

# matajendela

SENI JAKARTA

Volume VIII Nomor 2/

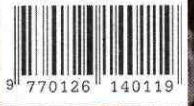
B.3



EO, Broker, dan  
Seni Budaya  
yang Digadaikan

Membangun Kolaborasi  
Mencapai Inovasi

ISSN 0126-1401



9 770126 140119

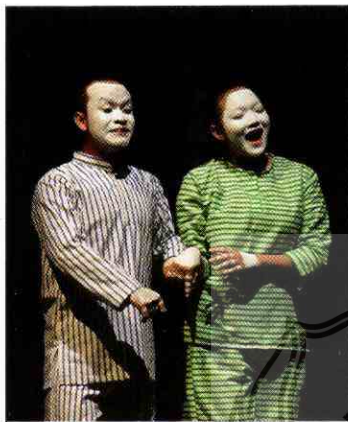


# matajendela

SENI BUDAYA YOGYAKARTA

Volume VIII Nomor 2/2013

Diterbitkan oleh Taman Budaya Yogyakarta  
Jl. Sriwedani No. 1 Yogyakarta 55123  
Telp: (0274) 523512, 561914 Fax: (0274) 580771  
Email: matajendela@yahoo.com  
Website: www.thewindowofyogyakarta.com



Ilustrasi Cover: Festival Pantomim Jogja  
Foto: S. Rudi Subagyo

**Penanggungjawab**  
GBPH Yudhaningrat  
Diah Tutuko Suryandaru

**Pimpinan Umum**  
Dyan Anggraini Rais

**Manajer Produksi**  
Siswati

**Pemimpin Redaksi**  
Kuss Indarto

**Dewan Redaksi**  
Landung Simatupang  
Suwarno Wisetrotomo  
Lephen Purwaraharja  
Satmoko Budi Santosa  
Angelina Prihaksiwi

**Sekretaris**  
Munika Utun Wijayati

**Artistik**  
Hartono Karnadi

**Fotografi**  
Suprayitno Rudi Subagyo

**Distribusi**  
Dian Widowati Lestari

## JENDELA

- EO, Broker, dan Seni Budaya yang Digadaikan **4**
- Event-event Banyak di Jogja,  
tapi Bukan Kami Punya... **10**
- Event Organizer:  
Pendukung Perkembangan Seni Budaya **13**

## GAGAS

- Membincangkan Desain dan Industri Kreatif:  
Membangun Kolaborasi, Mencapai Inovasi **17**
- Dualisme Pendekar:  
Zaman Persilatan itu T'lah Tiba **29**

## LINTAS

- Ngundhuh Uwohe Karma **32**
- Pria Garda Pustaka Sastra **35**  
Sebuah Ode untuk Endo Senggono

## SKETSA

- Anjing-anjing di Kampung Kami **38**

## ***Memperbincangkan Desain dan Industri Kreatif: Membangun Kolaborasi untuk Mencapai Inovasi***

Pada tahun 2008 ISI Yogyakarta menyelenggarakan seminar yang cukup besar terkait dengan Industri Kreatif, yaitu *Aksentuasi Triple Helix Dalam Realisasi Ekonomi Kreatif*, pada tahun berikutnya walau memakai tema yang berbeda *Reaktualisasi Pola Pikir dan Strategi Pengembangan Perguruan Tinggi Seni Dalam Membangun Jejaring Internasional*, namun materi pada seminar ke dua ini masih di seputar industri kreatif pula.

Pada tahun 2013 atau lima tahun sesudah kedua seminar tersebut, kita bertanya-tanya apa yang sudah kita capai dengan industri kreatif (IK). Tulisan ini mencoba memperbincangkan beberapa hal yang telah kita lakukan terkait dengan IK, bagaimana kita melakukannya, apa yang sudah kita capai, apa kendala yang kita hadapi dan yang terpenting bagaimana kita dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas kerja kita sehingga karya-karya dengan label IK dapat tercipta. Mengingat keterbatasan pengetahuan yang saya miliki maka tulisan ini akan fokus membahas kiprah Jurusan Desain dalam IK.

Banyak berita di surat kabar maupun pernyataan para pengamat ekonomi mengungkapkan bahwa pertumbuhan IK di Indonesia cukup tinggi setiap tahunnya dan diprediksi akan dapat menjadi salah satu pilar penopang pertumbuhan ekonomi Indonesia. Bahkan, kalangan pengamat meyakini, IK Indonesia berpotensi menguasai pasar dunia, apabila dikembangkan dengan benar. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, tahun 2012 menyebutkan IK berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) pada urutan ke-7 dari 10 sektor lapangan usaha ([www.neraca.co.id](http://www.neraca.co.id), 2013).

Di lain pihak, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Mari Elka Pangestu tahun 2012 yang lalu mengakui bahwa masih ada banyak hambatan

dalam upaya pengembangan IK di Indonesia. Hambatan ini perlu segera diurai agar potensi industri kreatif yang sangat besar tadi dapat cepat berkembang. Sejumlah kendala tersebut adalah; lemahnya pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan teknologi, belum adanya skema pengembangan IK, kurangnya aspek pembiayaan, kurangnya akses pelaku industri ke pasar, dan masih lemahnya IK secara kelembagaan (www.tempo.co, 2012). Dua hal yang dapat dibantu oleh lembaga pendidikan adalah bagaimana mendorong pengembangan SDM dan teknologi agar IK dapat cepat berkembang. Namun begitu sebelum melangkah lebih jauh ada baiknya kita terlebih dahulu mengetahui relevansi IK terhadap tugas dan tanggung jawab perguruan tinggi atau dalam hal ini adalah ISI Yogyakarta.

Pada tahun 2012 DIY memperoleh status baru sebagai Daerah Istimewa, dalam upayanya menuju provinsi yang benar-benar istimewa Gubernur DIY mencanangkan visi DIY yang *beridentitas, berbudaya, maju, mandiri dan sejahtera* selanjutnya Gubernur pun mengharapkan bahwa dalam rangka mencapai visi tersebut, serta melihat potensi daerah dan keharusannya untuk bertumpu pada *knowledge based economy*, Perguruan Tinggi di DIY diharapkan dapat menjadi *centre of excellence*, dengan tiga predikat sekaligus yaitu sebagai *teaching university, research university dan entrepreneurial university* (Pidato Gubernur DIY dalam Musrenbang 2013).

Sejalan dengan harapan Gubernur DIY terhadap lembaga perguruan tinggi yang berada di provinsinya, Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada Renstra 2010 – 2014, Bab Pendahuluan sub bab Filosofi umum telah menyatakan bahwa Esensi lembaga ini adalah: Kreatif, inovatif dan dinamis. Masih pada Bab yang sama tercantum pula bahwa salah satu Misi ISI Yogyakarta adalah: Menyiapkan lulusan yang bermoral, kreatif, tangguh, unggul dan memiliki jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*). Selanjutnya pada sub-bab tujuan, salah satu tujuan yang ingin dicapai

oleh ISI Yogyakarta adalah: Mampu menyajikan karya seni secara kreatif, inovatif dan professional.

Dengan tercantumnya kewirausahaan menjadi bagian dari filosofi, misi dan tujuan lembaga maka kuatlah posisinya menjadi salah satu karakter yang akan menjiwai pelaksanaan Tridharma perguruan tinggi serta usaha mewujudkan eksistensi ISI Yogyakarta di tengah masyarakat.

Kewirausahaan menjadi kata kunci yang perlu kita dalami. Kewirausahaan atau *entrepreneurship*, kata ini sudah dipopulerkan oleh Peter Drucker sejak tahun 1960-an, ketika itu era ekonomi dan bisnis berdasar pada manajemen konvensional sudah dianggap ketinggalan jaman. Drucker menawarkan konsep baru yaitu *entrepreneurship* atau kewirausahaan untuk mengelola ekonomi dan bisnis, konsep ini dirasakan lebih cocok bagi denyut perekonomian yang semakin dinamis, karena dalam konsep ini setiap orang diberi kesempatan untuk mengambil inisiatif dan melakukan yang terbaik dalam waktu singkat. Dalam definisi Drucker (1964): *an entrepreneur searches for change, responds to it and exploits opportunities*. Pada perjalanannya kemudian konsep *entrepreneur* mengalami pengkayaan, Kasali (2010) mengatakan bahwa *entrepreneur* mempunyai 5 pembeda yaitu pada: tindakan yang diambil (*action*), ketrampilan yang dikembangkan (*skill*), karakter personalnya, fokus utamanya, dan pandangannya terhadap resiko. Secara lebih lugas Elvyn G Masassya dalam salah satu tulisannya (Kompas Minggu, April, 2013) menyebutkan bahwa seorang *entrepreneur* paling tidak mempunyai lima kompetensi yaitu: *leadership, risk taker, opportunity hunter, creative & innovative* dan terakhir *survival*. Konsep *entrepreneur* kemudian menjadi salah satu karakter yang dipraktikkan secara luas oleh pelaku-pelaku di dunia ekonomi dan bisnis pada umumnya, dan selanjutnya konsep tersebut diadopsi menjadi salah satu misi pendidikan di perguruan tinggi tidak hanya di Indonesia tetapi hampir di seluruh dunia. Perguruan tinggi

sebagai pusat pendidikan harus dapat menghasilkan lulusan yang berjiwa *entrepreneur*, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Kewirausahaan semakin menemukan signifikansinya ketika muncul perubahan ekonomi dunia yang tadinya berbasis industri manufakturing ke ekonomi berbasis pengetahuan. Pada fase inilah industri kreatif menjadi salah satu sektor yang berpotensi untuk memberi andil besar dalam pembangunan ekonomi berbasis pengetahuan.

Selanjutnya merujuk kembali pada definisi tentang IK yang dikeluarkan *task force* IK Inggris yaitu, industri yang tumbuh dari kreativitas, ketrampilan serta bakat individu dan yang mempunyai potensi untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja, melalui produksi dan eksploitasi daya dan kekayaan intelektual (Pangestu, 2008). Sementara Howkins (2008) menyebutkan bahwa IK adalah segala kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas (kekayaan intelektual), budaya dan warisan budaya maupun lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Dalam kehidupan sehari-hari orang sering menyebutkan bahwa IK adalah bisnis ide yaitu mengubah ide atau karya kreatif menjadi produk ekonomi yang menghasilkan uang. Hal ini sejalan dengan pernyataan Arief (2009) ketika menyebut Kredo Petak Umpet, sebuah perusahaan pemberi layanan kreatif, bahwa "*Good is not enough, it has to be sold*".

Apabila kita melihat negara-negara lain yang telah berhasil dalam mengambil manfaat dari IK demi mengembangkan kesejahteraan masyarakatnya, maka Inggris menjadi negara pertama yang patut disebut, karena negara ini menjadi pionir dalam industri kreatif. Sudah sejak akhir tahun 80-an Inggris melakukan riset dan pengembangan untuk industri ini. Lalu disusul Jepang, Amerika, serta negara Eropa yang lain seperti Jerman, Italia, Perancis dan Denmark. Pada masa sekarang contoh yang dapat diacu adalah Korea Selatan, prestasi mereka populer dengan sebutan *Hallyu* yang dimaknai sebagai gelombang Korea. Industri kreatif

yang dikembangkan Korea Selatan beraneka mulai dari musik, drama sinema TV, pariwisata, penerbitan, permainan elektronik dan interaktif, sampai dengan industri manufaktur sarat teknologi seperti, *mobile phone*, aneka produk elektronik rumah tangga, dan mobil. Kesuksesan gelombang Korea telah menghasilkan devisa lebih dari 5 milyar dolar pada tahun 2011 kemarin, adalah bukti yang tidak dapat dipungkiri tentang potensi besar industri kreatif yang telah dapat dieksploitasi oleh Korea Selatan.

Menyadari potensi besar tersebut, mari kita kembali menelaah, dalam lingkup kecil Jurusan Desain ISI Yogyakarta, beberapa hal yang pernah kita lakukan terkait pengembangan industri kreatif. Apakah kita cukup punya kreativitas, ketrampilan serta bakat? Apakah kreativitas, ketrampilan serta bakat tersebut mempunyai potensi untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja bagi masyarakat? Apakah kita sudah memproduksi dan mengeksploitasi daya dan kekayaan intelektual kita?

Dalam penelitian kecil yang dilakukan terhadap kegiatan berkarya para Dosen dan mahasiswa Jurusan Desain terkait IK, telah teridentifikasi 5 (lima) jenis desain (produk) atau kegiatan. Pertama adalah desain yang telah berhasil memenangkan lomba atau sayembara, kedua desain sebagai karya tugas pada mata kuliah tertentu atau karya mandiri, desain sebagai bagian dari penelitian seperti Hibah Bersaing dan Stranas. Ke empat desain sebagai bagian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (penyuluhan seni, IpBM), dan kelima desain pada program revitalisasi seni untuk industri kreatif tahun 2011. Beberapa contoh tersaji pada gambar no. 1 di bawah.

Melalui wawancara kepada pelaku kegiatan terungkap bahwa dalam mengembangkan desain baru tersebut mereka berbasis pada ide / gagasan sendiri atau berdasar pada potensi yang dimiliki oleh mitra kerjanya (pengrajin atau UKM). Kebanyakan dari kegiatan ini sudah

menghasilkan prototipe produk dan beberapa di antaranya telah dipamerkan kepada publik. Beberapa proyek dikerjakan bersama dengan mitra dari luar seperti pengrajin, kelompok kerja, perusahaan dan penerbitan. Pada wawancara pun terungkap bahwa para peneliti maupun perancang merasa proyeknya belum selesai karena belum dapat mengetahui hasil pemasarannya. Info menarik telah disampaikan oleh pelaku penguatan kurikulum untuk industri kreatif bahwa sesungguhnya para mahasiswa, alumni dan dosen mempunyai potensi besar untuk terus dikembangkan daya ciptanya, demikian pula dengan jenis karyanya, yang ketika itu adalah komik, karya dapat didiversifikasi, yaitu tidak terbatas komik konvensional tetapi komik komik digital, *on line*, animasi berikut dengan produk ikutannya (*merchandise*).





Gambar no 1: Beberapa karya desain hasil program industri kreatif di Jurusan Desain FSR ISI Yogyakarta tahun 2009 - 2012  
Sumber: Dokumentasi Jurusan Desain

Melalui beberapa contoh tersebut di atas sebetulnya baik dosen ataupun mahasiswa Jurusan Desain punya kreativitas, ketrampilan dan bakat individual tinggi serta tidak menghadapi kesulitan untuk melahirkan ide atau gagasan baru, walaupun ada beberapa ide yang dikembangkan seringkali tanpa dasar kebutuhan yang nyata. Selanjutnya karya kreativitas yang dihasilkan tersebut pun mempunyai potensi sosial dan ekonomi yang besar, namun begitu rancangan tersebut belum teruji nyata dalam hal kelayakan pasarnya. Nampaknya tinggal pertanyaan ketiga yang belum dapat dijawab dengan baik, yaitu kita, teman-teman dari jurusan desain belum cukup dalam dan jeli ketika merancang produk, belum eksploitatif memanfaatkan semua bakatnya, belum mengolah celah-celah produksi dan pasar. Dengan demikian persoalannya bukan bagaimana menjadi lebih kreatif, namun bagaimana kreativitas yang dilahirkan tersebut kemudian dapat menjadi benda nyata yang dimanfaatkan oleh pemakai, menciptakan nilai ekonomi dan sosial sehingga dapat mensejahterakan pencipta dan masyarakat. Dengan dasar pemikiran tersebut maka tulisan ini akan mencoba menelusuri proses dari ide kreatif menjadi produk bernilai ekonomi serta bagaimana sebaiknya kita sebagai lembaga pendidikan tinggi seni, dalam hal ini Jurusan Desain, mengambil langkah-langkah untuk mempermudah terwujudnya ide kreatif mahasiswa dan dosen menjadi produk yang lebih bernilai secara sosial dan ekonomi.

Desain sebagai sebuah kegiatan, atau *design-as-practice*, oleh Kimbell (2009) dikatakan bahwa paling tidak ada enam ciri yang dapat membedakan kegiatan desain dengan kegiatan lain, semisal kegiatan ilmiah.

Pertama adalah definisi desain sebagai pencarian solusi untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Bruce Archer (1965) mengatakan bahwa desain adalah kegiatan pemecahan masalah yang terarah dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup manusia. Dalam artian ini tercakup bahwa desain itu berurusan dengan usaha pemenuhan kebutuhan hidup manusia yang bersifat kebendaan, fungsional dan masal, ia berada di dalam dunia material, yaitu dunia benda-benda buatan manusia (*man made world*). Namun begitu desainer pun dalam prosesnya mewujudkan benda, mereka sesungguhnya menyematkan satu atau beberapa macam nilai (sesuai dengan pilihan desainer), seperti misalnya nilai guna, nilai ramah lingkungan, atau nilai kemudahan sehingga benda buatan tersebut ber-*value added*, mempunyai nilai tambah.

Kedua, bahwa desainer bekerja dengan permasalahan yang licin atau liar. Buchanan (1992) mengatakan bahwa problem yang harus dipecahkan oleh desainer adalah problem yang belum terdefinisikan dengan baik (*ill defined*), atau kadang juga disebut sebagai problem yang licin atau liar (*wicked problem*). Maksudnya adalah bahwa permasalahan yang diajukan dan dimintakan solusinya kepada desainer belum jelas batasannya, tumpang tindih informasinya, pemberi tugas (klien) nya pun banyak, dan sang pengambil keputusan kadang punya nilai yang saling bertentangan satu sama lainnya. Sering pula terjadi permasalahan yang sedang ditangani dalam perjalanan perancangannya berkembang atau bahkan berubah (Doorst, 2006).

Ciri ketiga, desain adalah sebuah preskripsi bukan deskripsi. Dalam prosesnya menuju ke pemecahan masalah atau menemukan solusi, oleh pemberi tugas desainer diharapkan dapat menterjemahkan persyaratan-persyaratan (*requirements*) abstrak menjadi objek atau benda kongkrit. Oleh karena itu adalah sebuah keharusan bahwa desainer mempunyai pengetahuan yang baik tentang objek, paling tidak ada 2 hal yang perlu diketahui, yaitu bagaimana objek dapat memenuhi persyaratan tertentu

tersebut, dan bagaimana objek tersebut dapat melaksanakan tugas tertentu yang dibebankan kepadanya (Cross, 2006). Konsep ini berhubungan erat dengan teori sebelumnya yang mengatakan bahwa desain adalah *know how*, yaitu “pengetahuan tentang bagaimana sesuatu itu ...”, yang berbeda dengan sains sebagai *know that*, yaitu “pengetahuan tentang sesuatu itu adalah ...” (Gregory, 1969).

Berikut ciri keempat, cara berpikir dalam desain itu khas. Dalam proses berpikirnya untuk menemukan solusi desainer memakai moda berpikir konstruktif (Gregory, 1969), menghubungkan sesuatu yang tidak saling berhubungan dan menyusunnya menjadi sesuatu yang baru. Lebih dari pada itu Kolko (2010) mengatakan bahwa selain cara berpikir analisis dan sintesis desainer pun perlu memakai cara berpikir *abductive*. Yang dimaksud dengan istilah abduktif adalah langkah mengadopsi hipotesis sebagaimana disarankan oleh fakta-fakta yang ada, atau suatu bentuk penarikan kesimpulan atau inferensi”, cara abduksi ini memungkinkan lahirnya pengetahuan baru dan pengertian yang dalam atau *insight*. Proses berpikir dalam desain pun disebut sebagai kegiatan yang menyeimbangkan antara berpikir konvergen - memusat dan divergen - menyebar (Dunne dan Martin, 2006). Pada intinya beberapa cara berpikir desainer yang disampaikan di sini dapatlah dikatakan berbeda dengan cara berpikir para ilmuwan yang cenderung bergerak antara yang analitis, deduktif dan induktif.

Selanjutnya ciri ke lima, desainer itu bekerja dengan model dan prototipe. Dalam proses mengubah dari persyaratan-persyaratan abstrak ke benda kongkrit, tidaklah secara tiba-tiba dan sekali jadi tetapi harus melalui tahapan *trial and error*, pengujian, evaluasi, mengurangi dan menambah agar sesuai dengan persyaratan dan kebutuhan pemakai. Oleh karena itu desainer sepanjang proses desainnya membutuhkan beberapa media perantara mulai dari pemodelan ide gagasan, ke sketsa bentuk, gambar kerja, *mock up*, prototipe sampai dengan terwujudnya benda

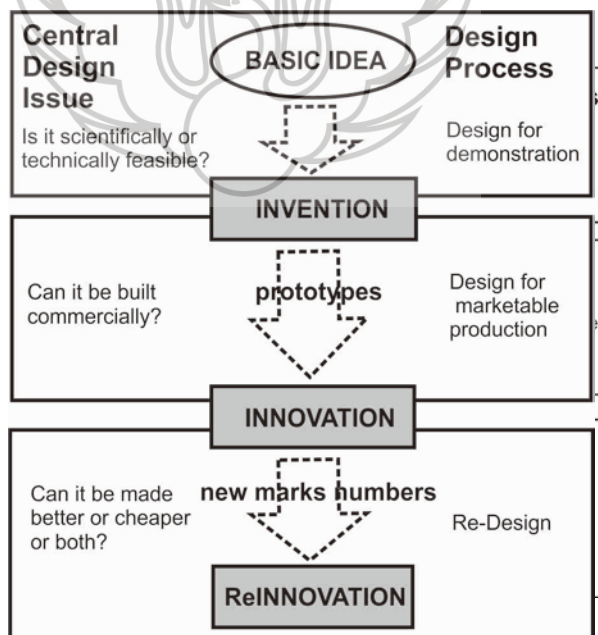
sesungguhnya (Cross, 2006; Lawson, 2006). Pada rangkaian tersebut prototipe menjadi simpul penting yang menghubungkan proses desain menjadi benda jadi, beberapa pengujian dapat dilakukan di sini seperti: apakah konsep desain dapat bekerja dengan baik, apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh klien atau pemakai, mengetahui keselarasan antara nilai yang dipunyai pelanggan dengan nilai bisnis. Keberhasilan melalui pengujian ini akan menentukan kesuksesan produk pada tahap selanjutnya.

Ciri yang terakhir, merupakan kenyataan bahwa kebanyakan kegiatan desain dikerjakan sebagai *project based working* (Dunne dan Martin, 2001), dan berlangsung dalam lingkungan organisasi (Cross, 1981), sejalan dengan hal tersebut Gorb dan Dumas (1987) mengatakan bahwa dalam proses mengembangkan desain menjadi artefak - benda dibutuhkan satu seri kegiatan organisasional. Sementara Kelly (2001), General Manager IDEO perusahaan konsultan desain dan pengembangan (R & D), mengatakan bahwa kerja kelompok (tim) adalah jantung dari metode IDEO dalam menyelesaikan projek-projek inovasinya. Mereka yakin bahwa kesuksesan berbagai projek bisnis di dunia dapat dicapai berkat hasil kerja tim. Selain itu Brown (2008), bekerja di IDEO pula, mengatakan bahwa naiknya kompleksitas produk dan layanan telah memaksa diterapkannya cara kerja kolaboratif. Yaitu kolaborasi para ahli dari berbagai disiplin untuk menyelesaikan projek desain, hal ini mematahkan mitos adanya seorang jenius kreatif yang dapat bekerja sendiri menyelesaikan permasalahan desain.

Dari pembentangan enam ciri tersebut di atas dapat kita ringkas bahwa desain adalah kegiatan mencari solusi bagi permasalahan yang licin-liar (*wicked problem*). Desainer itu bekerja di dunia kebendaan (*man made world*), yaitu dengan mengubah sejumlah persyaratan abstrak menjadi benda kongkrit, fungsional dan masal, yang dilakukan melalui media perantara seperti modelling dan prototipe. Desain merupakan kegiatan

yang berbasis proyek dilaksanakan secara kolaboratif dalam kelompok dan lebih sering terjadi di suatu lingkungan organisasi.

Pada paragraf di atas kita telah membicarakan ciri-ciri desain sebagai kegiatan (*design as practice*) dan selanjutnya mari kita lihat bagaimana proses desain tersebut dilaksanakan. Roy dan Walsh (1992) dalam buku *Winning by Design* dengan mengutip dari Rothwell dan Gardiner (1985) menyebutkan bahwa ada tiga tahapan dalam pola kerja desain yaitu *Basic idea – Invention – Innovation – Reinnovation*. Melalui gambar nomor 2 dapat kita lihat bahwa ide-ide kreatif dari desainer atau pencipta harus melalui dua tahapan lagi agar menjadi sebuah inovasi. Ketika ide dasar lahir, ia perlu didemonstrasikan (dipertunjukkan) dan diuji dengan pertanyaan apakah ide ini secara keilmuan dan atau secara keteknikan layak untuk diwujudkan atau *feasible*. Tahap kedua ketika sebuah ide dasar telah dapat melalui tahapan tersebut maka ia berubah menjadi sebuah invensi, arti harafiahnya adalah temuan baru.



Gambar no. 2 Proses Desain, dari Ide Dasar, Invensi, Inovasi, dan Reinovasi  
 Sumber: Rothwell dan Gardiner (1985) dalam Roy dan Walsh (1992)

Proses dilanjutkan pada tahap tiga dengan menguji invensi tersebut terhadap kelayakannya untuk dijual atau dikomersialkan. Pada tahap ini invensi harus diwujudkan dalam bentuk prototipe untuk diuji oleh bagian produksi apakah rancangan (invensi) dapat dibuat / dikerjakan, dan selanjutnya diuji oleh bagian marketing apakah barang tersebut akan dapat dipasarkan. Ketika tahap ini pun dapat dilalui maka invensi kemudian berubah menjadi sebuah inovasi, yaitu wujud nyata dari ide dan invensi, dimana wujud tersebut (produk, proses dan pelayanan) mengandung nilai guna, nilai sosial dan nilai ekonomis sekaligus.

Melalui penggambaran tersebut dapatlah dikatakan bahwa inovasi tidak dapat tercipta selama ide kreatif belum bersinggungan dengan tahap produksi dan pemasaran atau dunia bisnis pada umumnya. Apa yang selama ini sering terjadi di lingkungan kita ide kreatif berhenti sebagai ide yang hanya dipertunjukkan, atau ide yang telah dapat berkembang menjadi invensi, namun kemudian *mandeg*, sebagai maket atau prototipe yang menumpuk di studio atau kelas. Banyak karya-karya kreatif mahasiswa maupun dosen yang belum berlanjut menjadi produk (proses dan pelayanan) yang teruji performansinya dan kemudian diproduksi secara nyata serta dipasarkan ke masyarakat luas. Dalam hal ini orang sering salah beranggapan bahwa ide kreatif sama dengan inovasi, sehingga ketika ide sudah tertuang dalam rancangan atau *blue print* mereka berhenti karena merasa pekerjaan sudah selesai. Seorang inovator itu sebetulnya lebih mirip dengan wirausahawan, mereka adalah pekerja sejati bukan perencana atau pemimpi, seperti apa yang diungkapkan oleh Nolan Busnell "*The true entrepreneur is a doer, not just a dreamer*".

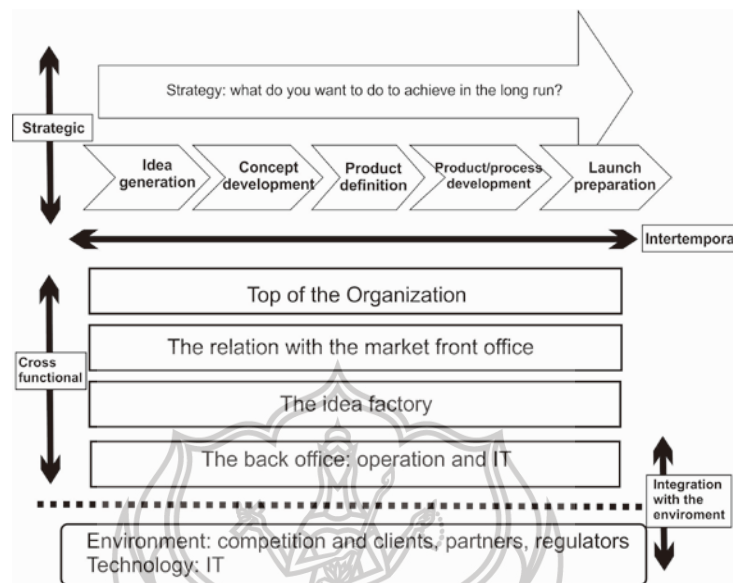
Untuk menegaskan hal tersebut mari kita lihat apa definisi inovasi, Fotana (2008) seorang pakar manajemen mengatakan bahwa inovasi adalah keberhasilan sosial dan ekonomi berkat diperkenalkannya atau ditemukannya cara-cara baru atau kombinasi baru dari cara lama dalam

menciptakan perubahan besar / drastis dalam hubungan antara nilai guna / manfaat dan nilai moneter / harga. Hal yang perlu digaris bawahi dari definisi tersebut adalah bahwa inovasi menuntut hadirnya produk baru hasil temuan di mana kebaruan yang ada di dalamnya dapat menciptakan perubahan nilai guna dan harga produk.

Inovasi tidak harus selalu dimulai dari benih murni ide, pada Gambar no.1 dapat dilihat bagaimana sebuah inovasi di kemudian hari dapat di *re-innovation*, dengan menambah beberapa ciri-ciri kebaruan. Dengan cara seperti ini sebuah inovasi tidak harus selalu dimulai dari ide dasar yang benar-benar baru atau original yang biasanya membutuhkan riset dan pengembangan lebih lama dan berbiaya mahal. Sesungguhnya memang inovasi selalu dapat dilakukan kapan pun tanpa harus menunggu hasil riset atau tersedianya biaya. Roy dan Walsh (1992) mengatakan bahwa spektrum inovasi dapat bergerak antara perubahan mayor (*technological breakthrough*) sampai pada perubahan minor (*design variants*). Sementara Fontana (2008) dengan mengutip Moore (2005) mengatakan bahwa ada delapan jenis inovasi: 1) *Disruptive innovation*, 2) *Application innovation*, 3) *Product innovation*, 4) *Process innovation*, 5) *Experiential innovation*, 6) *Marketing innovation*, 7) *Business Model innovation*, 8) *Structural innovation*. Melalui spektrum dan taksonomi tersebut dapat kita ketahui bahwa inovasi dapat dilakukan dalam beragam tingkatan, beraneka bentuk dan dari berbagai aspek pada sebuah produk (layanan dan proses), namun begitu inovasi memang tidak selalu mudah untuk dilakukan.

Proses mewujudkan inovasi menjadi tindakan yang semakin sulit terutama pada perusahaan yang telah besar dan mapan, lihat Gambar no. 3, oleh De Meyer dan Garg (2005) dalam Fontana (2008). Selain tahapan desain menjadi lebih panjang yaitu dimulai dengan kemunculan ide-ide dasar - *idea generation*, pengembangan konsep - *concept development* (pada gambar no. 2 adalah invensi), definisi produk - *product definition*, dan

pengembangan proses produksi - *product/process development* (pada gambar no.2 adalah inovasi).



Gambar no.3 Proses Inovasi Produk di dalam Perusahaan  
 Sumber: De Meyer dan Garg (2005) dalam Fontana (2008)

Pada gambar di atas ditunjukkan bahwa untuk dapat melakukan inovasi perusahaan pun harus melakukan beberapa integrasi yaitu: integrasi strategik, integrasi temporal, integrasi antar fungsi dan integrasi dengan lingkungan di luar perusahaan, (proses integrasi digambarkan sebagai garis hitam bertanda panah pada ujungnya). Integrasi strategik dimaksudkan bahwa produk yang sedang dikembangkan tersebut sudah selaras dengan visi ke depan perusahaan, integrasi temporal yaitu bahwa perusahaan selalu mengkoordinir dan menghubungkan satu tahap dengan tahap yang lain, yaitu pada empat tahapan proses dari ide dasar ke inovasi. Selanjutnya perusahaan pun harus melakukan integrasi antar fungsi, yaitu antar pimpinan perusahaan (termasuk CEO), bagian R & D (pabrik ide), bagian produksi, bagian marketing dan sales, bagian IT serta unsur pendukung lainnya yang berada di dalam perusahaan, diharapkan semua fungsi atau bagian memahami apa yang sedang dikerjakan



sehingga proses inovasi dapat berjalan secara lancar, efektif dan efisien. Integrasi keempat yang tidak kalah penting adalah perusahaan harus memastikan bahwa semua mitra kerjanya dapat memberi dukungan, bekerja dan memberi pelayanan kepada konsumen terkait dengan produk baru tersebut, misalnya *supplier*, agen dan penjual. Melalui penjelasan ini dapatlah dipahami bahwa dalam sebuah perusahaan yang sudah besar dan mapan kegiatan mewujudkan inovasi merupakan langkah-langkah yang berurutan, terstruktur dan terintegasi dengan baik dalam sistem kerja perusahaan. Ia bukan merupakan kegiatan atau langkah yang sepotong-potong, tanpa terencana, dan reaktif.

Sampai di sini kita dapat menyimpulkan bahwa kegiatan mewujudkan desain ternyata tidak sama dengan kegiatan mewujudkan inovasi. Desain seperti telah diterangkan di depan adalah proses menumbuhkan ide kreatif sampai dengan perumusan dan penggambaran sebuah solusi (jalan keluar) untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, sementara inovasi adalah pelaksanaan mewujudkan ide yang sudah digambarkan tersebut. Desain adalah cara mengatasi batasan dan kendala, menyatukan imajinasi dan pertimbangan rasional sehingga gagasan dapat terformulasi menjadi rancangan atau temuan baru (invensi). Inovasi adalah langkah lanjutan dari invensi dan mengubahnya menjadi produk, pelayanan atau proses nyata yang dapat dibuat dan dipasarkan oleh perusahaan.

Dalam situasi mendesak untuk mengembangkan ide kreatif ke inovasi seperti itu maka keterhubungan antara desainer dengan dunia bisnis dan pasar kemudian menjadi syarat mutlak. Kita pernah punya konsep *link and match*, yaitu keterhubungan antara PT dengan dunia kerja apakah mungkin menjadi salah satu pilihan untuk mencapai hal tersebut. Wardiman Djojonegoro sebagai pencetus *link and match*, pernah mengatakan pentingnya hal tersebut di era global sekarang. Pada jaman persaingan dan kompetisi bisnis global yang ketat ia menuntut tersedianya

sumber daya manusia tangguh. Pendidikan yang berorientasi pada aspek kompetensi menjadi kuncinya. *Link and match* dipakai untuk membangun sinergi dan jaringan antara lembaga pendidikan dengan dunia industri dan kerjasama mengaplikasikan kompetensi siswa ke dunia kerja. Paradigma pendidikan harus mulai berubah dari *supply minded* (orientasi jumlah) menjadi *demand minded* (kebutuhan) ke dunia kerja. Melalui pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa konsep *link and match* menekankan perlunya relevansi kompetensi lulusan lembaga pendidikan dengan kompetensi yang dibutuhkan dunia kerja, tidak lebih. Dengan demikian penerapan konsep *link and match* semata tampaknya tidak akan dapat kita pakai sebagai cara untuk meningkatkan inovasi dalam kerangka IK.

Membaca kembali pola pikir dan pola kerja desain serta prinsip dan proses inovasi yang dijelaskan di atas dapat kita simpulkan bahwa untuk mencapai inovasi, kegiatan desain harus diarahkan pada proyek praktik yang nyata, dan semua upaya solusi harus berdasar pada kebenaran informasi dan fakta dari dunia bisnis serta pasar. Inovasi hanya akan terjadi bila ada kerja sama antara desainer atau inventor dengan pihak bisnis. Kerjasama ini dimaksudkan agar pengujian akan kelayakan produksi serta pemasaran terhadap produk atau temuan baru dapat dilakukan, pada sisi inilah kita masih lemah.

Saya ingin menyampaikan satu *best practice* yang dapat kita pelajari dari proyek pengembangan desain dan inovasi yang pernah dilakukan di Italia (Collina dan Simonelli, 2004), yaitu dengan membangun kerjasama yang baik antara lembaga pendidikan tinggi desain dengan SME atau UKM (Usaha Kecil dan Menengah) beserta Kamar Dagang setempat. Kerjasama ini bertolak dari sebuah situasi di mana industri kecil di Italia menghadapi kesulitan serius dalam megembangkan usahanya, padahal dalam persaingan industri dan bisnis yang ketat menuntut adanya *competitive advantage* di atas *comparative advantage*, oleh karenanya inovasi desain menjadi sangat diperlukan. Sementara untuk melakukan

proses inovasi secara mandiri biayanya akan sangat mahal, maka dibuatlah kerja sama tiga pihak ini.

Kerja sama tiga pihak kemudian meluncurkan beberapa program seperti : proyek demonstrasi dan eksperimen desain, proyek pengembangan desain yang melibatkan sekelompok UKM dengan desainer, serta proyek pengembangan desain-desain yang kemudian dapat diakses oleh para UKM. Untuk melayani kebutuhan perusahaan yang berlevel lebih tinggi kerjasama diperluas sehingga meliputi: penguatan proses pendidikan dengan memberikan informasi beragam tentang realitas dunia usaha. Termasuk di dalamnya penawaran layanan desain kepada perusahaan setempat seperti pelatihan, workshop, magang yang dikombinasikan dengan kerja di studio desain. Badan ini juga mendorong lahirnya perusahaan desain dengan proyek-projek khusus, penguatan kewirausahaan dalam bidang desain, merangsang peran kewirausahaan desainer, serta pembuatan inkubator bagi perusahaan desain.

Program-program tersebut kemudian diimplementasikan melalui proyek yang disebut DxD, kepanjangannya *Design for Districts*. DxD adalah studio eksperimen yang dibangun dengan kerjasama antara Jurusan Desain Milan Politeknik dengan lembaga pembangunan lokal di distrik industri Lumezzane, Brescia. Program yang dikerjakan oleh DxD antara lain adalah:

- Mengirim 60 mahasiswa Tugas Akhir ke UKM untuk belajar tentang realitas lokal, yaitu mengetahui dan memahami berbagai informasi mulai dari produk, proses produksi dan distribusi, sampai dengan struktur kelompok industri setempat, kemudian para mahasiswa ini diminta membuat desain-desain agar dapat memperkuat kualitas produk para UKM.
- Program kedua adalah penempatan kerja, semua mahasiswa dikirim dan dilibatkan dalam kerja praktik di perusahaan UKM yang berada di dalam distrik tersebut.

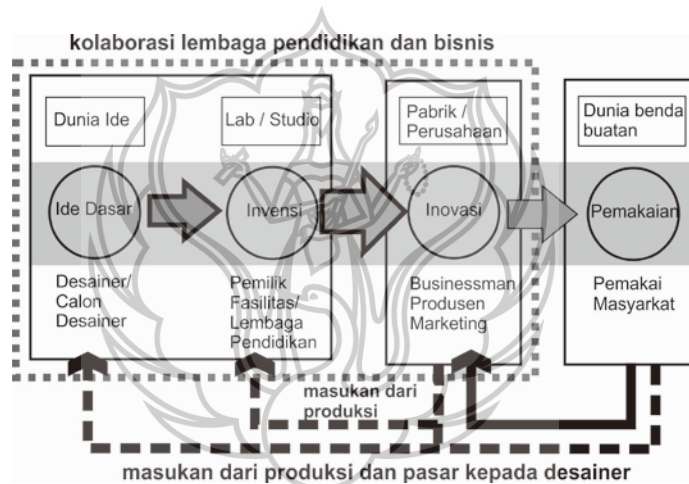
- Ketiga *DxD Award*, menyelenggarakan 2 seminar dan 2 pameran, semua desain yang dibuat oleh mahasiswa bersama UKM diikuti dalam kompetisi untuk *award*, dipresentasikan dan dibahas dalam seminar dan pameran.
- DxD juga dapat menghasilkan banyak skripsi dan tesis (46) dengan subjek yang terkait dengan desain dan produk yang berada di distrik tersebut.

Apa yang dapat kita pelajari dari *best practice* tersebut adalah kerjasama kelembagaan dilakukan di tingkat lokal sehingga memudahkan dalam koordinasi pelaksanaannya. Kedua program tersebut diintegrasikan dalam kegiatan internal lembaga-lembaga yang bekerjasama, pada lembaga pendidikan program menyatu dengan kurikulum dan proses belajar mengajar, pada UKM program disatukan dengan kegiatan bisnis perusahaan mereka, demikian pula dengan lembaga Kamar Dagang. Dengan cara seperti ini program tidak membebani salah satu pihak, tetapi dapat menyatu dengan kegiatan bisnis mereka sehari-hari, dan semua pihak dapat mengambil manfaat langsung dari program yang dijalankan.

Kolaborasi tersebut di atas sebenarnya tidak terlalu sulit untuk dilaksanakan, beberapa kegiatan secara terpisah-pisah pernah kita lakukan. Bahkan Kementerian Parekrif sudah mengkonsepkan beberapa program yang mirip dengan program yang dijalankan di Italia tersebut. Sinergi triple helix (Pangestu, 2008), antara akademisi, bisnis dan pemerintah, di sini semua tadi masih dalam tataran konsep, panggung masih jauh dari api, belum ada kerjasama terlembaga, apalagi integrasi yang utuh terhadap kegiatan yang ingin dilakukan. Padahal menurut Fontana (2008) untuk meraih sebuah inovasi yang sukses ada beberapa prinsip kerja yang harus dipenuhi, yaitu: 1) Tidak ada inovasi tanpa kepemimpinan, 2) Inovasi membutuhkan manajemen resiko yang terkalkulasi, 3) Inovasi dipicu oleh kreativitas, 4) Inovasi membutuhkan

integrasi organisasi, 4) Keberhasilan dalam inovasi membutuhkan keunggulan dalam manajemen proyek, 5) Informasi adalah sumber daya penting untuk efektivitas inovasi, 6) Hasil dari upaya kreatif perlu dilindungi, 7) Inovasi yang berhasil berakar pada pemahaman yang baik tentang pasar.

Sebagai kesimpulan pidato ini perlu saya tegaskan bahwa di Jurusan Desain permasalahan belum produktifnya kegiatan industri kreatif bukanlah pada sisi kompetensi kreatifnya namun terletak pada kesulitan untuk mengubah invensi menjadi inovasi. Untuk itu saya mengusulkan skema berikut sebagai solusi untuk mengatasinya.



Gambar: Skema Kolaborasi dan integrasi program industri kreatif antara Perguruan Tinggi dengan Perusahaan / Bisnis.  
Sumber: Suastiwi, 2013

Bahwa ada tahapan-tahapan yang berbeda antara proses kreatif, proses invensi sampai dengan proses inovasi, agar inovasi lebih cepat terwujud ide kreatif harus diumpun dan disuburkan dengan informasi nyata dari dunia produksi dan kebutuhan pemakai (pasar).

Bahwa komitmen untuk mengembangkan industri kreatif dalam kerangka kerja menyiapkan lulusan berjiwa kewirausahaan perlu terus dibangun dan dikuatkan, untuk itu lembaga perlu disusun langkah-langkah nyata, seperti:

- Merumuskan kebijakan, strategi dan memberikan komitmen yang menyeluruh di tingkat institut dan unit-unitnya untuk membangun jiwa *entrepreneurship* civitas akademika, yang salah satu implementasinya adalah pada program industri kreatif.
- Memberi perhatian dan prioritas pada usaha untuk menjalin kolaborasi dengan pihak luar, terutama lembaga bisnis dan lembaga pemerintah lain untuk melaksanakan program nyata dalam pelaksanaan industri kreatif melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat.
- Memprioritaskan integrasi program industri kreatif ke dalam program pendidikan, yaitu pada pelaksanaan kurikulum dalam proses belajar mengajar yang merupakan kegiatan sehari-hari di Jurusan atau Program Studi, dalam hal ini terbatas pada mata kuliah yang relevan dengan IK.
- Kegiatan industri kreatif yang dibiayai melalui program penelitian dan pengabdian masyarakat harus lebih diintegrasikan ke dalam program pendidikan dan kegiatan belajar mengajar di Jurusan-jurusan.
- Mendorong dan memfasilitasi unit setingkat Jurusan untuk dapat melakukan kolaborasi dengan pihak eksternal (bisnis, LSM dan pemerintah) secara lebih mandiri. Kemandirian kolaborasi ini diselaraskan dengan kebutuhan proses inovasi ke inovasi yang berbeda-beda tergantung pada bidang studinya (Jurusan).

#### **Daftar Pustaka:**

Arief, 2008, *Keajaiban Bisnis Ide*, Seminar Nasional Dies Natalis ISI ke-24 “Aksentuasi Triple Helix dalam Realisasi Ekonomi Kreatif”, Yogyakarta.

Brown, Tim, 2008, *Design Thinking*, Harvard Bussines Review, June, hrb.org., diakses 13 April 2013

- Buchanan, R., 1990, *Wicked Problems in Design Thinking*, dalam The Idea of Design, Victor Margolin dan Richard Buchanan (eds), 1995, The MIT Press, Cambridge.
- Collina, L., dan G Simonelli, 2004, *Generating Tools: Fighting Barriers to Innovation*, dalam Macdonald, Stuart, ed, Design Issues in Europe Today, BEDA, Barcelona.
- Cross, Nigel, 1981, *Designerly Ways of Knowing*, Design Studies, vol. 3, no. 4, October 1982, pp. 221-227.
- Cross, Nigel, 2006, *Designerly Ways of Knowing*, Springer, Berlin.
- Dunne, D., Roger Martin, 2006, *Design Thinking and How It Will Change Management Education: An Interview and Discussion*, dalam Academy of Management Learning & Education, Vol. 5, No. 4, p. 512 - 523.
- Fontana, Avanti, cetakan ke-3, 2011, *Innovate We Can*, Cipta Inovasi Sejahtera, Jakarta.
- Gorb, P dan Angela Dumas, 1987, *Silent Design*, Design Studies, Vol. 8, No. 3, July 1987.
- Kasali, Rhenald, 2010, *Myelin*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kelley, T., dan J Littman, 2001, *The Art of Innovation*, Terjemahan: Paulus Herlambang, 2002, PT. Gramedia Utama, Jakarta.
- Kimbell, Lucy, 2009, *Beyond Design Thinking: Design-as-practice and Design-in-practice*, makalah pada European Academy of Management Conference, Liverpool.
- Kolko, Jon, 2010, *Abductive Thinking and Sensemaking: The Drivers of Design Synthesis*, Design Issues: Vol. 26, Number 1 Winter 2010, MIT Press, Cambridge.
- Lawson, B, 2006, *How Designers Think*, 4th ed., Elsevier, London.
- Pangestu, Mari E., Menteri Perdagangan, 2008, "Aksentuasi Triple Helix dalam Realisasi Ekonomi Kreatif Indonesia", seminar Nasional Ekonomi Kreatif Indonesia, Mercure Hotel, Agustus 2008, Yogyakarta.
- Roy, Robin dan Vivien Walsh, 1992, *Winning by Design*, Blackwell Publishing. Oxford.

Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta, Sambutan, *Musrenbang DIY Tahun 2013*, Dalam Rangka Penyusunan Rencana Kerja Pembangunan Daerah (RKPD) Tahun 2014, Yogyakarta, 28 Maret 2013.

Pentingnya Ekonomi Kreatif bagi Indonesia *Warta Ekonomi*, No. 12/Tahun XX/9 Juni 2008, <http://kolumnis.com/2009/01/30/pentingnya-ekonomi-kreatif-bagi-indonesia/>

<http://www.neraca.co.id/harian/article/26550>, Industri Kreatif RI Berpotensi Kuasai Pasar Dunia, diakses 20 April 2013.

<http://www.tempo.co/read/news/2012/25/090419259>, Mari Elka Akui Banyak Hambatan Industri Kreatif, diakses 20 April 2013.





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Dr. Suastiwi Triatmodjo, M. Des.  
NIP : 19590802 198803 2 002  
Tempat /Tgl Lahir : Yogyakarta, 02 Agustus 1959  
Pangkat/Golongan : Pembina, IV/a  
Jabatan Akademik : Lektor Kepala  
Alamat Kantor : Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta  
Jl. Parangtritis Km. 6,5 Sewon, Bantul, Yogyakarta  
Telp. (0274) 381 590, 417 219  
Alamat Rumah : Jl. Sidikan 107, Yogyakarta  
Telp. (0274) 372 904, HP: 08156856644  
Faks (0274) 384 208  
Pendidikan : S-1 Desain Interior, 1983, STSRI "ASRI" Yk.  
S-2 Industrial Design, 1996, RMIT Melbourne  
S-3 Teknik Arsitektur, 2010, Fakultas Teknik,  
Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.  
Mengajar : 1. Desain Interior V  
2. Antropologi Sosiologi Desain III  
3. Metodologi Desain I dan II  
4. Pengkajian Seni II (Pasca Sarjana ISI Yk.)  
5. Perancangan Desain Interior I, II dan III

### Pengalaman Kerja :

- Th. 1983 – 1984, Desainer Junior pada RB Desain Bandung.
- Th. 1984 – 1985, Designer Trainee pada Yu Watanabe Design Jimusho, Tokyo.
- Th. 1985 – 1986, Visual Merchandising Manager di Pasaraya Blok M, Jakarta.
- Th. 1987 – skrg, Staf Pengajar di PS. Desain Interior FSR ISI Yogyakarta.
- Th. 1995 – 1998, Ketua Program Studi Desain Interior FSR ISI Yogyakarta.
- Th. 1998 – 1999, Pimpinan Proyek Pembangunan ISI Yogyakarta.
- Th. 2002 – 2004, Pembantu Dekan II FSR ISI Yogyakarta.
- Th. 2011 – 2012, Dekan FSR ISI Yogyakarta (antar waktu)
- Th. 2012 - , Dekan FSR ISI Yogyakarta

### Kegiatan Ilmiah:

- Triatmodjo, Suastiwi, 2011, "*Strategi Mahasiswa Membangun Interaksi Berkesenian: Beberapa Alternatif Gagasan*", keynote speech: Seminar Nasional Mahasiswa Seni Rupa, BEM FSR ISI Yogyakarta, 26 November 2011.

- Triatmodjo, Suastiwi, 2011, "*Penyiapan SDM Pengembangan Desain Kerajinan dan Batik*", makalah pada workshop Pendirian Pusat Pengembangan Desain Kerajinan dan Batik, Departemen Perindustrian Republik Indonesia, Yogyakarta, 25 Juli 2011.
- Triatmodjo, Suastiwi, 2010, "*Local value, modern spirit and green touch*" sebagai konsep kerja, makalah pada Seminar Nasional HDII cabang Yogyakarta, PS Desain Interior FSR ISI Yogyakarta. 31 Agustus 2010.
- Triatmodjo, S., Djunaedi, A., Sastrosasmito, S., dan Subroto, YW., 2009, *Dua Ragam Makna pada "Ruang dari Masa Lalu" di Permukiman Kauman Yogyakarta*, makalah peserta pada International Seminar, on Archeology, Art and Identity, Department of Archeology, Faculty of Cultural Sciences, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Desember 2009..
- Triatmodjo, S., Djunaedi, A., Sastrosasmito, S., dan Subroto, YW., 2009, *The Old and New Culture-Based Mesionizing Space in Kampong Kauman Yogyakarta*, disampaikan pada 4th International Symposium of Nusantara Urban Research Institute (NURI), Change + Heritage in Architecture + Urban Development, UNDIP Semarang Indonesia, November 2009.
- Triatmodjo, S., Djunaedi, A., Sastrosasmito, S., dan Subroto, YW., 2009, *Metode Fenomenologi untuk Penelitian Arsitektur, Memilih antara Deskriptif atau Interpretif*, disampaikan pada Seminar Nasional Penelitian Arsitektur – Metode dan Penerapannya, UNDIP Semarang, Mei 2009.
- Th. 2005 Peserta pada International Seminar on Culture and Living, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Universitas Gadjahmada, Yogyakarta.
- Th 2005 Peserta pada International Seminar on Design Science, FSRD Institut Teknologi Bandung.
- Triatmodjo, S., 2004 Pembicara pada International Seminar on Tourism and Education in Urban Culture, International Academic Forum Yogyakarta.
- Triatmodjo, S., 2003 Pembicara pada Seminar Nasional Kualitas Desainer Interior Indonesia Menghadapi Era Pasar Bebas, Lustrum I Jurusan Desain Interior Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Triatmodjo, S., 2002, Pembicara pada Regional Seminar on the way forward Changes, Challenges, and Consequences for the Future Development of Arts and Cultural Institutions, Singapore
- Th. 2001, Peserta pada Workshop on Region-Based Economic Development Strategy, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Th. 1997, Peserta pada Seminar Nasional Pendidikan Desain, Universitas Trisakti Jakarta.
- Th. 1995, Peserta pada Seminar Nasional Pendidikan Arsitektur, UGM Yogyakarta.

- Triatmodjo, S., 1995, Pembicara pada Seminar Dies Natalis XI ISI Yogyakarta, Praktek Desain Pada Era Kompetisi Baru
- Triatmodjo, S., 1995, Pemenang II Lomba Penulisan Ilmiah DEKRANAS 1995, Desain Industri Indonesia menghadapi Era Perdagangan Bebas.

#### **Penelitian:**

- Triatmodjo, S., 2010, *Pemufakatan dan Desakralisasi Ruang di Permukiman Kauman Yogyakarta*, Disertasi, Program Pascasarjana Jurusan Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik UGM.
- Triatmodjo, S., dan Ikaputra., 2005 a, *Pola Pemilikan Tanah dan Pola Perumahan di Permukiman Kauman Yogyakarta*, Yogyakarta, Penelitian sebagai Tugas MK Mandiri, Program Pascasarjana Jurusan Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik UGM.
- Triatmodjo, S. dan Haryadi, 2005b, *Makna Rumah Gedhong di Kampung Kauman Yogyakarta pada Awal Abad XX*, Yogyakarta, Penelitian sebagai Tugas MK Mandiri, Program Pascasarjana Jurusan Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik UGM.
- Triatmodjo, S. dan Djunaedi, A., 2005c, *Budaya Santri Jawa Sebuah Tinjauan Singkat*, Yogyakarta, Penelitian sebagai Tugas MK Mandiri, Program Pascasarjana Jurusan Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik UGM.
- Triatmodjo, S. dan Sudaryono, 2005d, *Tata Atur Ruang di Permukiman Kauman Surakarta: Konsepsi Wonge-dhewe Wongliya dalam Kasus Kepemilikan Ruang*, Yogyakarta, Penelitian sebagai Tugas MK Mandiri, Program Pascasarjana Jurusan Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik UGM..
- Triatmodjo, S., dan Haryadi, 2005e, *Penerapan Metode Fenomenologi pada Penelitian Perilaku-Lingkungan*, Yogyakarta, Penelitian sebagai Tugas MK Mandiri, Program Pascasarjana Jurusan Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik UGM.
- Triatmodjo, S., dan Subroto, Y.W., 2005f, *Konsep Ahlul Sunnah wal Jama'ah dan Pemebeentukan Orientasi Ruang di Permukiman Kauman Menara Kudus*, Yogyakarta, Penelitian sebagai Tugas MK Mandiri, Program Pascasarjana Jurusan Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik UGM.
- Triatmodjo, S., Hartiningsih dan I Setiawan, 2003, *Evaluasi Pascahuni Kantor Camat Mantrijeron Kota Jogjakarta: Studi Diagnosis terhadap Kantor Camat*, Hibah Penelitian Program Due-Like PS Desain Interior FSR ISI Jogjakarta.
- Triatmodjo, S., dan M Shollahudin, 2002, *Evaluasi Pascahuni terhadap Aspek Perilaku Manusia pada Gedung Program Studi Desain Interior FSR ISI Yogyakarta*, Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta, peneliti utama.

- Triatmodjo, S., 1996, *Studi terhadap Sikap Mahasiswa Program Studi Desain Interior FSR ISI Yogyakarta mengenai Eko-Desain/Interior*, Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta, penelitian mandiri.
- Triatmodjo, S., 1993, *The Possible Role of Design Management in Assisting Jepara Furniture Industry to Endure in International Market*, minor thesis, Faculty of Art and Design RMIT University, Melbourne Australia.
- Triatmodjo, S., 1992, *Penelitian Evaluatif Terhadap Metoda Perancangan Tugas Akhir Mahasiswa Program Studi Desain Interior FSRD ISI Yogyakarta Tahun 1987 – 1992*, Balai Penelitian ISI Yogyakarta, penelitian mandiri.
- Triatmodjo, S., 1990, *Evaluasi Paska Huni: Perubahan Denah Rumah Tipe 54 di PERUMNAS Minomartani Yogyakarta*, Tahun Penelitian 1990, Balai Penelitian ISI Yogyakarta, penelitian mandiri.

#### **Karya Ilmiah:**

- Triatmodjo, S., Djunaedi, A., Sastrosasmito, S., dan Subroto, YW., 2009, *Desakralisasi Ruang Cikal Bakal di Permukiman Kauman Yogyakarta: Sebuah Perubahan Makna Ruang Permukiman Tradisional di Kota*, *Jurnal Manusia dan Lingkungan*, Vol. 16 No. 3, November 2009, Pusat Studi Lingkungan Hidup UGM,
- Triatmodjo, S., 2009, *Pengaruh Globalisasi pada Ruang*, Sebuah Kasus dari Masa Lalu, *Jurnal ARS*, No. 10, Januari – April 2009, Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
- Triatmodjo, S., Djunaedi, A., Sastrosasmito, S., dan Subroto, Y.W., 2008, *Religionisme Ruang di Permukiman Kauman Yogyakarta*, *Forum Teknik*, Vol. 32. No. 2. Mei 2008, Fakultas Teknik UGM.
- Triatmodjo, S., 2008, *Evaluasi Paska Huni Aspek Perilaku di Kantor Kecamatan Mantrijeron Kota Yogyakarta*, *Jurnal Lintas Ruang*, PSDI FSR ISI Yogyakarta.
- Triatmodjo, S., 2005, *Mengembangkan Eko-edutourisme di Yogyakarta*, *Jurnal Seni Ekspresi*, Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta.
- Triatmodjo, S., 1999, *Cita Rasa Etnik Tionghoa dalam Memilih Asesor Interior*, *Jurnal Seni*, BP ISI Yogyakarta, VII/03 Desember 1999.
- Triatmodjo, S., 1998, *The Positive Contribution of The Australian Ecodesign Community In Solving Environmental Problems*, *Jurnal Visual* Vol. 2 No. 5 Oktober 1998.
- Triatmodjo, S., 1996, *Desain Interior Dalam Pembangunan Berkelanjutan*, *Jurnal SENI*, BP. ISI Yogyakarta, V/01-02 Desember

Yogyakarta, Mei 2013