DAVID KELLEY, DESAINER YANG DICIPTAKAN ATAU DILAHIRKAN

SUATU KAJIAN DENGAN PENDEKATAN INDIVISUALISTIS

Andi Farid Hidayanto
Staf Pengajar Jurusan Desain Politeknik Negeri Samarinda
E-mail: gandhyie@yahoo.com

Abstract

David Kelley is the founder and manager of IDEO, the design firm. Innovation capability produces some nice design work. David Kelley is the electrical engineer who initially did not have background of design skills. Stems from the placement of work scope on the design, making David Kelly attracted to the world of design
The Zolberg method of approach can be studied background of someone to be designer. The analysis based of the factors behind them. Does someone become a designer that created or born.
Keyword: *David Kelley, IDEO, innovation*

Abstrak

David Kelley adalah pendiri dan manajer biro desain IDEO. Kemampuan inovasinya menghasilkan beberapa karya desain yang bagus. David Kelley awalnya adalah insinyur elektro yang tidak memiliki latar belakang ketrampilan desain. Bermula dari penempatan lingkup kerja di bagian desain, menjadikan David Kelley tertarik ke dunia desain.
Dengan pendekatan metode Zolberg dapat dipelajari latar belakang seseorang menjadi desainer. Analisis didasarkan faktor-faktor yang melatarbelakanginya. Apakah seseorang menjadi desainer itu diciptakan atau dilahirkan.
Kata Kunci: *David Kelley, IDEO, inovasi*

I. Pendahuluan

David Kelley lahir 1951 di Barberton, Ohio, Amerika Serikat. Beliau adalah pengusaha, desainer, insinyur teknik elektro, inovator, konsultan desain, dan pengajar desain. D. Kelly pendiri dan manajer biro Desain IDEO yang terkenal dengan karya-karya inovatifnya. D. Kelley kini mendedikasikan hidupnya untuk perkembangan dunia desain.

David Kelley diakui sebagai salah satu desainer dan inovator terkemuka di Amerika Serikat. Telah banyak penghargaan yang diterimanya, seperti *Edison Achievement Award* (2009) untuk inovasi produk, *Chrysler Design Award* (2000) dan *National Design Award* (2001) untuk desain produk, *Sir Misha Black Medal* (2005) untuk pengembangan pendidikan desain. D. Kelley juga professor bidang Desain Produk Industri

di *Stanford University*. Ia mendirikan sekolah desain *Hasso Plattner Institute of Design* yang dikenal dengan sebutan "*d.school*".

IDEO (baca *eye-dee-oh)* didirikan David Kelley tahun 1991 merupakan perusahaan desain yang membuat gebrakan produk baru dengan menyelesaikan masalah sebenarnya yang dihadapi oleh pengguna (konsumen/manusia). Memang ada riset pasar, namun yang terpenting adalah bagaimana mengamati orang-orang yang nyata, karena IDEO sebagai mesin inovasi berpedoman "fokus pada pengamatan" yang dilakukan (aktifitas) manusia.

Beberapa klien IDEO sendiri memberi masukan kepada IDEO bagaimana proses yang diharapkan untuk memunculkan sebuah produk baru. Para klien itu mengira sudah sangat mengenali karakter dari orang-orang yang menggunakan produknya. Para klien ini, awalnya mengira telah melakukan inovasi praktis dengan berbagai alasannya. IDEO tentu saja menerima masukan-masukan tersebut dengan baik, namun tidak serta-merta menerapkan masukan dari klien. IDEO memiliki metode sendiri untuk mencari dan menemukan akar masalah yang sebenarnya dan mendiskusikan di antara tim, fokus dalam berpikir dan melihat masalah dari sudut pandang IDEO sendiri.

Pernahkan terlintas dalam pikiran kita, apa kesamaan produk yang kita lihat sehari-hari. Seperti ruang kerja, botol minuman, alat pancing, alat kedokteran berteknologi tinggi, maupun laptop? Jawabannya tidak ada. Kesemua alat itu adalah benda-benda dengan pengembangan teknologi. Semua karya itu adalah hasil rekaan pikiran hasil inovasi dan penyelesaian dari masalah yang dihadapi manusia pada kehidupan sehari-hari. Alat-alat tersebut yang selanjutnya disebut produk dibuat lewat proses manufaktur di industri. Baik industri kecil, menengah atau besar. Industri padat modal atau industri padat karya (Yunia Dwi, 2007: 49).

David Kelley dengan kemampuan inovasinya mampu menghasilkan beberapa karya desain yang bagus. Hal ini karena konsep pemikiran beliau yang menggabungkan beberapa disiplin keilmuan dari orang-orang dipimpinnya dengan mengamati aktifitas manusia sehingga lahir produk inovatif yang humanis. Meskipun dia tidak memiliki latar belakang desain, namun mampu jadi desainer profesional.

II. Kerangka Teori

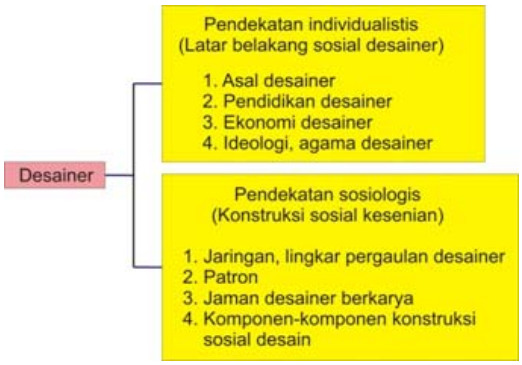
Semua orang pada dasarnya adalah desainer. Apapun yang kita lakukan, tiap saat, tiap waktu adalah kegiatan desain. Desain adalah dasar dari segala aktifitas manusia (Papanek, 1972: 17). Desain pada hakikatnya telah ada sejak jaman purba, dengan pengertian yang amat beragam. Gregory, mendefinisikan desain sebagai "*relating product with situation to give satisfaction*", yang lebih mengutamakan hubungan antara benda (barang) dengan suatu keadaan atau kondisi tertentu, dengan tujuan memberikan suatu kepuasan bagi pengguna barang (benda, produk) tersebut. Masih terdapat kerancuan antara istilah desain, seni terapan, dan kerajinan. Istilah desain juga berkembang di kalangan ilmu rekayasa, yang kemudian justru berkembang pesat sejalan dengan program-program yang mengadakan percepatan dalam bidang iptek. Dalam teknik, desain berkembang dengan penekanan pada bobot keteknikan yang tinggi (Agus Sachari, 2005: 3).

Desainer produk adalah profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan dan petimbangan, baik dari segi fungsi, inovasi teknologi, ekonomi, ergonomi, teknik, material, sosial-budaya, nilai estetis, pasar, hingga pertimbangan-pertimbangan lingkungan. Dari aspek

keilmuan yang memiliki peluang meluas, desain produk juga mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan hubungan antara produk dan manusia, inovasi teknologi, teori-teori desain, dan budaya rupa pada umumnya. Desain produk industri mencakup beberapa lingkup industri (Agus Sachari, 2005: 9).

Becker (1982) menyatakan semua karya seni/desain, seperti semua aktivitas manusia, seringkali melibatkan aktivitas bersama, sejumlah besar orang. Melalui kerjasama mereka, karya seni (produk) yang akhirnya kita lihat dan dengar muncul dan terus muncul. Mendalami sifat-sifat desain, apakah di dunia desain sendiri atau secara umum dalam pembahasan desain, kadang muncul pertanyaan dimana produk itu diciptakan. Apakah ini masalah siapa yang menciptakan produk itu, bagaimana pencipta menjadi seorang desainer, maupun apakah desainer bekerja sendiri atau sebagai bagian dari sebuah kelompok. Seperti dikemukakan oleh Howard Becker, desainer secara individual dirubah menjadi seorang pemain dalam tim. Tentu saja, ketika ia menyajikan proses produksi produk terdapat sedikit perbedaan di antara penciptaan dan penerimaan.

Menurut Zolberg (1990) teori-teori tentang seniman/desainer cenderung berkelompok di seputar dua tipe pendekatan: Individualistik atau Sosiolotis. Pendekatan-pendekatan individualistik meliputi penjelasan-penjelasan yang diturunkan dari kesarjanaan estetik dan penelitian psikologis. Untuk mengetahui tentang desainer, perlu diketahui latar belakang, konsep pemikiran, faktor-faktor yang mempengaruhinya baik internal maupun kondisi lingkungannya, perlu dipelajari latar belakang sosial dan konstruksi sosial dalam berkarya.



Gambar 1.
Konsep proses munculnya desainer menurut Vera L. Zoberg

Latar belakang sosial desainer antara lain:

- Asal seniman. Yaitu asal daerah kelahiran desainer, daerah tempat desainer berkreasi.
- Pendidikan desainer. Meliputi riwayat pendidikan desainer, belajar formal lewat institusi pendidikan atau belajar mandiri (otodidak).
- Kondisi Ekonomi desainer. Merupakan kondisi yang melingkupi kehidupan desainer dalam berkarya dari sisi ekonomi, industri, dan institusi-institusi yang mempengaruhinya.
- Ideology, agama desainer. Yaitu konsep-konsep pemikiran desainer, doktrin-doktrin yang mempengaruhi gaya/pemikiran deainer

Sedangkan konstruksi sosial yang mempengaruhi dalam berkarya desainer antara lain:

1. Jaringan pertemanan dan lingkar pergaulan desainer
2. Patron-patron
3. Komponen-komponen konstruksi sosial berkarya

Produk yang dihasilkan desainer harus bisa dijelaskan dengan berbagai komponen pembentuknya. Dari sudut pandangan sosiologis, desainer dipandang dari segi psikologis, antara lain:

1. Selalu akan dilihat dominasi institusi mikro, faktor-faktor sosial dalam terwujud/tidaknya bobot artistik. Lembaga internal berpengaruh dan yang mengambil dari proses muncul.tidaknya bobot artistik.

2. Dukungan kalangan/institusi sosio cultural pada pengembangan bakat.

Para psikolog telah berusaha untuk menjelaskan proses ini dimana kemampuan desain muncul sebagai cerminan dari sifat-sifat internal individu desainer, seperti bakat/ kecerdasan, dorongan dan desakan, atau reaksi terhadap pengalaman pribadi.

Peran sosial kadang diperlakukan seolah peran itu adalah tetap, yang nyata di dalam masyarakat. Tetapi peran itu juga bisa dipahami sebagai sedang berada di dalam proses konstruksi. Sama dengan peran-peran sosial lain, peran seniman muncul melalui proses-proses makro-historis di dalam interaksi dengan mikro-strategi mereka yang berusaha untuk memainkan peran-peran itu (Bourdieu, 1979). Para sosiolog dan para psikolog sosial sepakat, faktor-faktor sosial memungkinkan atau menghambat kemunculan, penerimaan, dan dukungan bakat desain. Gardner menekankan bahwa proses-proses ini tergantung pada hubungan sifat-sifat kepribadian desainer, di mana bakat merupakan salah satu faktornya.

Becker (1982) dalam *Art Worlds* menjelaskan tentang peran seniman/desainer di dalam masyarakat. Meliputi serangkaian elaborasi esai-esai yang diterbitkan selama beberapa tahun dan sebuah pendekatan yang dikembangkan di dalam penelitian-peneltiannya tentang sub-budaya yang menyimpang, dan juga pengalaman-pengalaman desainer sendiri. Becker mulai dari sudut pandang interaksi mikroskopis di antara para partisipan, secara pelahan bergerak menuju pola-pola kemasyarakatan yang semakin besar yang berfungsi sebagai basis dan akhirnya bergabung ke dalam masyarakat yang luas dan kompleks meliputi berbagai dunia seni.

Menurut Bourdieu, struktur makro dari negara, sistem dominasi sosial, dan akses, baik yang bersifat simbolik maupun material, tampak harus secara terus-menerus digabungkan ke dalam analisis sosiologis. Ketika sampai pada seni dan seniman, seniman hanya memahami pencita sebagai bertindak di dalam produksi *dan* konsumsi.

III. Pembahasan

Sebuah petikan musik disebut ciptaan dan sepasang sepatu disebut produk. Perbedaan penyebutan ini walaupun diprotes oleh beberapa tokoh, seperti halnya John Dewey tokh umumnya bisa diterima. Biasanya kita menyebut karya desainer sebagai produk. Mobil tidak diciptakan di atas ban berjalan, namun produk manufaktur dengan beberap proses yang dilaluinya.

David Kelley adalah desainer terkenal, pendiri biro desain IDEO yang telah melahirkan banyak karya produk. Ciri khas dari produk IDEO adalah inovasi yang tiada henti, *user friendly*, mencerminkan produk *hi-tech*, sehingga banyak meraih penghargaan. Untuk mengetahui lebih jauh tentang David Kelley perlu diketahui tentangnya, yaitu:

3.1. Latar belakang David Kelly

a. Asal David Kelley

David Kelley lahir tahun 1951 di Barberton, Ohio, Amerika Serikat. Tidak

banyak hal yang diketahui tentang D. Kelley dimasa lalunya. Sehingga tidak banyak informasi yang bisa digali, termasuk hal-hal yang mempengaruhi gaya hidupnya.

b. Riwayat Pendidikan

David Kelley lulus sarjana elektro dari Universitas Carnegie, Mellon, Amerika Serikat tahun 1973. Disela-sela kesibukan pekerjaannya sebagai teknisi rekayasa pada perusahaan Boeing dan NCR, D. Kelley melanjutkan pendidikan pascasarjana dan meraih master Desain Produk dari Universitas Stanford tahun 1978. Ia terus melanjutkan pendidikan sampai tahun 1991 meraih Profesor di tempat yang sama dan tahun 2004 mengajar di almamaternya.

c. Riwayat Pekerjaan

Setelah lulus sarjana elektro tahun 1973 David Kelley bekerja sebagai teknisi rekayasa di Boeing dan NCR. Di perusahaan Boeing, D. Kelley bertanggung jawab untuk *lavatory* pesawat seri 747. Merasa kurang mendapat tantangan di tempat tersebut karena hanya duduk, bekerja, dan mengikuti aturan, D. Kelley sadar bahwa ia harus memulai bisnisnya sendiri. Untuk meraih kesuksesan ia harus memimpin. Disini, D. Kelley mulai tertarik tentang desain.

Tahun 1978, David Kelley bermitra dengan lulusan desain produk dari Universitas Stanford lainnya, yaitu Dean Hovey mendirikan biro desain *Hovey-Kelley Design*. Dalam perkembangannya biro ini berganti nama *David Kelley Design* (DKD). Pada tahun 1991, D. Kelley menggabung DKD dengan tiga perusahaan desain lainnya (*Mike Nuttall's Matrix Product Design* dari Palo Alto, *ID Two* dari San Fransisco dan *Moggride Association* dari London) menjadi IDEO. Selain mengajar di Universitas Stanford, D. Kelley mendirikan sekolah desain *Hasso Plattner Institute of Design* yang dikenal dengan "*d.school*" sebagai wujud kepeduliannya pada perkembangan dunia desain

IDEO adalah biro konsultasi desain yang didirikan di Palo Alto, California, Amerika Serikat. IDEO sekarang memiliki cabang-cabang di San Fransisco, New York, Boston, London, Munich dan Shanghai. Biro ini memperkerjakan sekitar 550 pegawai dalam berbagai disiplin ilmu, antara lain: pemasaran, bisnis, desain grafis, elektro, lingkungan, mesin, makanan/gizi, kesehatan, desain produk, manajemen, dan informatika. Biro desain ini telah mengerjakan ribuan proyek untuk sejumlah produk, antara lain komputer, peralatan medis, furnitur, mainan anak, alat kantor, industri otomotif dan lain sebagainya. Selain memimpin dan menjalankan IDEO, D. Kelley menjadi pengajar desain serta innvator di beberapa lokasi di Amerika.

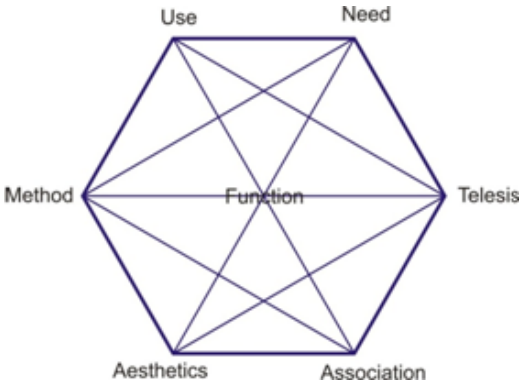
Gambar 2. Logo biro desain IDEO

d. Ideologi yang mempengaruhi David Kelley

Sebagai orang awam tentang desain, dimana akhirnya malah berkecimpung dalam dunia desain, tentu ada beberapa faktor yang menjadi latar belakangnya kenapa David Kelley berkecimpung ke dunia desain. Berawal dari bekerja pada divisi desain di industri Boeing, D. Kelley, tertarik pada dunia desain. Hal ini yang mendorongnya melanjutkan pendidikan ke jenjang Master dan Doktor bidang desain, khususnya Desain Produk Industri

Pemikiran David Kelley banyak dipengaruhi oleh Victor Papanek (1972)

dengan segi enam fungsi desain-nya. Papaneck mengungkapkan bahwa bentuk suatu produk mengikuti fungsi *(Form follows function,* slogan yang dipelopori oleh arsitek Louis Sullivan tahun 1880). Produk industri diolah di industri manufaktur yang terdiri dari beberapa elemen produk yang diperhitungkan kegunaannya, tidak boleh ada elemen yang tidak ada fungsinya, jika ada merupakan kegagalan elemen produk karena merupakan pemborosan material. Agar semua embel-embel yang membuat indah tidak hilang karena menyesuaikan fungsi, Victor Papanek merumuskan 6 fungsi desain. Karena bagaimanapun juga manusia lebih suka kalau peralatan sehari-hari yang dipakainya tampak indah. Ke-enam unsur tersebut adalah: *use, need, Telesis, association, aesthetics, method,* dan *use.*



Gambar 3.
Segi enam fungsi desain Victor Papaneck

Soedarso SP (2006: 138-142) menjabarkan segi enam fungsi desain Victor Papaneck sebagai berikut:

1. *Method* (metode), adalah interaksi antara alat, proses, dan bahan. Produk dimungkinkan untuk diproduksi sesuai metode dan proses yang telah ditentukan. Dengan mempertimbangkan beberapa faktor antara lain: permesinan yang digunakan, bahan baku, sistem produksi, tingkat ketrampilan tenaga kerja, biaya produksi dan standarisasi.

2. Penggunaan bahan yang sesuai dengan kualitas dan kemampuan adalah salah satu syarat yang mutlak. Bahan dan alat saling berinteraksi dan harus diaplikasikan secara optimal. Tidak memanfaatkan suatu bahan apabila ada bahan lain yang lebih efisien penggunaannya. Sementara itu, alat dan proses kerja juga harus dipilih yang paling sesuai. Produk disusun dari bahan material sesuai standar industri manufaktur yang kompleks. Material tersebut tidak harus diproduksi sendiri, bisa di subkontrakkan ke industri lain. Sehingga ada keseragaman material sesuai regulasi dan standar yang ada. Komponen-komponen tersebut selanjutnya dirakit sesuai proses produksinya. Ketepatan pemilihan bahan dan alat kerja serta proses akan menghasilkan produk dengan proses produksi yang efisien.

3. *Use* (kegunaan), adalah ketepatan bentuk yang ingin dicapai dengan penggunaannya. Semua part penyusun produk memiliki bentuk fungsional. Tidak ada bentuk yang sia-sia, karena semuanya mempunyai tugas. Seperti dimensi, lapisan, sambungan, lekukan dan warna. Hubungan ini tidak hanya dengan *user*-nya saja, namun juga dengan *association*.

4. *Need* (kebutuhan). Banyak di antara desain-desain hanya memenuhi kebutuhan sesaat yang cepat hilang. Produk didesain memenuhi kebutuhan konsumen sesuai kelasnya. Hal ini untuk memenuhi konsumen akan kebutuhan ekonomis, psikologis, spiritual,

teknologis dan intelektual masyarakat.

5. *Tellesis*, adalah penggunaan proses-proses di alam dan di masyarakat secara sadar dan bertujuan memperoleh sasaran tertentu. Oleh karena itu tidak tepat meniru kebiasaan atau desain di tempat lain yang memiliki alam dan lingkungan yang berbeda. Desain suatu produk disesuaikan dengan kondisi sasaran konsumen, dan sudah menjalani beberapa test kelaikan pemakaian.

6. *Association*, merupakan standar acuan penerapan desain yang telah ditentukan oleh asosiasi tertentu. Seperti Standard Nasional, Departemen Perindustrian, dan asosiasi lainnya.

7. *Aesthetics*, merupakan tujuan utama desain. Konsep keindahan bentuk yang ingin dicapai membutuhkan ornamentasi pada bentuk. Memasukkan estetika dalam fungsi tidak ada kemungkinan lain menghindarinya. Adanya unsur estetik menjadikan bentuk produk punya *state of art* sehingga diterima konsumen.

e. Jaringan kerja

Memasuki abad ke-20, desain merupakan hasil usaha tim ketimbang pencapaian individual (John A Walker, 1989: 59). Dalam IDEO terjadi gabungan kekuatan antar berbagai disiplin ilmu. Tim tersebut memiliki pelbagai ketrampilan dan pengetahuan khusus yang diperlukan dalam membuat produk.

David Kelley tidak mempercayai mitos tentang seorang jenius yang bekerja sendirian, jauh dari keramaian dan menunggu ide besar muncul. D. Kelley percaya bahwa setiap orang jenius dan bisa menjadi kreatif. Tujuan mendirikan IDEO adalah menggali sumber kreatifitas untuk menjadikan inovasi sebagai falsafah hidup. IDEO menciptakan suasana yang kondusif agar orang-orangnya (pegawai) bisa secara bebas mengekspresikan ide, melanggar aturan, dan mendesain lingkungan kerja yang nyaman untuk mereka sendiri. Fokus IDEO pada kerja tim menghasilkan terobosan-terobosan yang tak terbilang banyaknya. Para karyawan berbagi ide dan menuai manfaat dari proses kelompok.

Menurut Tom Kelley (2001: 21-35) pada awal pendirian IDEO, David Kelley banyak bergaul dengan CEO perusahaan-perusahaan yang baru berkembang pasa masa itu. Dari Apple, D. Kelley terinspirasi susana informal kerja. Pegawai boleh memakai jins dan tidak bersepatu. Budaya inovasi yang tinggi, pegawainya dari berbagai umur dan berbagai pengalaman berbaur tanpa rasa canggung. Namun mereka semua tetap dapat menyelesaikan pekerjaan.

Pendiri perusahaan pialang Charles Schwab mempengaruhi D. Kelley dalam mengasumsikan perspektif pelanggannya. Mengajarkan sikap desainer sebagai konsumen. Kalau membuat produk untuk koki, harus bersikap seperti koki, kalau membuat alat untuk dokter, harus bersikap seperti dokter atau pasien, begitu pula untuk produk lainnya agar mengetahui rasa dan situasi yang dihadapi konsumen.

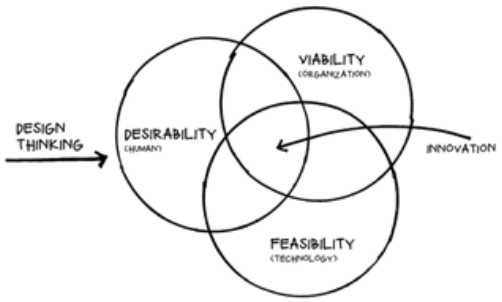
Bob Metcalfe, CEO dari 3Com mempengaruhi sikap D. Kelley untuk terus membuat versi baru dan pengembangan produk yang telah dihasilkannya. Pengembangan produk tersebut bisa diaplikasikan (*compatible*) dengan produk lain. Misalnya kartu EtherLink yang bisa digunakan di komputer PC IBM (pada saat itu PC IBM digunakan hampir di seluruh

Amerika, sehingga kartu EtherLink bisa digunakan di seluruh Amerika).

Larry Miller dari General Motor memberi inspirasi Kelley untuk mengamati bentuk-bentuk humanis (tanpa sudut tajam) untuk peralatan yang didesainnya. Bentuk humanis menjadikan peralatan aman dan nyaman digunakan sesuai struktur tubuh manusia (ergonomi).

f. Dogma-dogma, konsep pemikiran David Kelley

David Kelley melakukan pekerjaan dengan rasa senang. Rasa senang tersebut meliputi rasa senang dalam menangani masalah, rasa senang dalam memecahkan masalah sampai rasa senang saat melihat hasil proses desain. Kenyataannya, dalam kasus pelaksanaan proses desain seringkali bukan pekerjaan menyenangkan. Bahkan seringkali dirasakan sebagai kegiatan membosankan, menyita perhatian, memerlukan ketekunan, melelahkan, membingungkan, dan memakan waktu lama. Sehingga proses desain dirasa sebagai pekerjaan berat yang melelahkan. Baik di bidang seni, sains, teknologi, atau bisnis, inspirasi seringkali datang dari kedekatan tindakan. Inspirasi tersebut bisa dari pengamatan. IDEO melalukan pengamatan langsung di lapangan dalam penggunaan produk. Dengan pengamatan yang fokus terungkap kebiasaan manusia, dan inilah yang sebenarnya memiliki kekuatan untuk mengubah aturan-aturan yang sudah ada menjadi hal yang lebih baik.



Gambar 4.
Pola dasar konsep pemikiran David Kelley dalam menghasilkan inovasi

g. Konsep pemikiran

Kator kerja David Kelley tidak teratur dan kadang terjadi proses kerja dan bermain yang gila-gilaan, berisik dan berkesan kacau balau. Namun D. Kelley memiliki metode berkarya yang berkembang baik dan terus-menerus disempurnakan. Metode tersebut adalah (Tom Kelley, 2001: 8-9):

1. Memahami pasar, klien, teknologi, dan kendala-kendala yang timbul dari sebuah masalah. Dalam merancang produk, D. Kelley sering menantang kendala-kendala itu, tapi yeng penting adalah memahami persepsi-persepsi yang ada saat ini.

2. Mengamati orang-orang dalam situasi kehidupan yang sebenarnya untuk menemukan apa yang membuat mereka bertingkah laku seperti itu. Ini untuk mempelajari apa yang tidak terpenuhi oleh produk dan jasa yang ada di pasar.

3. Memvisualisasikan konsep-konsep baru tersebut dan para pelanggan yang akan menggunakannya. Ini untuk memprediksi produk masa depan, sebelum produk tersebut benar-benar ada.

4. Mengevaluasi dan menyempurnakan *prototype* secara berulang-ulang dan cepat. Untuk tidak terpaku pada *prototype* pertama, karena produk (ide) akan mengalami serangkaian perbaikan ke arah sempurna.

5. Menerapkan konsep baru tersebut untuk komersialisasi.

Langkah sederhana ini dapat dilakukan untuk mendesain semua hal. Metode ini membantu menciptakan produk yang diterima konsumen.

David Kelley berdiri di dua sisi bisnis inovasi. Sebagai praktisi dan penasihat. Setiap hari bekerja bersama perusahaan-perusahaan penting dunia untuk menghadirkan produk dan jasa inovatif ke pasar. Penggabungan berbagai disiplin ilmu dalam suatu prose desain, tujuan akhirnya akan menghasilkan produk yang dikehendaki. Dalam berkarya D. Kelley juga mempertimbangkan kondisi sosial sebagai bentuk tanggung jawab. D. Kelley tidak mempertimbangkan aspek teknis semata, seperti desain yang berumur pendek ataupun desain berupa mode *(fesyen)* yang dikeluarkan setiap tahun.

David Kelley menghasilkan sejumlah desain dan produk yang memiliki kontribusi kepada masyarakat cacat, dan lingkungan masyarakat miskin. Menurut D. Kelley, kepentingan sosial tetap menjadi prioritas utama dan perlu pengawasan berkenaan dengan teknologi yang dikandungnya. Jika dalam masyarakat cacat telah tumbuh rasa percaya diri, maka pendertita cacat memiliki anggapan positif bahwa teknologi mampu mencukupi kebutuhanya. Hal ini berakibat peningkatan daya beli sehingga peningkatan permintaan produk. D. Kelley mencoba menjembatani kondisi sosial dengan desain. Dengan demikian, desain dapat membantu memecahkan persoalan sosial, sejauh konsep teori-teorinya diterapkan oleh penggunanya (Agus Sachari, 2002: 16-17).

IV. Kesimpulan

Desain merupakan suatu proses yang sangat erat hubungannya dengan tinggi-rendahnya tingkat pendidikan dan kebudayaan pelakunya, karena hal ini mempengaruhi proses desain. Semakin tinggi tingkat pendidikan dan budaya di belakangnya, semakin tinggi pula kemampuan untuk melakukan proses desain. Hal ini hubungannya dengan tingkat tinggi rendahnya tingkat pendidikan dengan penguasaan terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi (Bram Palgunadi, 2007: 59). David Kelley mulai tertarik bidang desain ketika bekerja di divisi desain Boeing. Untuk mengembangkan diri, D. Kelley melanjutkan pendidikan desain tingkat Magister dan Doktor. Untuk mengaplikasikan idealismenya, D. Kelley mendirikan biro desain IDEO, menjadi innovator desain, dan mendirikan sekolah desain *Hasso Plattner Institute of Design.* Untuk mengembangkan kemampuannya D. Kelley menjalin hubungan dengan perusahan-perusahaan yang membutuhkan inovasi produk agar diterima pasar. Konsep D. Kelley, pasar yang mencari produk, bukan produk yang mencari pasar.

Dalam sejarahnya, dunia desain mengalami perkembangan pasang surut kebudayaan, teknologi dan ilmu pengetahuan. Persaingan semakin sengit. Untuk tetap bisa bertahan, David Kelley memilih jalan dan strategi untuk memenangkan persaingan global ini. Kuncinya adalah inovasi. Inovasi dilakuakan dengan pengamatan dan perubahan menuju lebih baik. Kesemuanya dilakukan pendokumentasian sebagai porto folio. Inovasinya berupa proses yang berorientasi tujuan, dengan tenggat yang ketat untuk hasil akhir. Sebagai seni modern, desain produk dengan segala kreatifitasnya selalu haus akan inovasi dan perubahan debagai bentuk *novelty* (Soedarso SP, 2006: 134)

David Kelley tidak terlahir sebagai desainer. Lingkungan kerja yang bergerak di bidang desain, mempengaruhi pola pikirnya. Untuk menyalurkan ketertarikannya pada desain, D. Kelley mendedikasikan hidupnya untuk desain. Dilakukan dengan melanjutkan pendidikan formal desain, mendirikan biro desain, menjadi inovator desain produk, dan menjadi pengajar untuk menularkan ilmunya. Pentingnya fungsi produk menjadi dasar pemikiran konsep D. Kelley. Pergaulannya

dengan beberapa institusi, jaringan sosial memberi pengaruh dalam caranya berkarya. Konstruksi sosial yang dialami dan di sekitarnya menjadikan D. Kelley sebagai desainer, sehingga D. Kelley merupakan desainer yang diciptakan oleh kondisi, bukan desainer yang dilahirkan karena bakat/ ketrampilan.

Kepustakaan

Kelley, Tom, 2001, *The Art of Innovation*, terjemahan Paulus Herlambang, Buana Printing, Jakarta

Nurcahyanie, Yunia Dwie, 2007, *Konsep Teknologi dalam Pengembangan Produk Industri*, Kencana, Jakarta

Palgunadi, Bram, 2007, *Desain Produk 1: Desain, Desainer, dan Proyek Desain*, Penerbit ITB, Bandung

Papanek, Victor, 1974, *Design for the Real World*, Granada, New York

Sachari, Agus, 2005, *Metodologi Penelitian Budaya Rupa*, Erlangga, Jakarta

_____, 2002, Sosiologi Desain, Penerbit ITB, Bandung

SP, Soedarso, 2006. *Trilogi Seni, Penciptaan Eksistensi dan Kegunaan Seni*, BP ISI, Yogyakarta

Walker, John. A, 1989, *Desain, Sejarah, Budaya: Sebuah Pengantar Komprehensif*, terjemahan: Laily Rahmawati, Jalasutra, Yogyakarta

Zolberg, Vera L, 1990, *Constructing a Sociology of the Arts*, Cambrig University Press, New York