APPLICATION OF DKV LEARNING TO INCREASE STUDENT CREATIVITY

Rizki Wiji Nugroho[1], Dyan Evita Santi [2]
[1]Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, [2] Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
[1] rizkinugroho_s2@untag-sby.ac.id, dyanevita@untag-sby.ac.id

Abstract

The industrial 5.0 is a concept that has fundamentally changed the way we live, work and relate to one another. Where creativity is needed in the industrial era 5.0 so that Communication Design learning is needed to increase creativity. Industry 5.0 is closely related to technology and culture. Visual Communication Design and animation is a branch of science that explores high creativity. conveying of messages, ideas or ideas that are manifested visually so that they can have an effect on those who witness them. Universities in Indonesia are currently opening many DKV departments or study programs with animation funds, this is based on the enthusiasm of the public to see career opportunities in the world of creative industries. Visual communication design

Keywords : *Industry 5.0, Visual Communication Design (DKV), Creativity*

Abstrak

Pada era industri 5.0 merupakan konsep yang secara fundamental merubah cara kita hidup, bekerja, dan berhubungan dengan satu yang lain. Dimana kreativitas sangat dibutuhkan di dalam era industri 5.0 sehingga pembelajaran Desain Komunilasi sangalah dibutukan untuk meningkatkan kreativitas. Industry 5.0 kental hubunganya teknologi dan budaya. Desain Komunikasi Visual dan animasi merupakan salah satu cabang ilmu yang menggali kreativitas tinggi. Penyampaian pesan, ide, atau gagasan yang di wujudkan secara visual sehingga dapat memberikan efek kepada yang menyaksikannya. Perguruan tinggi di Indonesia saat ini banyak membuka jurusan atau program studi DKV dana animasi, hal ini didasari karena antusias masyarakat melihat peluang berkarir didunia industry kreatif. Desain komunikasi visual

Kata Kunci: *Industri 5.0, Desain Komunikasi Visual (DKV), Kreativitas*

A. Pendahuluan

Dalam era industry 5.0 ini diperlukan manusia yang berkualitas atau yang mampu menghadapi tantangan dan memecahkan masalah-masalah yang semakin beragam dan rumit. Menentukan apa yang disebut sebagai manusia yang berkualitas tidaklah mudah, karena tidak dapat dipungkiri bahwa, kesejahteraan dan kejayaan masyarakat dalam negara kita bergantung pada sumbangan kreatif, berupa ide-ide baru dan penemuan-penemuan baru dari anggota masyarakat (Rofiq

& Nasrodin, 2022). Kreativitas memungkinkan manusia untuk dapat meningkatkan kualitas hidupnya.

Era global adalah era dimana ide dan kreatif yang bersinergi dengan teknologi dan budaya sehingga sehingga menghasilkan sebuah nilai baru kepada kehidupan masyarakat. Sinergi antara ide, kreatif, budaya dan pemanfaatan teknologi akan memberikan dampak perekonomian (Faishol et al., 2021; Rofik & Khamainy, 2021). Desain Komunikasi Visual dan animasi merupakan salah satu cabang ilmu yang menggali kreativitas tinggi. Penyampaian pesan, ide, atau gagasan yang diwujudkan secara visual sehingga dapat memberikan efek kepada yang menyaksikannya (Faishol & Mashuri, 2022; Hayati & Harianto, 2017). Perguruan tinggi di Indonesia saat ini banyak membuka jurusan atau program studi DKV dana animasi, hal ini didasari karena antusias masyarakat melihat peluang berkarir di dunia industry kreatif.

Desain komunikasi visual (DKV) merupakan cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media dengan memanfaatkan elemen-elemen visual ataupun rupa untuk menyampaikan pesan untuk tujuan tertentu (tujuan informasi ataupun tujuan persuasi yaitu mempengaruhi perilaku). Banyak hal-hal mendasar yang dipelajari di program studi DKV. Mengembangkan bentuk bahasa visual (bermain gambar), mengolah pesan (bermain kata) keduanya untuk tujuan sosial maupun komersial, dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada kelompok lainnya. Visual berwujud kreatif dan inovatif, sementara inti pesan harus komunikatif, efisien dan efektif saling mendukung agar tersampaikan dengan baik pada sasaran.

Di dalam kontek pemecahan masalah, kreativitas juga dapat disebut sebagai kecerdasan kreatif (creative intelligence) Kemampuan untuk menghasilkan gagasan baru yang menarik dan bernilai bagi pemecahan suatu masalah (Buzan, 2004). Menurut (Suharnan, 2005) gagasan dan aktivitas yang terus mengalir di sepanjang hidup orang-orang kreativ itu sering disebut *resourcefulness.* Jika dilihat dari segi sikap pribadi, kreativitas dapat berarti keluwesan wawasan dan pandangan seseorang. Sikap kreativ akan tercemin di dalam keluwesan atau fleksibilitas seseorang di dalam memandang, mendekati atau menghadapi berbagai macam permasalaha, perilaku orang lain, dan situai

Menurut (Munandar, 1992) menjelaskan bahwa kualitas manusia tidak sama dengan kualitas penduduk, kualitas perorangan (individual), yakni berkaitan dengan sifat-sifat yang langsung melekat pada diri manusia. Menurut (Munandar, 1999) selanjutnya, ada empat ciri kualitas manusia sebagai keluaran yaitu Kreativitas produktivitas, disiplin/etika kerja dan kemandirian/identitas diri. Kreatitivitas juga sering dikaitkan dengan kemampuan seseorang untuk mencari

berbagai alternative baik dalam bentuk pemikiran, pendekatan masalah, ataupun aktivitas. Seolah-olah orang kreatif tidak pernah kehilangan akal untuk menghasilkan gagasan-gagasan baru atau aktivitas-aktivitas yang menarik belum perna dilakukan dan menemukan sasaran baru yang diinginkan.

Melihat tantangan yang dihadapi generasi muda di masa yang akan datang, maka Kreativitas sebagai salah satu ciri kualitas perorangan semakin penting diperhatikan dan dikembangkan. Maka sangatlah penting pendidikan DKV untuk meningkatkan kreativitas siswa demi kesiapan era global yang semakin cepat dalam perkembanganya

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kepustakaan atau *literatur review*. Menurut (Sugiyono, 2017) studi kepustakaan merupakan kajian teoritis dan referensi yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan tema penelitian yang dilakukan. Pencarian referensi literatur nasional dan internasional diperoleh dari database *google scholar*, portal garuda, *research gate*, *open knowledge maps*, dan *springer link*.

Dalam proses mencari literatur yang sesuai dengan tema penelitian, peneliti menggunakan kata kunci "kreativitas", "Penerapan pembelajaran DKV meningkatkan kreativitas ", "*early childhood creativity*", dan "Desain Komunikasi Visual". Dari pencarian literatur tersebut, peneliti mengambil artikel yang terbit di tahun 2017 hingga 2022. Artikel yang sudah terkumpul kemudian di *review* dan dikelompokkan sesuai dengan tema kajian.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual (DKV) merupakan cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi memalui berbagai media yang dapat berupa gambar, tatanan huruf, video, dan media interaktif, dan media visual lainya agar gagasan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, lebih menarik, atau sesuai dengan kebutuhan lainya ketika diterima oleh penerima pesan . sebelum dikenal dengan sebutan desain komunikasi visual, bidang ini disebut sebagai desain grafis. Namun seiring perkembangan zaman jangkauan istilah desain grafis yang hanya berorientasi pada gambar dianggap semakin kurang relevan, menimbang semakin beragamnya media yang digunakan pada bidangnya, seperti billboard video, website, media interaktif, dll.

Istilah DKV muncul ketika desain grafis semakin intensif bersentuhan dengan teknologi digital. Perkembanhgan teknologi yang semakin pesat

memperngaruhu tumbuhnya kebutuhan desain baru yang tidak hanya diaplikasikan pada media cetak atau statis. Melainkan merambah juga pada media informasi dan media interaktif digital yag membutuhkan keterampilan bidan komunikasi visual secara umum

2. Kreativitas

Kreativitas adalah suatu aktivitas kognitif yang meenghasilkan cara-cara baru dalam memandang suatu masalah atau situasi. Lebih lanjut Solso Menegaskan bahwa kreativitas tidak terbatas pada menghasilkan hal-hal baru yang bersifat praktis, tetapi boleh jadi hanya merupakan suatu gagasan baru. Menurut Evans (1991) mengkaitkan kreativitas dalam bidang ilmu manajemen dan pembuatan keputusan (Suharnan, 2005). Evans memberikan defenisi kreativitas sebagai kemampuan menemukan hubungan-hubungan baru, melihat pokok permasalahan dalam prespektif yang baru, dan membentuk kombinasi baru dari konsep-konsep yang sudah ada di dalam pikiran.

(Csikszentmihalyi, 1997) kreativitas didefinisikan sebagai setiap tindaka, gagasan (ide) atau hasil karya (produk) yang mengubah kawasan (domain) yang telah ada atau mentransformasikan kawasan yang telah ada untuk menjadi suatu kawasan baru. Sumber-sumber kemampuan seseorang dan aktivitas yang berpotensi besar untuk melahirkan gagasan-gagasan baru. Akan tetapi potensi kreativitas yang di miliki seseorang belum tentu teraktualisasikan dalam bentuk perilaku yang dapat mengahsilkan karya-karya baru yang berguna bagi lingkungan. Namun kreativitas harus memiliki aspek yang baru, apakah berupa gagasan, pemikiran, aktivitas, tindakan ataupun hasil karya dan juga memiliki aspek nilai kegunaan. Dengan demikian kreativitas dapat dipahami sebagai proses berpikir untuk menghasilkan gagasan-gagasan baru, atau karya-karya baru yang berguna bagi penyelesaian masalah atau lingkungan .

Secara singkat dapat ditegaskan bahwa ada dua ciri pokok yang melekat pada pemahaman tentang kreativitas atau berpikir kratif yaitu”baru” dan “berguna”. Keduanya dapat disebut sebagai kata kunci bagi kreativitas, terlepasdari apapun yang menjadi objek atau bidang kreativitas.

3. Pengenalan Desain Komunikasi Visual dan Animasi Dalam Dunia Industri Untuk Pelajar Sekolah Menengah Atas

Kegiatan sosialisai ini terdiri dari 2 narasumber yang merupakan praktisi Akademisi dalam dunia desain komunikasi visual dan animasi . Pemaaparan materi dan tanya jawab dilakukan dalam waktu 2,5 jam, peserta yang mendaftar kurang

lebih 560 peserta dan yang hadir 508 peserta, semua siswa sekolah menengah atas dan sekolah menengah kejuruan yang tersebar di seluruh Indonesia

Desain komunikasi visual adalah profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan baik hal yang menyangkut komunikasi, media, citra tanda maupun nilai. Desain komunikasi visual juga mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi dan pesan, teknologi percetakan, penggunaa teknolgi multimedia dan teknik persuai pada masyarakat (Sachari, 2004).

Dilanjutkan dengan pemaparan mengenai animasi dalam dunia industri, diawali dengan dasar animasi dan penerapan animasi dalam dunia industri kreatif. Pemateri melanjutkan pemaparanya dengan memberikan contoh animasi yang sedang tren saat ini untuk menarik minat peserta dan menjelaskan bagai mana proses animasi tersebut dibuat. Faktor visual dan audio menjadi sangat penting dalam animasi terutama faktor visual yang lebih dominan dalam mengkomunikasikan sebuah gagasan. Mata manusia menjadi sarana utaman bagi manusia mengenal dan berhubungan dengan lingkungan sekitarnya, hal ini dipengaruhi karena mata manusia langsung terhubung dengan system otak. Otak manusia memiliki kemampuan merekam objek visual 1/50 detik yang direkam oleh mata, sehingga memungkinkan penglihatan kasat mata dapat menangkap gerak visual yang muncul. Penglihatan manusia yang terhubung langsung dengan otak, dapat membentuk image atau citra terhadap sebuah objek tanpa memerlukan penafsiran. Dalam proses belajar, peserta belajar dapat langsung memahami maksud yang disampaikan, proses komunikasi berlangsung jika seseorang mendapatkan pesan jika sudah mengetahui referensinya sebelum mendapatkan pesan tersebut sehingga pesan tersebut dapat ditafsirkan.

Dengan menggunakan komunikasi visual seseorang dapat mendapatkan referensinya pada saat proses pemahaman makna berlangsung (Aziz, 2019; Fauzi et al., 2022). Keterkaitan animasi dan keilmuan desain komunikasi visual sangat erat, sehingga proses penyampaian pesan, ide atau gagasan dapat berjalan dengan baik dan memberikan kesan. Banyak hal yang bisa dipelajari dalam dunia DKV, salah satunya animasi. Program pengabdian ini bertujuan untuk mengenalkan siswa SMA dan SMK tentang dunia DKV dan ilmu animasi di dunia industri. Materi yang disampaikan meliputi pengetahuan dasar DKV, animasi dan kesempatan kerja.

4. Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam dunia Desain Grafis (Muhammad Ghoyyas Royhan1, Dhevin Kawistoro Ngabekti2)

Desain komunikasi visual adalah desain yang berfungsi mengkomunikasikan informasi dan pesan yang ditampilkan secara visual. Desainer komunikasi visual

berusaha untuk mempengaruhi para audiens, mereka berusaha agar kebanyakan orang dalam *target group* (sasaran) tersebut memberikan respon positif dari pesan visual oleh Desainer komunikasi visual. Oleh karena itu desain komunikasi visual harus persuasif, komunikatif, estetis, fungsional dan dimengerti oleh *target group* (sasaran) tersebut. Seorang desainer komunikasi visual yang professional harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang luas tentang desain komunikasi visual.

Membuat ide-ide kreatif dan memunculkan inovasi terbaru seiring berkembangnya teknologi, desainer komunikasi visual membuat karya desain grafis untuk mencapai tujuan, jadi karya yang telah dibuat memiliki makna serta target sasaran. Selain visualisasi dan bakat yang baik dalam desain komunikasivisual, desainer komunikasi visual juga harus mempunyai kemampuan untuk menganalisa suatu masalah, mencari solusi masalah tersebut dan mempresentasikan secara visual. Untuk dapat berkomunikasi secara visual, seorang desainer menggunakan elemen-elemen untuk menunjang desain yang dibuat. Elemen-elemen yang sering digunakan dalah desain komunikasi visual antara lain adalah, tipografi, ilustrasi dan fotografi. Elemen-elemen ini bias digunakan sendiri-sendiri, tetapi juga bias digabungkan dan bias menjadi karya desain komunikasi visual.

Sebagai desainer komunikasi visual harus meminimalisir kejadian yang dapat memberikan dampak negatif kepada masyarakat, dan semua masyarakat juga ikut serta berkontribusi agar terciptanya lingkungan yang aman dan nyaman. Pengertian mengenai plagiarisme telah di terangkan dari banyak sumber, plagiarisme berasal dari bahasa latin "*plagiare*" yang artinya mencuri dan menurut kamus besar bahasa indonesia singkat nya plagiarisme berarti penjiplakan yang melanggar hak cipta. Menurut Lindsey, plagiat adalah tindakan menjiplak ide, gagasan atau karya orang lain untuk diakui sebagai karya sendiri atau menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumbernya sehingga menimbulkan asumsi yang salah atau keliru mengenai asal muasal dari suatu ide, gagasan atau karya (Budi, 2011).

Dalam kata lain jika mengarah pada dunia desain komunikasi visual plagiarisme mengacu pada mencuri karya seseorang dan menyatakannya sebagai milik individu tertentu tanpa adanya atribusi dan apresiasi kepada pemilik orisinil. Dengan terbiasa melakukan praktik plagiarisme ini desainer menjadi tidak terlatih, menjadi terlalu bergantung terhadap karya orang lain yang mengarah kepada malasnya desainer dalam mencari ide dan kreatifitas yang meredup.

D. Simpulan

Desain Komunikasi Visual merupakan suatu bidang baru yang sedang dan akan terus berkembang. Dalam era globalisasi ini peran Desain Komunikasi Visual

tidak terlepas dari kehidupan manusia sehari-hari dan menjadi sangat penting. Manusia dengan kesibukan sehari hari yang menyita sebagian besar waktunya, cenderung mengutamakan efektivitas. Efektivitas dapat dicapai dengan mengkomunikasikan suatu informasi atau pesan secara visual. Seiring dengan majunya tingkat kecerdasan manusia, banyak diantara kita yang memiliki kecenderungan dan "fasih" dalam bervisualisasi, sehingga mempermudah tujuan dan fungsi dari

Desain Komunikasi Visual itu sendiri yaitu sebagai sarana identifikasi, sarana informasi dan instruksi, dan sarana presentasi dan promosi. Desain sendiri adalah suatu evolusi. Untuk sebagian orang, desain merupakan suatu perjalanan atau proses yang menyenangkan. Apa yang kita pikirkan dalam proses itu bercerita tentang diri kita dan proses kreatifitas. Selain itu, mengajarkan kita bagaimana sebuah desain yang berhasil lahir dari berbagai proses mencoba dan gagal (*trial and error*). Pada akhirnya, hasil dari desain itulah yang tentunya mendapatkan pengakuan, tetapi prosesnya yang membuat hasil itu menjadi berarti.

Daftar Rujukan

Aziz, Z. (2019). Fluxus Animasi dan Komunikasi di Era Media Baru Digital. *Channel Jurnal Komunikasi*, *7*(1), 49–58.

Budi, H. S. (2011). *Plagiarisme: pelanggaran hak cipta dan etika*. Kanisius.

Buzan, T. (2004). *Sepuluh cara jadi orang yang jenius kreatif*.

Csikszentmihalyi, M. (1997). Flow and the psychology of discovery and invention. *HarperPerennial, New York*, *39*, 1–16.

Faishol, R., & Mashuri, I. (2022). The Concept of Learning Media in the Perspective of the Qur'an and Al-Hadith. *Journal of Islamic Education Research*, *3*(2), 129–148. https://doi.org/10.35719/JIER.V3I2.244

Faishol, R., Masruroh, F., Meliantina, M., & Rohmah, K. (2021). PENDAMPINGAN INOVASI PRODUK KESET KAKI KAIN PERCA UNTUK MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE DI DESA. *ABDI KAMI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 241–251. http://ejournal.iaiibrahimy.ac.id/index.php/Abdi_Kami/article/view/754

Fauzi, A., Mashuri, I., & Priwanto, D. A. (2022). PENGARUH METODE CARD SORT TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA KELAS VII E PADA MATA PELAJARAN AL-

QUR'AN HADITS DI MTS KEBUNREJO GENTENG. *INCARE, International Journal of Educational Resources*, *3*(3), 308–321. http://ejournal.ijshs.org/index.php/incare/article/view/471

Hayati, N., & Harianto, F. (2017). Hubungan Penggunaan Media Pembelajaran Audio Visual dengan Minat Peserta Didik pada Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SMAN 1 Bangkinang Kota. *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, *14*(2), 160–180. https://doi.org/https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2017.vol14(2).1027

Munandar, U. (1992). Mengembangkan Bakat Dan Kreativitas Anak Sekolah Jakarta: PT. *Gramedia Widiasarana Indonesia*.

Munandar, U. (1999). Kreativitas dan Keberbakatan. *Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama*.

Rofik, M., & Khamainy, A. H. (2021). PELATIHAN PENGGUNAAN PLATFORM E-COMMERCE GUNA MENARIK MINAT SISWA BERWIRAUSAHA (PELATIHAN BAGI SISWA KELAS 3 MA ASWAJ. *ABDI KAMI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 127–136. http://ejournal.iaiibrahimy.ac.id/index.php/Abdi_Kami/article/view/707

Rofiq, A., & Nasrodin, N. (2022). PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI USAHA PENGOLAHAN KERIPIK SINGKONG DALAM MENCIPTA LAPANGAN KERJA PADA MASA PANDEMI DI DUSUN RAYUD DESA PARIJATAH KULON KECAMATAN SRONO KABUPATEN BANYUWANGI. *AT TAMKIN : Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, *2*(1), 28–39. https://www.ejournal.iaiibrahimy.ac.id/index.php/attamkin/article/view/1633

Sachari, A. (2004). Pengantar Metode Penelitian. *Budaya Rupa. Jakarta: Erlangga*.

Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN PENDEKATAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA.

Suharnan, S. (2005). Kreativitas: Teori dan pengembangan. *Surabaya: Laros. Laros*.