

INSTABILITAS MAKNA DESAIN PRODUK

Sumartono
Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta
Jalan Parangtritis Km 6,5 Yogyakarta - 55188
tono2maret@yahoo.co.id

Abstract

'Product design' is arguably a prestigious term. Product design is widely discussed in the world and designer is a very important profession in all countries. However, ontologically speaking, product design is a term which meaning is instable. This is actually very interesting and challenging because it makes product design an expansive field, intervening products making, both that which uses hand (handcraft) and that which uses modern rechnology. Besides, product design also intervenes research activity, especially Participatory Action Research (PAR) or empowerment research where common people participate in the research process.

Keywords: *product design, instability, meaning*

Abstrak

'Desain produk' adalah sebuah istilah yang bergengsi. Desain produk dibicarakan secara luas di dunia dan desainer produk adalah sebuah profesi yang sangat penting di semua negara. Meskipun begitu secara ontologis desain produk adalah sebuah istilah yang tidak stabil maknanya. Instabilitas (ketidakstabilan) makna ini justru sangat menarik dan menantang karena menjadikan desain produk sebagai sebuah bidang yang ekspansif, mengintervensi pembuatan produk, baik yang menggunakan tangan (kerajinan tangan) maupun yang menggunakan teknologi modern. Selain itu, desain produk juga mengintervensi kegiatan penelitian, terutama *Participatory Action Research (PAR)* atau penelitian pemberdayaan di mana masyarakat umum berperan serta dalam proses penelitian.

Kata kunci: desain produk, instabilitas, makna

Pendahuluan

Desain produk adalah sebuah istilah yang tidak stabil maknanya. Tulisan ini membahas tentang instabilitas (ketidakstabilan) makna desain produk. Instabilitas makna desain produk mengandung pengertian bahwa desain produk tidak bisa didefinisikan secara pasti, demikian juga lingkup bidang ini dan lingkup jenis produk yang termasuk dalam bidang ini. Hal ini wajar saja karena secara dekonstruktif setiap istilah (demikian juga setiap kata atau konsep) selalu mengandung instabilitas makna. Apa yang dinamakan 'makna transendental' (makna yang sepenuhnya jelas) dari setiap istilah (juga setiap kata atau konsep) tidak pernah ada.

Instabilitas makna desain produk sebetulnya menguntungkan karena justru membuat bidang ini bersifat ekspansif, mengintervensi pembuatan produk yang menggunakan tangan maupun produk yang menggunakan teknologi modern. Selain itu, desain produk juga mengintervensi kegiatan penelitian, terutama penelitian yang menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)*, sebuah penelitian pemberdayaan (*empowerment*) di mana masyarakat berperan serta dalam proses penelitian.

Ekspansi di Bidang Perancangan

Instabilitas makna desain produk menjadikan desain produk berekspansi ke bidang-bidang perancangan lain. Sebagai contoh, tidak jarang sebuah pameran yang di dalam katalognya disebut sebagai pameran desain interior, ternyata pameran tersebut tidak lain hanyalah pameran produk-produk furnitur. Secara faktual tentu saja produk-produk furnitur ini adalah bagian dari wilayah desain produk.

Desain produk kadang-kadang dibedakan dari desain industrial (*industrial design*). Para pakar desain pun berbeda pandangan dalam memaknai hal ini. Sebagian pendapat menyatakan bahwa dalam desain industrial produk dibuat dalam jumlah banyak (*mass production*), tetapi sebagian yang lain, misalnya Norman Locking (1991: 28) menyatakan bahwa dalam desain produk dan desain industrial, produk sama-sama bisa dibuat dalam jumlah banyak. Dalam kenyataan desain produk lebih ekspansif karena bisa menyangkut produk apa saja, baik produk yang dibuat dalam jumlah banyak menggunakan mesin, dan sepenuhnya seragam (misalnya mobil), atau dalam jumlah sedikit, menggunakan tangan, dan relatif seragam (misalnya keramik yang dibuat dengan tangan). Locking membagi bidang desain menjadi dua, yaitu desain

produk dan desain lingkungan/desain ruang. Desain produk terdiri dari: desain produk, desain industrial, desain furnitur, desain keramik dan gelas, perhiasan dan kerajinan perak, dan desain kemasan. Desain lingkungan/desain ruang terdiri dari: desain interior, desain teater dan perlengkapan panggung, desain pameran, dan pajangan (1991). Dalam pembagian di atas Locking memaparkan bahwa lingkup desain produk lebih luas daripada desain industrial dan desain industrial disebut menjadi bagian dari desain produk. Bahkan dalam pembagian di atas istilah desain produk disebut dua kali, satu sebagai bidang yang memayungi dan satunya lagi sebagai salah satu bidang yang dipayungi.

Instabilitas istilah desain produk juga memungkinkan digunakannya istilah ini untuk menyebut dua jenis produk yang dibuat secara berbeda, satu dibuat dengan menggunakan kerajinan tangan dan satunya lagi dibuat dengan menggunakan mesin modern. Gambar 1 memperlihatkan figur pegulat tradisional Jepang (*sumo*) yang dibuat dalam jumlah banyak menggunakan kerajinan tangan dan Gambar 2 memperlihatkan mobil Toyota yang dibuat dalam jumlah banyak menggunakan mesin modern. Meskipun ciri keduanya berbeda, figur sumo dan mobil Toyota yang dicontohkan di sini bisa dianggap sebagai desain produk; keduanya diproduksi dalam jumlah banyak.



Gambar 1

Figur-figur pegulat tradisional Jepang (*sumo*); tanah liat dibentuk dengan cetakan, Kasongan, Yogyakarta (sumber foto: <http://www.gudeg.net>)

Instabilitas makna desain produk juga terlihat jelas jika istilah 'desain produk' di-dekonstruksi (dibongkar) maknanya. Pembongkaran makna ini justru membuat makna desain produk menjadi ekspansif. Jacques Derrida, seorang tokoh strategi dekonstruksi yang sangat berpengaruh di

dunia, menyatakan bahwa proses dekonstruksi dimulai dengan mendekonstruksi (membongkar) logosentrisme (Brunette and Wills, 1994). Logosentrisme adalah semua bentuk pemikiran yang didasarkan pada anggapan tentang adanya kebenaran pasti yang telah menjadi ciri pemikiran dan filsafat Barat sejak Plato. Logosentrisme juga disebut metafisika kehadiran (*metaphysics of presence*), yaitu pandangan yang mempercayai kehadiran makna sesuatu secara penuh. Dalam perspektif semiotika, ini adalah pandangan yang mempercayai adanya petanda transendental (*transcendental signified*), adanya makna akhir dari sebuah tanda yang tidak bisa dimaknai lagi. Derrida menganggap hal ini sebagai pandangan yang keliru dan pemaknaan sebuah tanda tidak akan pernah berakhir, berlangsung terus. Oleh karena itu pemaknaan istilah desain produk akan berlangsung terus. Akhir-akhir ini juga muncul pendapat bahwa *website* dalam internet dapat dikategorikan sebagai karya desain produk.



Gambar 2

Mobil Toyota yang dibuat dalam jumlah banyak dan seragam

(Sumber foto: www.carreview.com)

Dalam bukunya berjudul *Deconstructing Product Design* (Membongkar Desain Produk), William Lidwell dan Gerry Manasca (2011) memasukkan berbagai jenis produk ke dalam wilayah desain produk. Buku ini berisi banyak contoh produk, dari yang sederhana hingga yang rumit. Produk-produk ini antara lain adalah jam tangan, telpon seluler, kursi, ceret, vacuum cleaner, pena tulis, termometer, tempat garam/merica, lampu senter, sepatu, botol sabun cuci, kunci sepeda, tempat sampah, boneka, *mouse*. Jelaslah di sini bahwa istilah desain produk bersifat ekspansif, menyangkut sangat banyak produk.

Ekspansi di Bidang Penelitian Partisipatori

Penelitian tindakan partisipatori atau *Participatory Action Research* (PAR) adalah metode penelitian terapan. Metode ini bisa diterapkan dalam penelitian desain produk. Kelahiran metode penelitian tindakan partisipatori bersumber dari metode penelitian tindakan atau *Action Research* (AR). Metode penelitian tindakan berkembang lebih dulu daripada metode penelitian tindakan partisipatori. Metode penelitian tindakan lebih banyak digunakan dalam dunia pendidikan, sementara itu metode penelitian tindakan partisipatori digunakan untuk pemberdayaan masyarakat. Penelitian tindakan dipelopori oleh Kurt Lewin, orang yang juga dianggap berjasa dalam membentuk disiplin psikologi sosial. Dia mengembangkan penelitian tindakan dengan alasan penelitian dasar hanya menghasilkan pengetahuan analitis dan berorientasi pemahaman. Dia menganjurkan penelitian yang menghasilkan pengetahuan, yaitu pengetahuan yang bisa digunakan sebagai dasar untuk melakukan tindakan (Lawson et al., 2015). Dalam penelitian desain produk, penelitian tindakan partisipatori lebih populer dibandingkan dengan penelitian tindakan.

Briggs (1989), sebagaimana dikutip oleh Cornwall (1995: 1669), membagi partisipasi atau peran serta menjadi empat: (1) kontraktual: orang-orang dikontrak ke dalam proyek peneliti 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 setempat bekerja bersama pada proyek yang dirancang, diprakarsai, dan dikelola oleh peneliti, (4) kolegiat: peneliti dan orang-orang setempat bekerja bersama sebagai kolega kolega dengan keterampilan berbeda untuk diikutsertakan dalam proses pembelajaran bersama di mana orang-orang setempat mengambil kendali proses.

Semua bentuk partisipasi di atas bisa dimanfaatkan dalam penelitian tindakan partisipatori di bidang desain produk. Satu hal tidak boleh dilupakan bahwa bagaimanapun juga penelitian tindakan partisipatori tidak bisa dilepaskan dari konteks sosial dan politik. Ketika peneliti harus melakukan kolaborasi dengan orang-orang setempat, pastilah dia harus memilih siapa saja yang akan diikutsertakan dalam kegiatan partisipatif tersebut. Ketika jumlah anggota masyarakat yang hidup di lokasi penelitian banyak jumlahnya, maka pemilihan partisipan tidaklah mudah, jadi harus dilakukan dengan hati-hati dan tepat agar tidak menimbulkan prasangka. Oleh karena itu penelitian tindakan partisipatori dalam bidang desain produk harus menghasilkan pengetahuan praktis yang bisa diakses oleh masyarakat yang diberdayakan.

Dibandingkan dengan cabang-cabang desain yang lain seperti desain komunikasi visual dan desain interior, desain produk lebih tepat digunakan dalam penelitian tindakan partisipatori. Penelitian tindakan partisipatori dalam desain produk mampu memberdayakan masyarakat kecil yang semula tidak bisa membuat produk kerajinan tangan menjadi bisa membuat produk tersebut. Pada proses selanjutnya masyarakat kecil bisa ditransformasikan dari sekadar mampu membuat produk-produk kerajinan tangan menjadi mampu membuat produk-produk kerajinan tangan lebih kreatif yang statusnya seperti desain produk (lihat Gambar 1) karena bisa diproduksi secara massal.

Seperti dicontohkan di kota Yogyakarta, baru-baru ini sejumlah rakyat kecil tanpa memiliki keterampilan kerajinan sebelumnya berhasil dilatih untuk menjadi pengrajin yang terampil. Tetapi karena ini hanya didasarkan pada alasan komersial (ekspor produk-produk kerajinan ke luar negeri) dan dorongan dari pemerintah daerah (dengan kekuatan mereka untuk mengendalikan masyarakat kecil), para pengrajin hanya dilatih untuk menguasai keterampilan membuat produk kerajinan biasa. Tentu saja kegiatan ini tidak cukup karena mereka diperlakukan seperti mesin. Penelitian tindakan partisipatori dalam desain produk harus lebih ekspansif, tidak hanya menjadikan rakyat kecil mampu membuat produk-produk kerajinan tangan biasa tetapi menjadikan mereka memiliki kreativitas dalam desain produk. Selain itu secara bersamaan rakyat kecil juga harus dididik agar memiliki: kesadaran akan hak-hak individu mereka, kebanggaan terhadap komunitas mereka dengan identitasnya sendiri, lingkungan yang lebih baik dan aman, dan literasi politik. Tanpa ini, status mereka sebagai mesin tidak akan pernah berubah.

Ada contoh kisah sukses bagaimana orang-orang biasa diberdayakan tidak hanya untuk memiliki kreativitas dalam desain produk tetapi juga untuk memiliki kesadaran akan hak-hak individu mereka, kebanggaan terhadap komunitas mereka dengan identitas mereka sendiri, lingkungan yang lebih baik dan aman, dan literasi politik. Ini adalah kisah sukses sudah dimulai sejak sekitar lima puluh tahun yang lalu namun merupakan kisah langka tentang orang biasa yang tinggal di Desa Kasongan, Yogyakarta. Tetapi keberhasilan ini bukan hasil dari penelitian tindakan partisipatori yang dilakukan oleh peneliti universitas tetapi hasil dari pemberdayaan yang dilakukan oleh seorang seniman, yaitu Supto Hudoyo, yang tinggal di Yogyakarta. Pada 1970-an ia mulai memberdayakan rakyat kecil non-pengrajin dengan mendorong mereka untuk membuat produk kerajinan kreatif bersama para pengrajin terampil yang sudah ada sebelumnya. Dalam perkembangan selanjutnya, mereka tidak hanya memiliki

keaktivitas dalam desain produk tetapi juga memiliki kesadaran akan hak-hak individu mereka, kebanggaan terhadap komunitas mereka dengan identitasnya sendiri, lingkungan yang lebih baik dan aman, dan literasi politik (Gambar 3).



Gambar 3

Masyarakat Desa Kasongan yang telah diberdayakan

(sumber foto: <http://www.images.co.kontan.id>)

Istilah desain produk adalah juga lebih ekspansif daripada istilah desain industri. Lihat misalnya perkembangan apa yang disebut ‘desain partisipatori’ (*participatory design*) atau ‘desain peran-serta’. Berbeda dengan penelitian tindakan partisipatori yang bertujuan memberdayakan masyarakat, desain partisipatori bertujuan memberdayakan pengguna desain berdasarkan pengalaman pengguna (*user experience*). Beberapa pemikir desain partisipatori seperti Pieters Jan Stappers dan Froukje Sleeswijk Visser telah menjelaskan bagaimana mereka telah mengembangkan teknik pemetaan konteks (*contextmapping*) untuk memetakan konteks-konteks yang berkaitan dengan pengalaman pemakai desain dalam rangka menciptakan desain yang jauh lebih bagus. Banyak pendukung ide desain partisipatori yang mengaitkan desain partisipatori dengan desain industri. Tetapi karena sifatnya yang ekspansif, dewasa ini desain produk juga telah memasuki wacana desain partisipatori menyaingi desain industri. Inilah yang membedakan desain produk dan desain industri; kalau desain industri lebih berkuat di lingkungan industri modern, desain produk bisa ke sana dan kemari, sesuai dengan sifat ekspansifnya. Desain produk bisa berada di wilayah desain modern, sebagaimana desain industri, dan bisa juga berada di wilayah kerajinan tradisional yang bisa diberdayakan ke arah desain produk.

Produk berteknologi modern juga tidak sepenuhnya bisadiklaim masuk ke dalam wilayah desain industri. Para insinyur mobil, misalnya, dewasa ini mereka juga semakin memahami peran

penting emosionalitas manusia dalam proses perancangan sebuah mobil. Sebagai contoh adalah mobil Mazda Miata. Kesuksesan pemasaran mobil ini ternyata didasarkan pada teknik analisis perancangan yang disebut *Kansei Engineering* (KE atau Rekayasa Kansei). Teknik analisis yang ditemukan oleh Profesor Mitsuo Nagamachi dari Universitas Hiroshima ini merupakan teknologi perancangan produk yang prosesnya melibatkan penelitian terhadap perasaan emosional pengguna (*user*) ketika menghadapi sebuah produk. Teknik ini serupa dengan ‘diferensial semantik’, sebuah teknik analisis yang digunakan untuk “pengukuran makna”, yaitu pengukuran data berupa pernyataan-pernyataan subjektif (termasuk emosi) pengguna menyangkut produk yang mereka gunakan.

Perkembangan diferensial semantik bertolak dari bidang semantik psikologis dan dipelopori oleh Charles F. Osgood, G.J. Suci, dan P.H. Tannenbaum. Proses analisis dalam diferensial semantik bisa dilakukan secara kualitatif atau kuantitatif. Teknik ini dilakukan untuk mengetahui kesan pengguna ketika menghadapi artefak (produk), lingkungan, dan situasi tertentu menggunakan semua inderanya. Kesan itu diperoleh dari kata-kata yang diungkapkan oleh pengguna. Tergantung dari rumit dan tidaknya sebuah produk, kata-kata yang diungkapkan oleh orang tersebut berkisar antara beberapa puluh hingga beberapa ratus kata. Kata-kata ini terkait dengan bentuk, warna, ukuran, bahan, dan lain-lain yang kemudian dibagi menjadi kategori-kategori tertentu. *Kansei Engineering*, bisa digunakan untuk perancangan produk apa saja, mulai dari yang sederhana seperti pakaian, kutang (BH), dan botol sampo hingga produk yang rumit seperti produk-produk elektronik dan mobil. Untuk mobil, contohnya adalah sebagaimana telah disinggung di atas, yaitu mobil sport Mazda Miata (Gambar 4) yang desainnya menggunakan *Kansei Engineering* tipe 1 yang basis desainnya adalah penggunaan kategori-kategori desain.



Gambar 4

Mobil sport Mazda Miata. Desain mobil ini sukses dipasarkan karena desainnya memperhitungkan komentar subjektif (emosional) pengguna dalam memilih mobil yang mereka sukai (sumber foto: <http://www.amazon.com>)

Kesimpulan

Desain produk adalah sebuah cabang desain yang bersifat ekspansif karena pengertian produk sangatlah luas. Dari sudut pandang desain produk, hal ini sangat menguntungkan karena desain produk bisa berpartisipasi di segala tingkat praksis dan teori yang berkaitan dengan desain, baik di lingkungan masyarakat bawah maupun lingkungan masyarakat atas. Ini berbeda secara diskursif dengan desain industri yang cenderung lebih dekat ke praksis dan teori yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat atas.

Daftar Pustaka

- Brunette, Peter and David Wills. (1994). "The Spatial Arts: An Interview with Jacques Derrida." in Peter Brunette and David Wills (eds.), *Deconstruction and the Visual Arts: Art, Media, Architecture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lidwell, William and Gerry Manasca. (2011). *Deconstructing Product Design*. Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers.
- Lawson, Hal A., James Caring, Loretta Pyles, Janine Jurkowski, Christine Bozlak. (2015). *Participatory Action Research*. Oxford: Oxford University Press.
- Locking, Norman. (1991). *Design*. London: Macmillan.
- Stappers, Pieter Jan and Sleeswijk Visser. (2007). *Bringing Participatory Techniques to Industrial Design Engineers*. Makalah disampaikan dalam *International Conference on Engineering and Product Design Education*, Northumbria University, Newcastle Upon Tyne, United Kingdom, 13-14 September 2007.