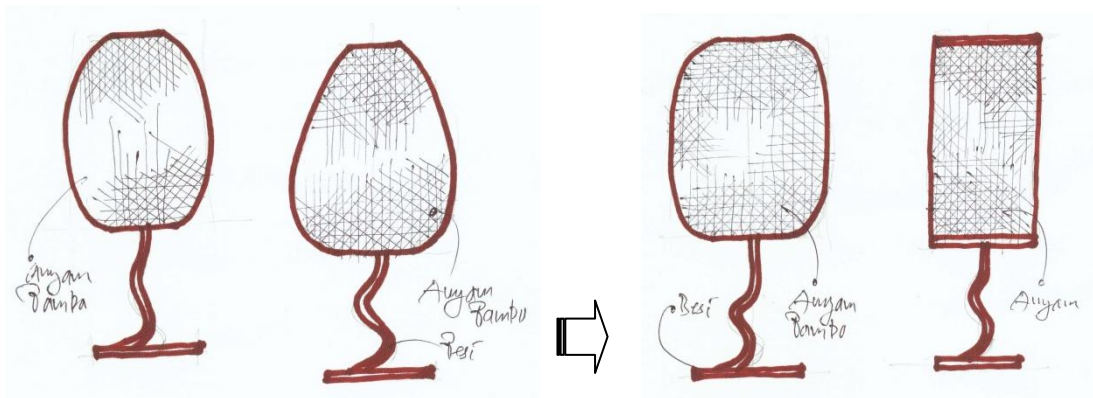
Pembahasan

Berbagai jenis program penyelenggaraan pembinaan/pendampingan kepada usaha kecil yang umumnya terdapat di luar perkotaan atau akrapnya disebut kelompok bidang kerajinan (perajin), lazimnya dalam penyelenggaraan pendampingan seperti ini waktu dan program yang didesain selalu berbeda-beda tergantung hasil analisis permasalahan yang diputuskan pihak penyelenggara. Seperti pengelolaan usaha, pengembangan desain, teknologi dan produk, pengembangan pemasaran system *online* dst.

Dalam pembahasan ini terkait Interaksi dan Media Desain Sebagai Proses Pengembangan Produk pada pendampingan perajin, mencoba merujuk teori Heskett yang disarikan oleh

Imam Buchri Zainuddin bahwa, “*Design is to design a design to product a design*” (Heskett, 2004). Apabila mencermati ungkapan tersebut, terdapat 4 (empat) kata desain yang di sebutkan, dan apabila kita uraikan maka kata “desain” **pertama**, merujuk desain sebagai disiplin “ilmu” yang berimplikasi pada epistemologi, **kedua**, merujuk pada kegiatan (*action*) yang berimplikasi proses mendesain dan metodologi, **ketiga**, adalah produknya (benda atau obyek) yang berimplikasi pada keputusan dan interpretasi nilai (*values*) oleh si pendesain, dan sedangkan kata desain yang **keempat**, merujuk pada munculnya suatu wacana akibat kehadiran obyek “baru” tersebut.

Dari 4 (empat) makna kata desain di atas sengaja disederhanakan menjadi sebuah rancangan desain berdasarkan potensi bahan baku dan kompetensi perajin, maka syarat yang paling utama adalah desain tidak perlu rumit, mudah dipahami, memiliki nilai jual, mudah diproduksi, mudah dikemas. Selanjutnya rancangan desain tersebut dijadikan sebuah media dalam pengembangan produk.



Desain terpilih



Contoh: hasil produk jadi (Lampu duduk dan Lantai)

Berdasarkan rancangan desain di atas agar perajin tidak sekedar dijelaskan spesifikasi desain secara teknis, namun perlu dikondisikan agar dalam proses pengembangan produk dalam pendampingan tersebut menjadi *best practice* dalam kegiatan atau program yang

lain. Secara rinci dalam implementasi pendampingan melalui Interaksi dan Media Desain Sebagai Proses Pengembangan Produk yakni melalui interaksi sosial, agar menjadi pengalaman dan wawasan yang dapat dikembangkan maka ada dua syarat seperti yang disarankan Soerjono Soekanto (2000) dalam pengantar sosiologi, yaitu **kontak sosial** dan **komunikasi**.

1. Kontak Sosial

Kata “kontak” (Inggris: “*contact*”) berasal dari bahasa Latin *con* atau *cum* yang artinya bersama-sama dan *tangere* yang artinya menyentuh. Jadi, kontak berarti bersama-sama menyentuh. Dalam pengertian sosiologi, kontak sosial tidak selalu terjadi melalui interaksi atau hubungan fisik, sebab orang bisa melakukan kontak sosial dengan pihak lain tanpa menyentuhnya, misalnya bicara melalui telepon, radio, atau surat elektronik. Oleh karena itu, hubungan fisik tidak menjadi syarat utama terjadinya kontak. Kontak sosial memiliki sifat-sifat berikut. Kontak sosial dapat bersifat positif atau negatif. Kontak sosial positif mengarah pada suatu kerja sama, sedangkan kontak sosial negatif mengarah pada suatu pertentangan atau konflik.

Kontak sosial dapat bersifat primer atau sekunder. Kontak sosial primer terjadi apabila para peserta interaksi bertemu muka secara langsung. Misalnya, kontak antara guru dan murid di dalam kelas, penjual dan pembeli di pasar tradisional, atau pertemuan ayah dan anak di meja makan. Sementara itu, kontak sekunder terjadi apabila interaksi berlangsung melalui suatu perantara. Misalnya, percakapan melalui telepon. Kontak sekunder dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Kontak sekunder langsung misalnya terjadi saat ketua RW mengundang ketua RT datang ke rumahnya melalui telepon. Sementara jika Ketua RW menyuruh sekretarisnya menyampaikan pesan kepada ketua RT agar datang ke rumahnya, yang terjadi adalah kontak sekunder tidak langsung.

2. Komunikasi

Komunikasi merupakan syarat terjadinya interaksi sosial. Hal terpenting dalam komunikasi yaitu adanya kegiatan saling menafsirkan perilaku (pembicaraan, gerakan-gerakan fisik, atau sikap) dan perasaan-perasaan yang disampaikan. Ada lima unsur pokok dalam komunikasi yaitu sebagai berikut.

- a. Komunikator, yaitu orang yang menyampaikan pesan, perasaan, atau pikiran kepada pihak lain.
- b. Komunikan, yaitu orang atau sekelompok orang yang dikirim pesan, pikiran, atau perasaan.
- c. Pesan, yaitu sesuatu yang disampaikan oleh komunikator. Pesan dapat berupa informasi, instruksi, dan perasaan.
- d. Media, yaitu alat untuk menyampaikan pesan. Media komunikasi dapat berupa lisan, tulisan, gambar, dan film.
- e. Efek, yaitu perubahan yang diharapkan terjadi pada komunikan, setelah mendapatkan pesan dari komunikator.

Di samping terdapat 5 unsur pokok dalam komunikasi di atas, juga ada tiga tahap penting dalam proses komunikasi. Ketiga tahap tersebut antara lain: 1) **Encoding**, Pada tahap ini, gagasan atau program yang akan dikomunikasikan diwujudkan dalam kalimat atau gambar. Dalam tahap ini, komunikator harus memilih kata, istilah, kalimat, dan gambar yang mudah dipahami oleh komunikan. Komunikator harus menghindari penggunaan kode-kode yang membingungkan komunikan, 2) **Penyampaian**, Pada tahap ini, istilah atau gagasan yang sudah diwujudkan dalam bentuk kalimat dan gambar disampaikan. Penyampaian dapat berupa lisan, tulisan, dan gabungan dari keduanya, dan 3) **Decoding**, Pada tahap ini dilakukan proses mencerna dan memahami kalimat serta gambar yang diterima menurut pengalaman yang dimiliki.

Jadi melalui interaksi sosial yang dikembangkan untuk melakukan pendampingan kepada perajin dalam mengembangkan produk yang telah terjadi kontak komunikasi verbal dan non-verbal, melalui pesan, gambar (desain), instruksi, dst. hingga terjadi kesepahaman hubungan timbal balik yang dinamis antara individu dan individu, antara individu dan kelompok, atau antara kelompok dengan kelompok baik dalam kerja sama.

3. Faktor dasar terbentuknya interaksi sosial

Interaksi sosial yang terjadi dalam proses pendampingan terhadap perajin dalam proses pengembangan produk dapat menunjukkan berbagai wujud implementasinya, ini sangat tergantung kondisi sosialnya. Proses interaksi sosial yang terjadi dalam masyarakat perajin dapat bersumber dari beberapa faktor seperti; imitasi, sugesti, simpati, motivasi, identifikasi dan empati.

Imitasi

Imitasi atau meniru adalah suatu proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti yang dilakukan oleh model dengan melibatkan alat indera sebagai penerima rangsang dan pemasangan kemampuan persepsi untuk mengolah informasi dari rangsang dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik. Proses ini melibatkan kemampuan kognisi tahap tinggi karena tidak hanya melibatkan bahasa namun juga pemahaman terhadap pemikiran orang lain.

Identifikasi

Identifikasi adalah pemberian tanda-tanda pada golongan barang-barang atau sesuatu. Hal ini perlu, oleh karena tugas identifikasi ialah membedakan komponen-komponen yang satu dengan yang lainnya, sehingga tidak menimbulkan kebingungan. Dengan identifikasi dapatlah suatu komponen itu dikenal dan diketahui masuk dalam golongan mana. Cara pemberian tanda pengenal pada komponen, barang atau bahan bermacam-macam antara lain dengan menggantungkan kartu pengenal, seperti halnya orang yang akan naik kapal terbang, tasnya akan diberi tanpa pengenal pemilik agar nanti mengenalinya mudah.

Sugesti

Sugesti adalah rangsangan, pengaruh, stimulus yang diberikan seorang individu kepada individu lain sehingga orang yang diberi sugesti menuruti atau melaksanakan tanpa berpikir kritis dan rasional.

Motivasi

Motivasi yaitu rangsangan pengaruh, stimulus yang diberikan antar masyarakat, sehingga orang yang diberi motivasi menuruti tau melaksanakan apa yang dimotivasikan secara kritis, rasional dan penuh rasa tanggung jawab . Motivasi biasanya diberikan oleh orang yang memiliki status yang lebih tinggi dan berwibawa, misalnya dari seorang ayah kepada anak, seorang guru kepada siswa.

Simpati

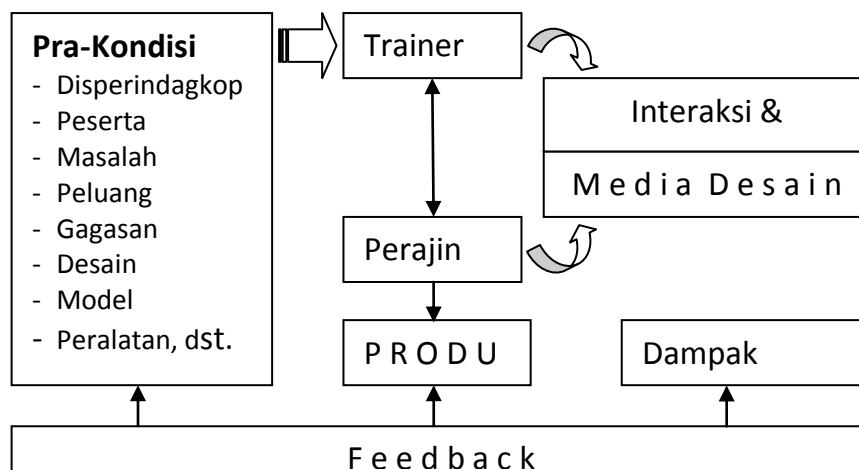
Simpati adalah ketertarikan seseorang kepada orang lain hingga mampu merasakan perasaan orang lain tersebut. Contoh: membantu orang lain yang terkena musibah hingga memunculkan emosional yang mampu merasakan orang yang terkena musibah tersebut.

Empati

Empati yaitu mirip dengan simpati, akan tetapi tidak semata-mata perasaan kejiwaan saja. Empati dibarengi dengan perasaan organisme tubuh yang sangat intens/dalam. Hubungan antara suatu individu masyarakat dengan relasi - relasi sosial lainnya, menentukan struktur dari masyarakatnya yang dimana hubungan antar manusia dengan relasi tersebut berdasarkan atas suatu komunikasi yang dapat terjadi di antara keduanya. Hubungan antar manusia atau relasi – relasi sosial, suatu individu dengan sekumpulan kelompok masyarakat, baik dalam bentuk individu atau perorangan maupun dengan kelompok – kelompok dan antar kelompok masyarakat itu sendiri, menciptakan segi dinamika dari sisi perubahan dan perkembangan masyarakat. Sebelum terbentuk sebagai suatu bentuk konkrit, komunikasi atau hubungan yang sesuai dengan nilai – nilai sosial di dalam suatu masyarakat, telah mengalami suatu proses terlebih dahulu yang dimana proses – proses ini merupakan suatu bentuk dari proses sosial itu sendiri. ([http://id.wikipedia.org/Interaksi sosial/](http://id.wikipedia.org/Interaksi_sosial/) diunduh: 27 maret 2015).

Selanjutnya, sebagaimana telah banyak dijelaskan di atas terkait interkasi sosial dan komunikasi dalam proses pengembangan produk melalui interaksi dan media desain, sebagai ilustrasi dalam proses tersebut minimal dapat dilihat pada siklus proses berikut;

Siklus Proses Pengembangan Produk



4. Media dan Jenisnya

Menurut beragamnya pengertian media yang umumnya dapat dipergunakan sebagai alat bantu untuk proses kegiatan belajar, diskusi, ceramah, dst., yang berupa cetak maupun audio visual sebagai perantara. Dari segi ilmu komunikasi, bahwa media adalah alat perantara yang sengaja digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan-pesannya. Unsur utama dari media komunikasi ini adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan dengan sengaja (Vardiansyah). Kemudian menurut Gene L. Wilkinson, media bisa diartikan sebagai alat selain buku teks yang bisa digunakan untuk menyampaikan informasi dalam sebuah situasi belajar mengajar. Dan juga ditambahkan pendapat lain, bahwa media adalah segala macam bentuk perantara yang bisa segala macam bentuk yang bisa digunakan untuk menyalurkan ide atau gagasan kepada penerima (Santoso).

Sedangkan menurut jenisnya dari beberapa sumber, secara umum dapat dikategorikan menjadi;

- **Media Visual:** media visual adalah media yang bisa dilihat, dibaca dan diraba. Media ini mengandalkan indra penglihatan dan peraba. Berbagai jenis media ini sangat mudah untuk didapatkan. Contoh media yang sangat banyak dan mudah untuk didapatkan maupun dibuat sendiri. Contoh: media foto, gambar, komik, gambar tempel, poster, majalah, buku, miniatur, alat peraga dan sebagainya.
- **Media Audio:** media audio adalah media yang bisa didengar saja, menggunakan indra telinga sebagai salurannya. Contohnya: suara, musik dan lagu, alat musik, siaran radio dan kaset suara atau CD dan sebagainya.
- **Media Audio Visual:** media audio visual adalah media yang bisa didengar dan dilihat secara bersamaan. Media ini menggerakkan indra pendengaran dan penglihatan secara bersamaan. Contohnya: media drama, pementasan, film, televisi dan media yang sekarang menjamur, yaitu VCD. **Internet** termasuk dalam bentuk media audio visual, tetapi lebih lengkap dan menyatukan semua jenis format media, disebut **Multimedia** karena berbagai format ada dalam internet. <http://www.pengertianahli.com/pengertian-media-dan-jenis-media.html> (Diunduh: 25 April 2015)

Berdasarkan dari beberapa pendapat ahli tentang media dan jenisnya di atas, kiranya dapat dipahami secara gamblang bahwa semua alat berupa buku teks, gambar/desain, audio visual, informasi yang dipergunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada orang lain (perajin/komunikan). Begitu pula jenis alatnya dalam hal ini sebagai pendukung untuk menyampaikan pesan tersebut seperti; media foto, gambar, komik, gambar tempel, poster, majalah, buku, miniatur, alat peraga dan sebagainya.

Jadi apabila merujuk dari penjelasan tersebut terkait dalam proses pengembangan produk kriya/kerajinan melalui interaksi dan media desain (gambar) sangat cocok dapat dilakukan dengan mudah, apalagi setiap peserta pasti memiliki kondisi dan karakteristik yang berbeda. Melalui proses interaksi dan komunikasi secara benar antara trainer dan peserta/perajin semua permasalahan dapat diatasi dengan

tuntas, oleh karena setiap ada kendala/persoalan terkait dengan proses langsung dapat dicari solusinya secara terbuka tanpa ada masalah yang tertunda.

Dengan cara ini, maka syarat yang paling arif adalah minimal; **pertama**, antara teainer dan perajin selalu aktif dan terbuka dengan persoalan proses produk yang dibuat. Sebab persoalan seperti ini cukup kompleks karena menyangkut soal bahan baku, ukuran, teknis, konstruksi, finishing, kualitas, pengguna, dll., **kedua**, antara trainer dan perajin dalam melakukan proses ini harus fokus dan tidak bisa dilakukan dengan cara temporer (Bhs. Jawa: disambi-sambi), sehingga interaksi dan komunikasinya tidak terputus, **ketiga**, serius dan yakin, jadi dalam proses eksperimen ini harus dilakukan dengan sungguh-sungguh karena tanpa dilakukan dengan serius dan yakin besar kemungkinan hasilnya hanya menghambur-hamburkan waktu, tenaga, biaya, kesempatan, dan bahan yang dipergunakan akan sia-sia (Jw: Muspro). Jadi apabila dapat melakukan dengan serius dan yakin besar kemungkinan akan membawa manfaat dan nilai positif, **keempat**, Modal, yaitu apabila proses seperti ini (interaksi dan komunikasi) dapat dilakukan sebagai kebiasaan yang terencana dan semangat, sangat mungkin akan menjadi modal yang berharga untuk mengembangkan produk baru dengan jenis bahan baku dan model yang lain pula.

5. Desain

Sebagaimana Imam Buchri Zainuddin di atas telah menjelaskan bahwa, "*Design is to design a design to product a design*" (Heskett, 2004). Apabila mencermati ungkapan tersebut, terdapat 4 (empat) kata desain yang di sebutkan, dan apabila kita uraikan maka kata "desain" pertama, merujuk desain sebagai disiplin "ilmu" yang berimplikasi pada epistemologi, kedua, merujuk pada kegiatan (action) yang berimplikasi proses mendesain dan metodologi, ketiga, adalah produknya (benda atau obyek) yang berimplikasi pada keputusan dan interpretasi nilai (values) oleh si pendesain, dan sedangkan kata desain yang keempat, merujuk pada munculnya suatu wacana akibat kehadiran obyek "baru" tersebut.

Kemudian dilanjutkan pemikiran yang lain dalam desain bahwa, **Pertama**: jenis perancangan yang menghasilkan ujud benda untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dalam lingkup Seni Rupa, sehingga jenis perancangan yang tidak ada unsur keseni-rupaan dalam pertimbangan pemikiran dan pendekatannya terletak diluar kerangka tulisan ini, **Kedua**: desain adalah pada desain modern, maksudnya adalah jenis perancangan seperti diuraikan sebelumnya yang dalam proses pemikiran dan pendekatannya menggunakan metode berfikir yang mempunyai aspek, relasi, mekanisme kuantifikasi, atau singkatnya metode rasional (dalam Jaspers), **Ketiga**: desain yang dibahas terutama dalam lingkup waktu setelah masa Revolusi Industri, sehingga dalam cakupan pengertiannya ada unsur-unsur industrial, ekonomi pasar, produksi masa, dan lain sebagainya (Widagdo, 2000).

Atas pendapat dan pemikiran di atas, selain 4 (empat) makna kata desain di atas sengaja disederhanakan menjadi sebuah rancangan desain berdasarkan potensi bahan baku dan kompetensi perajin, maka syarat yang paling utama adalah desain tidak perlu

rumit, mudah dipahami, memiliki nilai jual, mudah diproduksi, mudah dikemas. Selanjutnya rancangan desain tersebut dijadikan sebuah media dalam pengembangan produk. Dengan demikian bahwa perancangan yang menghasilkan wujud benda (produk) untuk memenuhi kebutuhan selalu mempertimbangkan unsur ekonomi, pasar produksi, kontinuitas, dan seterusnya.

Kesimpulan

Interaksi (Komunikasi) dan media desain dalam proses pengembangan produk dapat disimpulkan;

1. Interaksi sosial dengan media desain dalam proses pendampingan bagi perajin dalam proses pengembangan produk merupakan faktor kunci, oleh karena dengan metode tersebut semua persoalan terkait pengembangan produk dapat dipecahkan secara optimal.
2. Media desain (Gambar) sebagai alat untuk menyampaikan pesan/informasi dari komunikator kepada komunikan (perajin) secara inten merupakan cara praktis dalam proses pengembangan produk,
3. Pentingnya komunikasi secara rutin dan serius antara trainer, perajin, dan *stake holder* (Pemerintah) untuk mencari alternatif berdasarkan kearifan lokal dalam rangka menghadapi perkembangan regulasi yang berdampak terhadap eksistensi perajin sebagai asset daerah.

Demikian beberapa catatan sebagai pengalaman dalam menghadapi terkait persoalan perajin khususnya dalam proses pengembangan produk, tentu ini merupakan sebagian catatan yang masih banyak untuk digali dan dipecahkan.

Referensi:

- Sachari, Agus (1998), *Desain Produk Sebuah Pengantar*, Bandung: ITB
Brown (2009), *Change by Design: How Design Thinking*
Widagdo (2000), *Desain dan Kebudayaan*, Bandung: ITB Press
Mulyana, Deddy, (2000), *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
Soedjito, (1991), *Transformasi Sosial Menuju Masyarakat Industri*, Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya
Soekanto, Soerjono, (2002), *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

[http://id.wikipedia.org/Interaksi sosial](http://id.wikipedia.org/Interaksi_sosial) (diunduh, 27 maret 2015).

<http://www.pengertian-media-dan-jenis-media.html> (Diunduh, 25 April 2015)

<http://belajarpsikologi.com/pengertian-interaksi-sosial> (Diunduh, 27 maret 2015)

Biodata Penulis



Nama : Drs. Ali Sulchan, M. Sn.
NIP : 19591009 198910 1001
Pangkat/Gol. : Pembina, IV/a.
Jabatan : Widyaiswara Madya
Unit Kerja : PPPPTK Seni dan Budaya Yogyakarta
Jalan Kaliurang Km, 12,5, Klidon, Sukoharjo,
Ngaglik, Sleman Yogyakarta, Kode pos: 55581, telp. 0274 895804,
895805, Fax: 0274 895804

- **Alamat rumah:** Jl. Damai, Gang Sadewa, Perumahan Palagan Asri, Rt.01, Rw.19, No. 1 A, Mudal, Sariharjo, Ngaglik, Sleman Yogyakarta, Kode pos: 55581, telp. (0274) 4463960, email: ali_cikaladesain@yahoo.com,
- **Pendidikan:** SD, SLTP, SLTA, di Jepara, melanjutkan Pendidikan S-1 di STSRI (ISI/FSRD) jurusan Kriya lulus tahun 1987, Tahun 1993-1994 mendapat kesempatan mengikuti program Fellow ship (Diploma I) di Hawthorn of Education, Melbourne Australia, tahun 2000 mendapat kesempatan melanjutkan S-2 di Institut Teknologi Bandung (ITB) dan tahun 2003 lulus dengan mengambil jurusan Desain.
- **Status kerja:** Dari tahun 1990 hingga saat ini masih aktif mengajar di Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan (PPPPTK) Seni dan Budaya Yogyakarta.
- **Pengalaman kerja:** Selain mengajar di tempat bekerja (mendiklat) juga aktif melakukan eksperimen berbagai bahan dan produk kriya (Kerajinan), serta melakukan pendampingan di beberapa perajin (IKM) di Yogyakarta dan sekitarnya bidang kayu, bambu, dll. Di samping memiliki pengalaman tersebut, memiliki beberapa pengalaman menjadi Juri lomba, mendapat juara lomba, menulis, dan pernah melakukan penelitian tentang Media Pembelajaran untuk Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) dll. Tahun 2013, diminta Pemerintah Fiji (*Ministry of Woman, Social Welfare and Poverty Alleviation*) untuk melatih bidang kerajinan bambu, tempurung kelapa, ukir kayu, batik, dan egg shell.