

MEMBANGUN INDUSTRI KREATIF DENGAN SEBUAH PENDIDIKAN DI BIDANG FASHION YANG MEMBENTUK *INTEGRATED PROFESIONAL*

Eddy Zuhni Khayati
Jurusan PTBB FT UNY

ABSTRAK

Pada dasarnya dunia industri kreatif adalah industri yang berbasis pada hasil berfikir kritis dan kreatif. Sedangkan kualitas *fashion* tidak hanya diukur dari orisinalitas dan daya kreatifitas seseorang dalam menampilkan desain, tetapi juga dari penalarannya untuk mengungkap, mendiskripsikan, menginterpretasikan, menganalisis, dan memecahkan masalah yang dihadapi, kemudian mengambil keputusan yang terbaik, agar dapat memenangkan persaingan pasar yang sangat ketat. Untuk mencapai hasil yang optimal diperlukan suatu metode berfikir tertentu, baik dalam kurikulum maupun dalam pelaksanaannya.

Sebagai sebuah Lembaga pendidikan di bidang *fashion*, perlu berupaya membentuk *integrated Profesional* dengan mempertautkan bidang keilmuan, teknologi, seni, budaya dan profesionalisme. Materi kurikulum lebih diarahkan pada pemahaman teoritis tentang kaidah perencanaan dan perancangan *fashion* dengan pendekatan teknis, etika dan estetika. Sedangkan untuk menunjang proses belajar mengajar dan profesionalisme, pelaksanaan pembelajarannya dititik beratkan pada pengembangan kreatifitas, wawasan keilmuan, dan akademik, serta pembekalan kewirausahaan, kesehatan dan keselamatan kerja (K3) di Industri yang, dengan penekanan pada ranah kognitif, afektif dan psikomotorik.

Pendidikan Tinggi di Bidang *Fashion* sebagai inkubator kreator seyogyanya terus mengembangkan paradigma, konsep, serta ide kreatif, dengan selalu membuka diri untuk berinteraksi dengan lingkungan, teknologi, lintas ilmu dan perubahan zaman, sehingga menghasilkan sumber daya manusia yang unggul. Untuk membangun SDM yang unggul salah satu jalannya adalah melalui pendidikan. Untuk menghasilkan SDM yang unggul diperlukan proses pendidikan yang kreatif dari seorang pendidik yang kreatif (Indra Yusuf, 2009). Proses pendidikan kreatif inilah yang nantinya akan dapat melahirkan generasi-generasi yang kreatif, dinamis dan inovatif. Selanjutnya dari pribadi yang kreatif inilah akan meretas menjadi sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif, karena sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif akan mampu mengembangkan potensi ekonomi kreatif menjadi industri kreatif.

Kata Kunci: industri kreatif, fashion, integrated professional

PENDAHULUAN

Industri kreatif adalah industri yang berbasis pada hasil berfikir kritis dan kreatif. *Fashion* sangat relevan dengan program industri dan ekonomi kreatif. Seperti yang dilansir Kompas, mengacu sumber Departemen Perdagangan RI tahun 2008, secara kuantitatif disebutkan bahwa kontribusi sub sektor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri kreatif di Indonesia, menunjukkan 44% dari sektor *fashion*, kerajinan sebesar 23%, desain dari periklanan 7 %. Sementara penerbitan dan percetakan 3.5%, arsitektur 3.2 %, musik 3% dan radio televisi 2%. Kemudian sisanya masing-masing 1% untuk sektor penelitian dan pengembangan serta perangkat lunak dan konsultan. Pada produk antik dan seni 0,6 %, diikuti film, video, fotografi sebesar 0, 3%, permainan interaktif 0,3% dan yang terakhir seni pertunjukan pada angka 0, 15 % (Djohan salim, 2009).

Essensi industri kreatif bukan barang yang sama sekali baru karena praktek industri kreatif sudah berlangsung lama, walau tidak secara eksplisit menggunakan terminologi " industri kreatif ". Pada era Renaisans, Florence telah menjadi pusat dunia karena kehadiran para desainer *fashion* dan seniman dengan karya-karya besar mereka yang hingga kini masih memberikan kontribusi kegiatan ekonomi melalui sektor pariwisata. Selain itu di Indonesia, punya Borobudur yang hadir sekitar abad 8 sampai saat ini masih ikut menghidupi banyak orang termasuk Arsitektur, kerajinan, batik dan *fashion*. Dari data-data tersebut menunjukkan bahwa

sektor pariwisata dan *fashion* masih merupakan potensi yang sangat besar untuk dapat dikembangkan oleh Indonesia.

Dalam kaitannya itu yang menjadi masalah utama adalah: Bagaimana proses pendidikan di bidang *fashion* mampu mewujudkan Sumber Daya Manusia yang unggul? Pertanyaan di atas bukan berarti bahwa selama ini lembaga pendidikan di bidang *fashion* tidak melakukan apa-apa yang terkait dengan sektor industri kreatif, namun lebih pada spirit prospective melalui upaya pengembangan dan peningkatan kualitas *fashion*. SDM yang unggul adalah yang memiliki daya saing tinggi, inovatif, kreatif, dan mampu menghadapi segala tantangan yang ada baik lokal, regional maupun global. Untuk membangun SDM yang unggul salah satu jalannya adalah melalui pendidikan. Untuk menghasilkan SDM yang unggul diperlukan proses pendidikan yang kreatif dari seorang pendidik yang kreatif (Indra Yusuf, 2009). Proses pendidikan kreatif inilah yang nantinya akan dapat melahirkan generasi-generasi yang kreatif, dinamis dan inovatif. Selanjutnya dari pribadi yang kreatif inilah akan meretas menjadi sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif, karena sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif akan mampu mengembangkan potensi ekonomi kreatif menjadi industri kreatif.

PEMBAHASAN

Pendidikan di bidang *Fashion* dan Industri Kreatif

Peranan pendidikan adalah menyiapkan generasi massa depan yang lebih unggul dari generasi sekarang. Mari kita sadari bahwa saat ini kita ada pada abad interkoneksi antara kecepatan, kompleksitas, dan ketidakpastian, sehingga hanya orang-orang yang memiliki kemampuan yang lebih, kreatif dan profesional yang akan tetap survive. Oleh karena itu pendidikan harus mampu menyiapkan generasi yang dengan cepat mampu menjawab tantangan, mampu menyelesaikan masalah, berfikir kritis, kreatif, inovatif, dan profesional dibidangnya, dalam kondisi budaya yang berwawasan regional, nasional maupun global. Lembaga Pendidikan bidang *fashion* secara ideologis selain merupakan inkubator dan pengembangan konservasi-inovasi teknologi, seni budaya dan profesionalisme pendidikan juga sebagai embrio potensi kreatif. Konsekuensinya dalam rangka pengembangan serta peningkatan kualitas akademis perlu adanya stimulasi, kondisi, dan lingkungan kreatif yang "mutual influence" dengan stakeholder. Sehingga Lembaga pendidikan *fashion* selain memiliki peluang untuk bekerjasama dengan pihak-pihak yang membutuhkan kreatifitas baik pemerintah maupun swasta juga berkesempatan untuk menjadi bagian langsung dari ekonomi kreatif. Dengan demikian pengelolaan lingkungan kampus selain sebagai proses belajar mengajar juga merupakan wadah interaksi, realisasi, dan pengembangan ide kreatif. Untuk

itu, diperlukan terobosan kreatif yang merangkum semua potensi yang dimiliki oleh Lembaga pendidikan *fashion*. Kesemuanya dapat diintegrasikan dengan program-program stimulatif tidak hanya bagi akademisi dan peserta didik tetapi juga masyarakat luas baik sebagai partner produktif maupun pengguna jasa kreatif.

Bidang pendidikan terkait erat dengan sumber daya manusia sebagai faktor kunci industri kreatif, maka aspek yang secara langsung perlu mendapat perhatian adalah proses belajar-mengajar. Perbaikan pengembangan ataupun perubahan baik pada perangkat keras maupun lunak pendidikan sepertinya sulit untuk dihindari terutama bila tidak ingin bermain pada tataran mediocore semata. Perlu disadari pula bahwa lembaga pendidikan tinggi salah satu visi dan misinya adalah sebagai agen perubahan (*agen of change*), realisasinya dapat diukur dari *out put* yang dihasilkan yakni hasil-hasil kreatifitas dan produktifitasnya, baik dibidang pendidikan, penelitian/pengkajian, maupun pengabdian masyarakat. Adanya Tri Dharma Perguruan tinggi yang substansi operasionalnya melalui Tri Karya Perguruan Tinggi yakni Institusionalisasi, Profesionalisasi dan transpolitisasi, menjadi semacam penegasan arah dalam menganalisis perubahan yang tidak pasti sehingga kecepatan perubahan yang terjadi harus dihadapi dengan belajar yang baik. Sedangkan peningkatan kompleksitas dan ketidakpastian dihadapi dengan kemampuan

menganalisis situasi secara logis dan memecahkan masalah secara kreatif.

Di luar prestasi, kompetensi, dan kapabilitas Pendidikan Tinggi di bidang fashion yang telah dicapai selama ini perlu kiranya upaya-upaya meningkatkan prestasi dengan mulai introspeksi dan otokritik. Hal ini dimaksudkan agar dapat menemukan kelemahan atau kekurangan yang perlu dilengkapi. Pendidikan Tinggi di Bidang *Fashion* sebagai inkubator kreator seyogyanya terus mengembangkan paradigma, konsep, serta ide kreatif, dengan selalu membuka diri untuk berinteraksi dengan lingkungan, teknologi, lintas ilmu dan perubahan zaman. Secara riil potensi kreatif telah dimiliki oleh Pendidikan Tinggi di bidang *fashion*, maka kebijakan dan sistem dari Lembaga menjadi faktor yang sangat penting bukan hanya sebagai pendukung tetapi bagaimana menjadikan potensi tersebut sebagai salah satu orientasi pendidikan. Pengembangan bidang keilmuan bidang studi maupun bidang saintifik harus terus dikembangkan karena sangat penting sebagai ruhnya pendidikan. Jika selama ini baru sebagaimana alumni pendidikan tinggi di bidang *fashion* yang berhasil dalam industri kreatif maka kenyataan itu dapat digunakan sebagai stimulan yang sangat bagus untuk direspon secara aktif oleh lembaga.

Ada beberapa definisi tentang kreatifitas yang dikemukakan oleh para ahli, ada yang menyebutkan bahwa kreatifitas adalah sebuah proses menghasilkan sesuatu yang "baru" bisa berbentuk gagasan atau obyek

(benda). Sedangkan Menurut Thomas Alfa Edison, kreatifitas itu terdiri dari 1% Inspirasi dan 99 % usaha sehingga tidak ada orang kreatif yang kerjanya hanya duduk-duduk tanpa berusaha. Dengan demikian kreatifitas harus dicapai dengan kerja keras. Pendapat lain mengatakan bahwa orang yang kreatif adalah yang dapat menemukan solusi sebuah permasalahan dengan berbagai cara atau cara baru. Adapula yang memahami bahwa, kreatif adalah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang atau sekelompok orang yang memungkinkan untuk menemukan terobosan-terobosan baru dalam menghadapi persoalan baru yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara yang baru atau unik. Artinya, kreatifitas bisa terjadi pada perseorangan atau sekelompok masyarakat baik akademis maupun non akademis dan seni ataupun non seni yang terkait erat dengan kebijakan serta kesepakatan akan sistem yang dianut.

Pada dasarnya, industri kreatif adalah industri yang bermuara pada intelektualitas, ide dan originalitas gagasan sumber daya manusia yang diperoleh dari kombinasi proses berfikir (kognitif) dan rasa estetik (emotif). Proses melahirkan sebuah ide kreatif terletak pada cara berfikir *divergent* yaitu membiarkan fikiran bercabang ke segala arah pada saat yang bersamaan. Dengan demikian dengan berfikiran kreatif, yang penting adalah banyak alternatif untuk menemukan sebuah jawaban terbaik. Ada asumsi lain yang mengatakan bahwa kreatifitas itu adalah sesuatu yang istimewa, namun bukan berarti

keaktifitas harus dapat melakukan sesuatu yang istimewa. Yang penting adalah ada yang dilakukan dan memberikan nilai manfaat yang tinggi bagi lingkungannya. Orang kreatif biasanya dimotifasi oleh dorongan untuk berhasil, bukan untuk mengalahkan yang lain. Dengan demikian kreatifitas tetap perlu distimuli oleh lingkungan secara berkesinambungan agar meraih pencapaian yang maksimal.

Salah satu tanggung jawab lembaga pendidikan adalah mencermati lingkungan dan kompetensi dasar yang dimiliki, mungkin saja lingkungan dinamis secara internal dapat diperoleh dari beberapa aspek yang dimiliki lembaga pendidikan di bidang *fashion* seperti pengembangan model pembelajaran, kegiatan kreatif terencana yang diselenggarakan mahasiswa atau dosen dalam rangka pendidikan menjalin interaksi dengan pihak eksternal dalam rangka mencari masukan dan pengalaman. Tentu dukungan infrastruktur sebagai bagian tak terpisahkan dari aktifitas kampus perlu mendapat prioritas. Intinya adalah bagaimana suasana kreatif tidak hanya berada dalam ruang tetapi juga di lingkungan dan masyarakat sekitar sebagai satu kesatuan pendidikan yang riil.

Pendidikan Berfikir kritis dan kreatif di Bidang Fashion

Pendidikan berfikir dan terpadu sangat diperlukan. Sebagai lembaga pendidikan di bidang *fashion* yang ingin berupaya membentuk *integrated*

profesional dengan mempertahankan bidang keilmuan, teknologi, seni, dan profesionalisme. Untuk mendukung hal tersebut, dibutuhkan suatu pendidikan berfikir kreatif yang terpadu. Rofi'uddin (2000:73-78) mengemukakan tiga aspek pokok yang harus diperhatikan dalam mengembangkan pendidikan berfikir yang efektif yaitu (1) Materi kurikulum harus mencakup topik-topik yang terdapat dalam berbagai mata kuliah, dapat mengembangkan kemandirian dan tanggung jawab, dapat menguasai teknik berfikir serta dapat mengembangkan kemampuan berfikir kritis dan kreatif. (2) Strategi belajar mengajar difokuskan pada pengolahan informasi pengonseptualisasian, pemecahan masalah dan pengambilan keputusan serta pengevaluasian informasi secara kritis dan kreatif. Model pengajaran dilakukan dalam 3 tahap yakni tahap kognitif, tahap asosiatif dan tahap otonomis. (3) Assesment difokuskan pada proses dan produk berfikir. Sedangkan materi pembelajaran pendidikan berfikir antara lain meliputi mengingat (*encoding, recalling*), mengorganisasi, menganalisis, menggeneralisasikan, mengintegrasikan, dan keterampilan mengevaluasi.

Di bidang *Fashion* kurikulum perancangan dapat diarahkan pada peningkatan penalaran (kognitif) yakni dalam menguraikan, menjabarkan, menganalisis, memecahkan masalah dan mengambil keputusan yang cepat dan tepat dengan pendekatan keilmuan, teknis dan estetis. Sedangkan untuk menunjang proses belajar mengajar dan

profesionalisme, pelaksanaan pendidikan dititikberatkan pada pengembangan kreatifitas, pengembangan wawasan keilmuan dan akademik, pembekalan dasar keahlian, Kesehatan dan Keselamatan Kerja di Industri, serta peningkatan ranah afeksi (*soft skills*) dan psikomotorik. Dalam perancangan di bidang *fashion* pelatihan berfikir kreatif merupakan hal sangat penting untuk merangsang munculnya gagasan baru. Hal ini disebabkan karena kreatifitas merupakan kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya baru, bermanfaat, dapat dimengerti (*under untandable*) dan dapat dibuat dilain waktu.

Cara kerja kreatif pada umumnya aktif mencari, yang ditandai dengan kelancaran, keluwesan, keorisinalan dan ketelitian. Berpikir kreatif adalah kemampuan berpikir berdasarkan data atau informasi yang tersedia, menemukan banyak kemungkinan jawaban terhadap suatu masalah, dimana penekanannya pada kuantitas ketepatan-guna, dan keragaman jawaban. Secara operasional, kreativitas dapat dirumuskan sebagai kemampuan berpikir atau memberi gagasan secara lancar, lentur, dan orisinal, serta mampu mengelaborasi suatu gagasan (Munandar, 2000). Kelancaran dalam berpikir disini adalah kemampuan dalam penyampaian gagasan secara cepat. sedangkan kelenturan (fleksibilitas) adalah mampu memberikan gagasan yang bebas, beragam, dan perseverasi. Orisinalitas dalam berpikir adalah kemampuan untuk memberikan gagasan yang secara statistik unik dan

langka untuk populasi tertentu dan kemampuan untuk melihat hubungan atau kombinasi-kombinasi baru antara macam-macam unsur atau bagian. Sedangkan kemampuan mengelaborasi adalah kemampuan untuk mengembangkan, merinci, dan memperkaya suatu gagasan (Utami Munandar dalam kiswando, 2000).

Hal yang sering terjadi ketika harus mengambil keputusan adalah menggunakan informasi yang ia miliki, dan itu hanya sebatas dalam angan-angan dan imajinasinya saja. Imajinasi mempunyai peranan penting untuk menerawang hal-hal baru yang belum diketahui karena perumusan-perumusan fakta melalui metode empiris hanya dapat mengungkapkan kenyataan objektif, sedangkan pengetahuan itu bagi kehidupan melewati dimensi personal yang mengandung unsur senang atau tidak senang, baik atau buruk, indah atau tidak indah, cinta atau benci, gembira dan sedih, identitas diri dan harga diri. Menurut Cropley (dalam Munandar, 2002). Keberbakatan merupakan gabungan antara kemampuan konvensional (ingatannya baik, berpikir logis, pengetahuan faktual kecermatan dan sebagainya) dan kemampuan kreatif (menciptakan gagasan mengenal kemungkinan-kemungkinan alternatif, melihat kombinasi yang tidak diduga, memiliki keberanian untuk mencoba sesuatu yang tidak lazim, dan sebagainya).

Pendidikan berfikir dengan pendekatan terpadu memang sangat diperlukan di dunia fashion, diperlukan suatu iklim yang kondusif yang memang

dikondisikan untuk merangsang kreatifitas misalnya bersifat terbuka, memberi kesempatan untuk mengembangkan gagasan (tidak membatasi imajinasi), menjalin suasana saling menghargai dan menerima, mendorong proses berfikir ke semua arah dan menghasilkan berbagai alternatif pemecahan dan proses berfikir untuk mencari jawaban tunggal yang paling cepat, keamanan dan kenyamanan berfikir eksploratif, dan memberi kebebasan dalam pengambilan keputusan. Selain ciri-ciri ranah efektif sebagai bagian dari perilaku kreatif (seperti penerimaan, partisipasi, dan penilaian atau penentuan sikap), pengembangan kognitif dan psikomotorik juga sangat penting. pada dasarnya setiap orang memiliki potensi kreatif, tetapi dibutuhkan kondisi-kondisi tertentu baik kondisi-kondisi eksternal (dari lingkungan dalam arti kata sempit dan luas, mencakup kondisi sosio kultural dan politis) maupun kondisi-kondisi internal (pribadi, dalam diri individu) agar dapat muncul, tumbuh dan terwujud menjadi karya-karya busana yang kreatif dan bermakna untuk individu maupun untuk masyarakat. Jadi, hasil kegiatan kreatifitas disini merupakan proses interaksi antara peserta didik dengan lingkungannya.

SIMPULAN

Pada dasarnya, industri kreatif bidang fashion adalah industri yang bermula pada intelektualitas, ide dan originalitas gagasan sumber daya manusia yang diperoleh dari kombinasi proses berfikir dan kreatifitas dalam merancang, dan memproduksi

fashion. Ada banyak metode dan pendekatan belajar mengajar bidang fashion yang dapat digunakan di Lembaga pendidikan Tinggi bidang *fashion*, misalnya metode berfikir dan kreatif dengan pendekatan terpadu. Tentu dukungan infrastruktur sebagai bagian tak terpisahkan dari aktifitas kampus perlu mendapat prioritas. Apapun pendekatan dan metodenya, yang penting adalah, pelaksanaan pendidikan dititikberatkan pada pengembangan kreatifitas, pengembangan wawasan keilmuan dan akademik, pembekalan dasar keahlian, Kesehatan dan Keselamatan Kerja di Industri, serta peningkatan ranah afeksi dan psikomotorik. jadi pelaksanaan proses belajar mengajarnya harus ada jaminan untuk menunjang kreatifitas dan profesionalisme yang didukung oleh lingkungan akademik yang kondusif.

Dengan demikian kreatifitas peserta didik tidak akan terbelenggu dan mati, bahkan harus dibina dan dikembangkan untuk mencapai hasil yang optimal, profesional, serta memiliki manfaat bagi masyarakat luas termasuk industri kreatif bidang fashion. yang operasionalnya dapat diwujudkan dalam program Tri Dharma Perguruan Tinggi.

REFERENSI

- Djohan Salim, 2008, industri Kreatif dan Pendidikan Tinggi Harian Kompas, edisi 2008
- Indra Yusuf, 2009, Pendidikan kreatif, thusda, 19 march, 09 :33

Munandar, 2000. *Belajar dan Mengajar Kreatif*, Jurusan Desain Interior FSD-UK Petra. Surabaya.

Munandar, SC Utami. 2002. *Kreatifitas dan Keberbakatan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rofi'uddin, Ahmad. 2000. *Model Pendidikan Berpikir Kritis-Kreatif untuk Siswa Sekolah Dasar*. Jurnal Bahasa dan Seni. Vol. 28, No. 1, (72-93). Malang: Universitas Negeri Malang.