



SIKAP MORAL DALAM PEMILIHAN METODE DESAIN

Pidato Ilmiah pada Dies Natalis XVIII
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Selasa, 23 Juli 2002

Oleh :
Drs. Sumartono, MA., Ph.D
Fakultas Seni Rupa

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

SIKAP MORAL DALAM PEMILIHAN METODE DESAIN

- Yth. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi;
- Yth. Ketua, Sekretaris, dan para anggota Dewan Penyantun
Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
- Yth. Rektor / Ketua Senat, Sekretaris Senat, dan para anggota
Senat Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
- Yth. Para Pejabat Pemerintah;
- Yth. Para Pembantu Rektor, para Dekan, para Kepala Lembaga,
serta staf pimpinan Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
- Yth. Pengurus Senat Mahasiswa Institut Seni Indonesia
Yogyakarta;
- Yth. Para rekan dosen, mahasiswa, tamu undangan, dan keluarga
yang saya cintai.

Pada kesempatan yang membahagiakan ini perkenankanlah saya mengucapkan syukur ke hadapan Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karuniaNya. Rasa hormat dan terimakasih saya sampaikan kepada Senat Institut Seni Indonesia Yogyakarta atas kepercayaan yang diberikan kepada saya untuk menyampaikan pidato ilmiah berjudul "Sikap Moral dalam Pemilihan Metode Desain" dalam rangka Dies Natalis ke 18 Institut Seni Indonesia Yogyakarta tahun 2002. Saya ucapkan selamat berbahagia mudah mudahan di waktu dekat ISI akan mengalami kemajuan.

I

Hadirin yang terhormat.

Dalam mendesain sebuah produk (bangunan, interior, mobil, iklan, pakaian, kursi, dan lain - lain) seorang pendesain (*designer*), disadari atau tidak, pasti memiliki sikap moral tertentu. Sikap moral ini bisa menyangkut banyak hal, termasuk yang akan dibicarakan di sini yakni bagaimana ia memilih metode/pendekatan desain yang dianggapnya paling rasional, paling efisien, dan paling efektif untuk mewujudkan sebuah produk yang bisa memuaskan klien (*client*) atau pemakai (*user*). Pemilihan metode/pendekatan desain di sini juga mengandung pengertian bagaimana seorang pendesain memperhitungkan aspek fungsi (*function*) dan aspek bentuk (*form*) dalam proses desain. Secara harfiah arti kedua kata yang disebut kemudian ini memang mudah dimengerti, tetapi secara konseptual kedua kata ini telah menjadi sumber pertentangan tajam antara pendukung desain Modern dan pendukung desain Posmodern dalam merumuskan slogan-slogan yang mereka gunakan.

Sejauh ini pendekatan yang paling terkenal dalam proses desain adalah pendekatan "Behavioris" atau pendekatan "tingkah laku", yang dalam proses perancangan lebih mengutamakan kebutuhan manusia, analisis terhadap kebutuhan - kebutuhan manusia, dan pencarian solusi desain dengan menggunakan ukuran-ukuran standar (misalnya ukuran-ukuran standar antropometri/ergonomi untuk berbagai jenis kegiatan manusia), komputer, dan lain lain.¹

Banyak pendesain atau mahasiswa - mahasiswa jurusan desain yang menggunakan pendekatan ini karena agak praktis penerapannya

tetapi "ilmiah." Dalam proses desain seperti ini pendesain memulai tugasnya dengan menganalisis perilaku manusia untuk merumuskan landasan kuantitatif, kualitatif, dan relasional bagi pemecahan desain.

Pendekatan "behavioris" ini menarik perhatian banyak pendesain hingga sekarang ini karena pendesain bisa memanfaatkan secara langsung, dari buku, ukuran - ukuran standar kegiatan manusia seperti berdiri memandang suatu objek (di depan, di atas, di samping; dari jarak dekat, dari jarak jauh), duduk sendirian, duduk berdua, berjalan sendirian, berjalan bersimpangan dengan orang lain, berjalan beriringan lebih dari dua orang, berlari, menulis, menyimpan benda, tidur sendirian, tidur berdua, mandi, dan lain lain. Ukuran - ukuran standar ini disusun berdasarkan penelitian dan evaluasi desain yang telah dilakukan di berbagai tempat di dunia dalam waktu yang lama. Di samping itu pendesain bisa memanfaatkan jasa komputer untuk lebih memperlancar penyelesaian pekerjaannya. Perangkat keras dan perangkat lunak telah demikian canggihnya sehingga seorang pendesain tidak perlu lagi menggantungkan diri sepenuhnya pada otak dan tangannya untuk menyelesaikan pekerjaannya. Untuk membuat gambar-gambar alternatif desain pun seorang pendesain bisa menggantungkan diri pada perangkat lunak komputer.

Dewasa ini produk - produk desain seperti bangunan, interior, mobil, iklan, pakaian, kursi, dan lain - lain dibuat berdasarkan bantuan komputer. Komputer bisa membantu pendesain memvisualisasikan desain dengan ketepatan skala dan proporsi, ketajaman warna, dan tingkat kemiripan dengan kenyataan yang tinggi. Desain iklan di televisi bahkan bisa dibuat lebih hidup

dengan menggunakan perangkat lunak.

Pendekatan "Behavioris" bersesuaian dengan perkembangan desain Modern, sebuah gerakan desain yang menjadikan pemujaan terhadap 'fungsi' sebagai patokan moral seorang pendesain. Pendekatan ini sangat memuja kemajuan teknologi karena kemajuan teknologi membuat hidup manusia menjadi lebih enak dan lebih mudah. Demikian juga, dengan teknologi canggih bisa diciptakan produk-produk desain yang memberikan kemudahan serta kenyamanan kepada pemakainya, meskipun bentuk dari produk-produk yang dihasilkan lewat teknologi biasanya sederhana. Para pelopor desain Modern membela kesederhanaan bentuk dari produk-produk yang diciptakan lewat teknologi modern karena yang terpenting dari produk-produk itu adalah 'fungsinya,' bukan 'bentuknya.' Kesederhanaan bentuk desain adalah simbol 'efisiensi' dan 'efektivitas.' Nyatanya masyarakat luas di berbagai tempat di dunia menyambut dengan antusias munculnya produk-produk yang tampil dengan bentuk sederhana dan seringkali massal itu. Karena itu beberapa pelopor utama desain Modern merasa mantap ketika mereka melontarkan slogan-slogan seperti "bentuk mengikuti fungsi" (*form follows function*), "kurang adalah lebih" (*less is more*), dan "penggunaan hiasan adalah suatu kejahatan" (*ornamentation is a crime*).

Para pelopor desain Modern boleh merasa bangga bahwa produk-produk yang dibuat atau diproduksi berdasarkan prinsip-prinsip desain yang mereka rumuskan ternyata telah membanjiri dunia. Bangunan, interior, mobil, iklan, pakaian, kursi, televisi, kalkulator, dan lain-lain menyebar ke seluruh dunia membawa panji desain Modern.

II

Hadirin yang saya muliakan,

Pendekatan "Behavioris" yang terkenal dan dianggap rasional itu rupanya kemudian juga digugat oleh sejumlah pendesain atau pakar teori desain. Janet Daley menyebut " Behaviorisme " dalam desain " Fasisme intelektual,"² karena pendekatan ini mengandung kekejaman intelektual yang kalau dalam politik setara dengan kekejaman yang pernah dilakukan oleh Hitler. Pendekatan " Behavioris" dikritik habis oleh para pendesain yang menganut pendekatan "Fenomenologis" yang menekankan pentingnya mempertimbangkan faktor "kemanusiaan" dalam desain. Pendekatan "Behavioris" dianggap lemah karena tidak mempertimbangkan emosi, perasaan, dan aspek irasional manusia. Seperti dikatakan oleh Geoffrey Broadbent, pendekatan "Behavioris" menjadi terlalu mekanistik, rutin, dan tidak memberi tempat pada hal irasional yang sesungguhnya juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia.³ Agar bisa dihasilkan sebuah produk yang baik, menurut pendekatan "Fenomenologis," setiap proses desain harus merupakan pemecahan yang melibatkan rasionalitas (logika kepala/otak) dan intuisi (logika hati). Dialektika antara logika kepala / otak dan logika hati ini akan menghasilkan logika kehidupan, logika ketahanan hidup (*survival*).⁴ Karya desain pun diharapkan memiliki nilai abadi, tidak mudah dilupakan orang. Inilah yang tidak ada dalam pendekatan " Behavioris . " Produk-produk yang dihasilkan lewat pendekatan "Behavioris" memang membanjiri dunia, tetapi produk-produk itu umumnya cepat membuat orang

bosan. Lihat saja jenis budaya yang oleh Alvin Toffler disebut "budaya membuang barang" (*throw-away culture*) yang sekarang ini melanda seluruh dunia. Kaleng minuman dan kemasan makanan yang diproduksi dengan desain yang bagus dibuang dan dilupakan orang dalam waktu sekejap. Sementara itu dalam dunia iklan berkembang "budaya menggusur" di mana setiap iklan dipasang semenarik mungkin sehingga kalau perlu menutupi ruang pandang iklan yang lain. Inilah yang sekarang ini memunculkan masalah "ekologi visual" yang sangat serius.

Pendekatan, "Fenomenologis" dalam desain dipengaruhi oleh filsafat fenomenologi yang dikembangkan oleh Edmund Husserl (1859 - 1938). Fenomenologi menekankan pentingnya pengkajian tentang pengalaman hidup manusia.⁵ Dalam kaitan dengan desain, pengalaman dalam menggunakan produk desain lebih penting daripada membicarakan ukuran atau konstruksi dari produk tersebut. Para penganut pendekatan "Fenomenologis" mengemukakan banyak contoh tentang kelemahan pendekatan "Behavioris." Banyak produk yang dihasilkan lewat perhitungan rasional ternyata tidak disukai pemakai atau menyimpang dari sasaran yang telah ditentukan. Sebagai contoh, ada beberapa jenis kendaraan bermotor yang bagus ternyata oleh pemakainya diubah desainnya untuk memuaskan hatinya. Jumlah orang yang mengubah kendaraan seperti ini tidak sedikit. Dalam pendekatan "Behavioris" selera masyarakat dianggap kurang lebih sama . Itulah sebabnya produk – produk yang dihasilkan lewat pendekatan "Behavioris" cenderung sederhana dan membosankan karena hanya mementingkan fungsi. Asumsinya adalah bahwa jika sebuah

produk sudah fungsional, bisa berfungsi dengan baik, maka masyarakat tentu menyukainya. Lahirlah apa yang disebut "produksi massa" (*mass production*), di mana produk - produk yang seragam dibuat dalam jumlah besar dan dipasarkan di segala tempat.

Hadirin yang saya muliakan,

Produk-produk yang seragam seperti barang-barang elektronik, mobil, kursi, dan lain-lain memang telah memuaskan banyak orang. Tetapi dalam kenyataan toh manusia tetap bisa cepat bosan dan ingin beralih ke produk dengan model yang lain. Pergantian model ini tidak selalu semata-mata didasarkan pada kecanggihan teknologi dari sebuah produk. Ketika menghadapi beberapa produk yang kecanggihan teknologinya sama, orang tentu harus menentukan pilihan. Pilihan ini boleh jadi dipengaruhi oleh daya tarik bentuk produk, popularitas perusahaan pembuat produk, atau popularitas nama pendesaian produk itu. Demikian besar pengaruh popularitas perusahaan pembuat produk atau popularitas pendesain sehingga sering kali masyarakat tidak banyak berpikir dalam membeli atau memakai produk yang dibuat oleh perusahaan atau pendesain yang terkenal itu, misalnya Sony untuk barang elektronik dan Guess untuk pakaian. Masyarakat internasional bahkan telah dikagetkan oleh laku kerasnya produk-produk elektronik Jepang, terutama *casette player* dan *CD player* yang susunan panelnya tampak rumit. Produk-produk ini mengalahkan produk-produk buatan negara-negara lain meskipun yang disebut belakangan ini menampilkan susunan panel yang sederhana untuk memudahkan penggunaan. Meskipun produk-produk negara lain itu tampak lebih fungsional,

kenyataannya kalah laku dibandingkan produk - produk Jepang. Jika pendekatan "Behavioris" bersesuaian dengan desain Modern yang menekankan ' fungsi', pendekatan "Fenomenologis" lebih bersesuaian dengan Desain Posmodern. Dalam desain Posmodern faktor 'fungsi' tidak lagi paling penting. Dalam perspektif Posmodernis, Broadbent bahkan telah menunjukkan bahwa apa yang dari luar tampak fungsional mungkin saja dalam penggunaan kurang fungsional, demikian juga apa yang dari luar tampak kurang fungsional mungkin saja dalam penggunaan ternyata fungsional, . Ia memberi contoh perbandingan antara Gedung Seagram bergaya modern, hasil rancangan Ludwig Mies van der Rohe (yang menggunakan pendekatan "Behavioris"), dan Gedung AT & T bergaya Posmodern, hasil rancangan Philip Johnson (yang menggunakan pendekatan "Fenomenologis"), keduanya berada di kota New York, Amerika Serikat. Meskipun sejak awal Gedung Seagram telah dirancang dengan memperhitungkan fungsi lebih daripada bentuk , dalam kenyataan bangunan itu ternyata menunjukkan kelemahan fungsi. Sementara itu Gedung AT & T ternyata bisa berfungsi dengan baik meskipun penampilan luarnya mengesankan penyelesaian secara gampang untuk sebuah desain (karena bagian atasnya meniru bentuk bagian atas dari sebuah perabot mebel karya Chippendale). Broadbent bahkan menyebut Gedung AT & T sebagai sebuah bangunan Posmodern anti fungsional (tetapi dalam kenyataan ternyata fungsional, berfungsi dengan baik). Gedung AT &T bisa lebih fungsional karena pada tahap pra perencanaan sang pedesain (arsitek) mempertimbangkan segala saran yang diinginkan oleh klien.⁶

Hadirin yang berbahagia.

Di atas telah dikatakan bahwa dalam desain Posmodern faktor 'fungsi' bukanlah yang paling penting, meskipun bukan berarti tidak penting. Kalau dalam desain Modern 'fungsi' lebih penting daripada 'bentuk,' maka dalam desain Posmodern 'bentuk' dan 'fungsi' sama pentingnya. desain Modern telah mengubur keanekaragaman seni rupa masa lalu demi mewujudkan kesederhanaan, kebersihan desain yang didasarkan pada slogan slogan "bentuk mengikuti fungsi," "penggunaan hiasan adalah kejahatan" dan "kurang adalah lebih." Desain Posmodern membangkitkan kembali keanekaragaman seni rupa itu dari kubur dan menghadirkan karya-karya desain yang berorientasi pada seni rupa. Kaum Posmodernis menggunakan slogan - slogannya sendiri seperti "kurang itu adalah sesuatu yang membosankan" (*less is a bore*) dan "lebih adalah lebih" (*more is more*). "Lebih adalah lebih" maksudnya menggunakan banyak hiasan bisa saja menghasilkan nilai lebih. Dalam desain arsitektur, desain interior, dan desain produk bergaya Posmodern, misalnya, kita bisa melihat penggunaan unsur - unsur yang semula hilang bersama desain modern itu. Menurut Charles Jencks, unsur-unsur ini adalah ornamen/hiasan, polikromi (banyak warna), metafora, humor, simbolisme, dan berbagai konvensi.⁷

Pendekatan "Fenomenologis" dalam desain sangat mementingkan upaya "memanusiakan manusia." Di sini yang dimaksudkan manusia terutama adalah pemakai produk. Pendekatan ini sangat bertumpu pada analisis terhadap pengalaman manusia, baik pengalaman masa lalu maupun masa sekarang. Dengan demikian pendekatan ini mencoba mencari jalan keluar terhadap konflik yang

melibatkan tiga pihak, yakni pendesain, klien, dan pemakai. Meskipun pembuatan sebuah desain sudah memperhitungkan segala faktor dengan baik, hasil desain tersebut mungkin saja masih menunjukkan kelemahan. Untuk itu harus dilakukan penilaian pasca-pemakaian, yang dalam desain arsitektur terkenal dengan sebutan *Post-Occupancy Evaluation* (POE). Kimberley Dovey telah menjelaskan secara menarik kaitan antara proses desain yang menggunakan pendekatan "Fenomenologis" dan penilaian pasca-pemakaian dalam sebuah artikelnya berjudul "Putting Geometry in Its Place."⁸

Pendekatan "Fenomenologis" juga memiliki perbedaan mendasar dengan pendekatan "Behavioris" menyangkut batasan desain. Jika pendekatan "Behavioris" membedakan secara tegas antara desain dan seni kriya, dan bahkan seni kerajinan, pendekatan "Fenomenologis" pada tingkat tertentu mengakomodasi seni kriya dan bahkan seni kerajinan sebagai bagian dari desain selama proses perancangannya mengikuti tahap-tahap yang biasa diterapkan dalam desain. Beberapa pemikir desain di Inggris seperti Peter Dormer bahkan membahas seni kriya dan seni kerajinan secara mendalam dalam bukunya tentang desain. Menurut Dormer, sebuah karya seni kriya yang digarap secara teliti menggunakan mesin canggih tidak akan bisa dibedakan dari sebuah karya desain yang lain.⁹ Di negara seperti Indonesia, di mana seni kriyanya memiliki tradisi sangat penting dan perkembangan desainnya tidak sepesat negara-negara maju, akan lebih sulit bagi kita untuk tidak mengakomodasi seni kriya dalam pembicaraan tentang desain.

Lepas dari kekurangannya, pendekatan "Fenomenologis" juga telah berhasil mempengaruhi banyak orang dan produk-produk yang

tampil membawa panji pendekatan ini pun banyak jumlahnya, meskipun penyebarannya tidak seluas dan sebanyak produk-produk yang dihasilkan lewat pendekatan "Behavioris."

III

Hadirin yang saya hormati

Dua pendekatan yang telah disebut di atas ternyata belum memuaskan semua pendesain. Sejumlah pendesain menganggap kedua pendekatan di atas masih bertumpu pada kemauan pendesain, sedangkan 'klien' dan pemakai belum banyak dilibatkan. Bagi mereka mendesain berarti mendidik masyarakat untuk memahami desain dan kalau perlu menjadikan masyarakat sebagai pendesain untuk kepentingan diri mereka sendiri. Inilah tanggung jawab moral sebenarnya dari para pendesain. Sejumlah pendesain telah mencoba menerapkan pendekatan "Kolektivis" ini, namun seperti dikatakan oleh Broadbent, hasilnya belum seperti yang diharapkan oleh para pelopornya.¹⁰

Dalam perkembangannya pendekatan "Kolektivis" ini bercabang menjadi dua. Pertama adalah kelompok yang lebih banyak memusatkan perhatiannya pada golongan menengah ke atas, terutama di negara-negara maju dan sebagian di negara-negara berkembang, dan kedua adalah kelompok yang lebih banyak memusatkan perhatiannya pada golongan tidak mampu di negara-negara berkembang. Beberapa pendesain dalam kelompok kedua ini adalah juga pemikir lingkungan dan budaya lokal. Termasuk ke dalam kelompok kedua ini, misalnya adalah Y.B. Mangunwijaya, Hassan Fathy, dan Victor Papanek. Y.B. Mangunwijaya adalah

seorang arsitek, pendisain, dan pemikir lingkungan dan budaya, di samping seorang sastrawan produktif, yang banyak mendidik rakyat kecil untuk memahami desain dan mempengaruhi sejumlah pendesain untuk lebih memberi perhatian pada masyarakat kurang mampu. Hassan Fathy adalah seorang arsitek Mesir yang juga banyak mendidik rakyat kecil untuk memahami desain, terutama desain bangunan berkonteks budaya pedesaan di Mesir, di samping seorang arsitek yang produktif mendesain bangunan-bangunan untuk orang miskin.¹¹ Victor Papanek adalah orang Eropa yang banyak melakukan bimbingan dan penyuluhan desain di banyak negara berkembang, di samping seorang penulis buku tentang desain yang produktif. Dia memberi perhatian serius pada pengembangan desain yang bertolak dari kesadaran lingkungan dan budaya lokal. Dia telah melakukan hal itu di banyak tempat termasuk di Indonesia.

Pendekatan "Kolektivis" ini pun memiliki sejumlah kelemahan. Kelemahan utama terletak pada kurangnya jumlah pendesain yang mau ikut terjun mendidik masyarakat, terutama golongan yang tidak mampu, agar tidak buta desain dan mau menjadi pendesain untuk kepentingan diri mereka sendiri. Sebagian besar pendesain di dunia memang lebih suka terjun di arena *grand design*, sebuah arena di mana para pendesain bisa berlomba memperebutkan proyek-proyek yang bisa menghasilkan uang untuk kepentingan diri sendiri. Itulah yang membuat Mangunwijaya terpaksa meninggalkan arena *grand architecture* dan selanjutnya sudi "berkumuh-kumuh" di pinggir Sungai Code, Yogyakarta, untuk memberikan bimbingan dan penyuluhan desain/arsitektur kepada masyarakat miskin yang terpinggirkan.

IV

Hadirin yang saya muliakan,

Setiap proses desain, baik dalam skala besar atau kecil, selalu tidak bisa dilepaskan dari konsep "sistem" karena proses desain adalah sesuatu yang rumit. Kerumitan proses desain bervariasi antara satu desain dan desain yang lain. Dalam desain interior, misalnya, pendekatan "sistem" ini akan memberi tahu pendesain bahwa dalam perancangan interior komponen-komponen sebuah ruang pasti berhubungan satu sama lain. Ketika seorang pendesain interior membuat desain untuk sebuah bangunan tertentu, dia bisa menganggap proses perancangan (berdasarkan pendekatan tertentu) sebagai "sistem" dan bagian-bagian dari proses perancangan itu "subsistem-subsistem." Bisa juga dia menganggap hasil akhir perancangan beserta kegiatan-kegiatan di dalam ruang sebagai "sistem," sedangkan masing-masing benda dan masing-masing kegiatan di dalam ruang sebagai "subsistem-subsistem." Pada waktu yang sama proses desain interior bisa juga disebut "subsistem" arsitektur karena setiap perancangan interior tidak boleh mengabaikan persyaratan arsitektur tertentu yang sifatnya mengikat.

Pada dasarnya perancangan yang berorientasi pada sistem melibatkan tiga langkah. Langkah pertama adalah perumusan teori untuk menjelaskan fakta-fakta terpisah atau pengamatan lingkungan. Langkah kedua adalah pengecekan terhadap teori itu untuk mengetahui apakah teori itu menjelaskan fakta-fakta yang diketahui dan memprediksi hal-hal yang berkaitan dengan kejadian-kejadian yang telah diketahui. Dalam langkah ketiga,

sistem itu dipisahkan menjadi bagian-bagian. Langkah pertama melibatkan evaluasi berulang-ulang terhadap inti masalah yang dihadapi sehingga pendesain/tim pendesain dapat memahami permasalahan yang dihadapi. Pada langkah kedua, semua aspek dari sistem yang dipergunakan dikuantifikasi, kemudian dilakukan eksperimen dan penelitian terhadap aspek-aspek dari sistem yang tidak didukung oleh data. Langkah ketiga adalah pemisahan sistem yang digunakan menjadi bagian-bagian komponen, komponen-komponen, dan subsistem-subsistem.¹²

Hadirin yang berbahagia,

Menyadari rumitnya proses desain seperti itu, rasanya ketiga pendekatan di atas memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing. Celaknya, mencari satu pendekatan tunggal yang secara moral bisa menyenangkan semua orang adalah tidak mungkin. Di masa depan faktor-faktor yang mempengaruhi proses desain akan semakin banyak. Dengan demikian mengharapkan lahirnya sebuah pendekatan operasional yang bisa digunakan secara praktis oleh semua pendesain, tanpa menimbulkan kritik, adalah sebuah impian di siang hari bolong. Dunia desain akan menjadi sebuah arena wacana yang semakin hari semakin kompleks.

Kompleksitas dunia desain ini terlihat dengan jelas di kota-kota besar, termasuk di kota-kota besar di Indonesia. Fenomena yang paling menonjol di kota-kota besar adalah terjadinya persaingan tidak sehat antar bidang desain (arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, dan desain produk) disatu pihak dan ketidakpahaman masyarakat tentang desain di pihak lain. Sebagai contoh, sejumlah arsitek beranggapan bahwa iklan-iklan di kota-

kota besar telah mencemari keindahan kota dan merusak daya tarik bangunan-bangunan beserta interior-interiornya. Sementara sejumlah pendesain iklan menyatakan bahwa kehadiran papan-papan iklan berukuran besar di kota-kota besar adalah simbol pertumbuhan ekonomi dan oleh karena itu tidak bisa dihindari. Bahkan perusahaan-perusahaan pengembang perumahan pun telah dengan lahap menggunakan jasa para pendesain iklan untuk memasyarakatkan produk-produk mereka lewat pemasangan papan-papan iklan berukuran besar di kota-kota besar.

Ketidakhahaman masyarakat tentang desain telah dimanfaatkan oleh sejumlah pendesain untuk memasyarakatkan produk-produk yang sebetulnya berbahaya bagi kehidupan manusia. Dalam sebuah artikelnya, Papanek telah menjelaskan panjang lebar tentang berbagai bahaya yang mungkin dihadapi manusia dalam menggunakan produk-produk desain. Berdasarkan penelitian di berbagai bidang keilmuan, bahaya yang ditimbulkan oleh sebuah produk desain bisa berasal dari bahan, warna, bau, daya pantul cahaya, daya rusak lingkungan, dan lain-lain.¹³ Bahaya seperti ini belum disadari oleh masyarakat pengguna produk desain di Indonesia. Kecenderungan sebagian besar masyarakat kita adalah menggunakan produk tanpa tahu untuk ruginya, sementara itu kecenderungan sebagian besar pendesain di Indonesia adalah membuat desain dengan memanfaatkan hasil teknologi dari negara-negara maju tanpa memikirkan kerugiannya bagi pengguna atau masyarakat luas. Mereka hanya memikirkan untungnya saja.

ladirin yang saya muliakan,
Kompleksitas proses desain memang tidak bisa dihindari oleh setiap pendesain. Sebagai kesimpulan, tampaknya setiap pendesain yang baik harus siap menjadi manusia yang mampu menghadapi banyak persoalan sekaligus dalam satu waktu, jenis manusia yang oleh antropolog Edward T. Hall disebut "manusia polikronik." "Manusia polikronik" berbeda dari "manusia monokronik" yang hanya mampu menghadapi sedikit persoalan dalam satu waktu dan akan mengalami disorientasi ketika menghadapi banyak persoalan sekaligus dalam satu waktu.¹⁴

Sebagai seorang "manusia polikronik," seorang pendesain tidak perlu bertumpu pada salah satu pendekatan desain yang telah dijelaskan di depan. Karena harus mampu memecahkan sebanyak mungkin persoalan dalam proses desain, ia menjadi seorang makhluk istimewa yang akan menghasilkan desain yang memiliki ciri tersendiri, bukan desain yang memiliki ciri universal. Ia harus belajar dari kegagalan negara-negara maju pemuja Moderisme dalam desain, yang katanya mampu menyebarkan "estetika universalis" ke seluruh dunia tetapi ternyata menghasilkan produk-produk desain yang berbeda. Di bawah panji yang sama, yakni Modernisme, Jerman, Italia, Inggris, dan Amerika Serikat pun ternyata menghasilkan produk-produk dengan penampilan berbeda. Jerman lebih dekat ke sains, Italia ke seni rupa, Inggris ke seni kriya/kerajinan, dan Amerika Serikat ke bisnis.¹⁵

CATATAN

1. Geoffrey Broadbent, "Design Methods--13 Years After - A Review, " in Robin Jacques and James A. Powell, eds., *Design, Science, Method*, Westbury House, Guildford, Surrey, 1981, p.3.
2. Geoffrey Broadbent, "The Morality of Designing," in Robin Jacques and James A. Powell, eds., *Design, Science, Method*, Westbury House, Guildford, Surrey, 1981, p. 309.
3. Ibid. , p. 310.
4. Sigfried Maser, "Product Appearance and Product Quality, "in Susann Vihma, ed. , *Objects and Images*, University of Industrial Arts Helsinki, Helsinki, 1992, pp. 53 55.
5. Kimberley Dovey, "Putting Geometry in its place, " in David Seamon, ed., *Dwelling, Seeing, and Designing*, State University of New York Press, New York, 1993, p. 248.
6. Geoffrey Broadbent, "Functionalism vs. Modernism, " in Andreas C. Papadakis, ed., *The Post Modern Object*, Art & Design, London, 1987, p. 74.
7. Peter Fuller, "Towards a New Nature for the Gothic, " in Andreas C. Papadakis, ed., *The Post Modern Object*, Art & Design, London, 1987, p. 7.
8. Kimberley Dovey, "Putting Geometry in its place, " in David Seamon, *Dwelling, Seeing, and Designing*, State University of New York Press, New York, 1993, p. 266.
9. Peter Dormer, *The Meanings of Modern Design*, Thames and Hudson, London, 1990, pp. 144-145.
10. Geoffrey Broadbent, "Design Methods--13 Years After -- A Review, " p.4.
11. Lihat Hassan Fathy, *Architecture for the Poor*, University of Chicago Press, Chicago and London, 1973.
12. Arnold Friedmann, et al. , *Interior Design*, American Elsevier, New York, 1977, pp. 161 162.
13. Lihat Victor Papanek, "The Future Isn't What It Used to Be," in Victor Margolin and Richard Buchanan, eds., *The Idea of Design*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1995.
14. Edward T. Hall, *The Hidden Dimension*, Doubleday, New York, p. 198.
15. Penny Sparke, *Consultant Design: the History and Practice of the Designer in Industry*, Pembridge Press, London, 1983, p. 48.