

5.1.2. Tema dan Permasalahan Desain Obyek B

Pada obyek B, usaha kecil yang terlibat adalah industri kerajinan dan furniture bambu yang memiliki permasalahan utama mengenai pengembangan desain dan bahan baku. Tema utama yang melingkupi obyek amatan B ini adalah bahwa pada saat ini industri bambu di Yogyakarta pada khususnya belum berkembang, yang diantaranya disebabkan oleh material bambu yang belum memiliki posisi menguntungkan di mata calon konsumen. Ada 7 kelompok kerja kolaboratif yang merumuskan permasalahan masing – masing, yang disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini.

No	Kelompok	Rumusan Masalah
1.	B1	Industri bambu membutuhkan cara untuk menyatukan antara desain yang modern dan ketrampilan tradisional untuk menimbulkan kepercayaan masyarakat Internasional terhadap material bambu.
2.	B2	Industri bambu memerlukan cara untuk mendidik seluruh pihak yang terkait tentang nilai yang dimiliki oleh material bambu
3.	B3	Industri bambu membutuhkan cara untuk meningkatkan citra bambu, hal ini karena kurangnya pengetahuan tentang nilai dan kualitas bambu di dalam masyarakat lokal
4.	B4	Industri bambu memerlukan cara untuk menyelipkan bambu ke dalam budaya pop untuk meraih penghargaan yang lebih luas atas sumber daya alam yang menganggumkan ini.
5.	B5	Industri bambu membutuhkan cara untuk meningkatkan citra bambu, hal ini karena kurangnya pengetahuan tentang nilai dan kualitas bambu di dalam masyarakat lokal

Tabel 1. Tema dan Permasalahan Desain Obyek B
(Sumber: Ivada Ariyani, 2018)

5.1.3. Tema dan Permasalahan Desain Obyek C

Industri kecil yang terlibat dalam amatan obyek C adalah perusahaan furniture kayu yang berorientasi ekspor. Secara umum, industri ini telah memiliki pasar dan positioning yang baik serta memiliki produk yang telah memenuhi standar internasional. Namun demikian, berdasar kerangka pemahaman design thinking,

ada banyak problem kompleks yang melingkupi industri ini, selain pengembangan desain, juga terkait bagaimana meningkatkan performa sumber daya manusianya. Di bawah ini beberapa permasalahan yang berhasil dirumuskan dalam obyek amatan C.

No	Kelompok	Rumusan Masalah
1.	C1	Karpenter memerlukan cara untuk menciptakan koneksi diantara pekerja dan perusahaan, karena dengan demikian pekerja akan mengidentifikasi diri mereka dengan perusahaan tempat mereka bekerja.
2.	C2	Karpenter memerlukan cara untuk mengkomunikasikan produk mereka yang menggunakan <i>recycled materials</i> .
3.	C3	Karpenter membutuhkan cara untuk memanfaatkan kearifan lokal sebagai sebuah keuntungan untuk meningkatkan kualitas produknya.
4.	C4	Karpenter memerlukan cara untuk menemukan material ramah lingkungan yang baru untuk lebih memperkuat identitasnya.
5.	C5	Karpenter memerlukan cara untuk menyampaikan latar belakang material produknya agar membuat Karpenter lebih mudah dikenali.
6.	C6	Karpenter membutuhkan cara untuk menemukan Identitas Korporat mereka sendiri, karena mereka tidak memiliki kemampuan untuk dikenali.
7.	C7	Karpenter membutuhkan cara untuk mengintegrasikan akar budaya Indonesia untuk dapat meningkatkan citra MADE IN INDONESIA
8.	C8	Karpenter membutuhkan cara untuk menceritakan latar belakang material mereka agar lebih mudah dikenali

Tabel 2. Tema dan Permasalahan Desain Obyek C
(Sumber: Ivada Ariyani, 2018)

5.1.4. Tema dan Permasalahan Desain Obyek D

Ada 3 perusahaan mikro yang tergabung dalam obyek amatan D, yang ketiganya bergerak di bidang industri *fashion and apparel* berupa produk tas dan dompet. Dari ketiga perusahaan tersebut masing – masing memiliki permasalahan yang berbeda, yang dirumuskan oleh 6 kelompok kerja berikut ini.

No	Kelompok	Rumusan Masalah
1.	D1	Lawe memerlukan cara untuk menempatkan posisi yang lebih baik di dalam pasar karena produk mereka tidak memenuhi kebutuhan turis/ <i>traveller</i> saat ini.
2.	D2	Lawe memerlukan cara untuk mengembangkan tradisi teknik menenun untuk menghindari hilangnya budaya tersebut.
3.	D3	NOKN membutuhkan cara untuk mengembangkan desain <i>corporate</i> untuk menunjukkan keunikan sistem modular.
4.	D4	NOKN membutuhkan cara untuk mengkomunikasikan keuntungan produknya dengan cara yang lebih baik karena pelanggan ingin membuktikan dan percaya kepada produknya tetapi mereka tidak memiliki kesempatan itu.
5.	D5	Dowa membutuhkan cara untuk memperlihatkan kesadaran lingkungan untuk tetap bergaya muda dan memasuki target pasar yang baru.
6.	D6	Dowa membutuhkan cara untuk meningkatkan teknik <i>crochet</i> dan desain karena mereka perlu beragam gaya yang berbeda untuk 4 musim.

Tabel 3. Tema dan Permasalahan Desain Obyek D
(Sumber: Ivada Ariyani, 2018)

5.1.5. Tema dan Permasalahan Desain Obyek E

Pada obyek E, usaha kecil yang terlibat adalah perusahaan furnitur berorientasi ekspor yang memiliki permasalahan utama mengenai pengembangan desain dan ekspansi pasar. Tema utama yang melingkupi obyek amatan B ini adalah bahwa saat ini pasar utama industri ini adalah Perancis, tetapi mereka kesulitan untuk menembus pasar Jerman. Ada 6 kelompok kerja kolaboratif yang merumuskan permasalahan masing – masing, yang disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini.

5.2. Solusi Desain

Setelah dirumuskannya permasalahan masing – masing kelompok kerja, tahap selanjutnya dalam design thinking adalah ideation, yaitu kegiatan eksplorasi ide dalam rangka mencari kemungkinan – kemungkinan untuk memecahkan rumusan persoalan. Meskipun ini adalah tahapan penting di dalam design thinking dimana kegiatan di dalamnya sangat terpengaruh oleh karakteristik kegiatan kolaboratif,

namun tahapan ini tidak akan dibahas. Fokus pencarian data dalam penelitian ini adalah mengenai solusi desain yang dihasilkan.

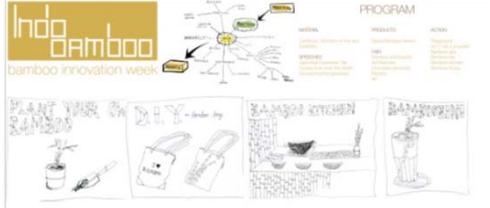
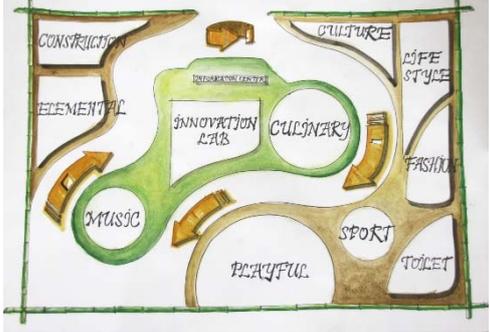
Solusi desain merupakan obyek amatan utama dalam penelitian ini, dimana hasil akhir berupa lo – fi prototype akan diteliti. Berdasarkan amatan, hasil desain dari kelima kelompok amatan tersebut bervariasi, ada yang berupa desain artefak maupun berupa desain sistem. Berikut ini akan dipaparkan data mengenai hasil desain kolaboratif yang dihasilkan dari masing – masing kelompok amatan.

5.2.1. Usulan Solusi Desain Obyek A

5.2.2. Usulan Solusi Desain Obyek B

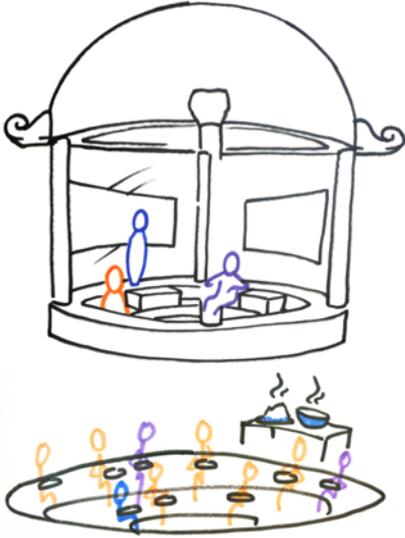
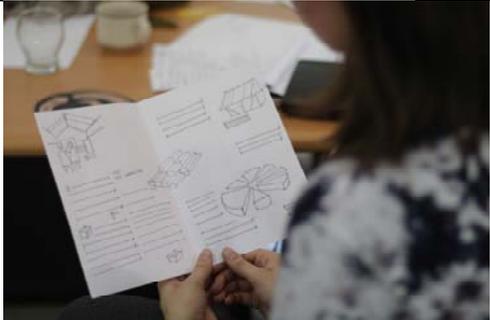
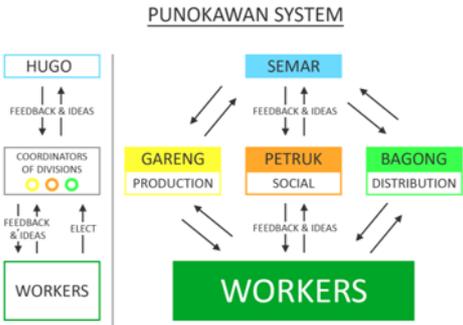
Berdasarkan tema utama mengenai pengembangan desain dan bahan baku industri bambu di Yogyakarta, masing – masing kelompok kolaborasi mengajukan usulan solusi desain yang berbeda. Dari tujuh solusi yang diajukan, 2 diantaranya berupa solusi desain artefak, sementara 5 lainnya berupa desain sistem untuk menunjang industri bambu.

No	Klpk	Rumusan Solusi	
1.	B1	Menciptakan BYU (B: Bamboo, Y: You, U: Underwear), sebuah brand pakaian dalam dengan menggunakan material bambu.	

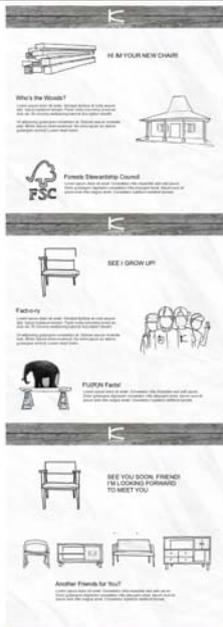
2.	B2	Menyelenggarakan serangkaian kegiatan yang memberikan informasi mengenai bambu kepada petani bambu maupun konsumen, dengan cara mengkampanyekan pengolahan bambu yang benar.	
3.	B3	Indo Bamboo: Menyelenggarakan Bamboo Innovation Week yang melibatkan seluruh pihak terkait dari hulu ke hilir, dengan publikasi, edukasi serta atraksi yang menjadi bagian dari acara tersebut.	
4.	B4	Boobag: Menciptakan seri tas yang terbuat dari material bambu dengan target market kalangan pelajar, traveller, dan masyarakat rawan bencana.	
5.	B5	Bamboozle: Menggelar Bamboo Festival, sebuah festival mengenai bambu yang akan mengekspos penggunaan bambu terkait kebiasaan, gaya hidup, fesyen, olahraga, permainan, kuliner, laboratorium inovasi, music, serta konstruksi.	
6.	B6		
7.	B7		

Tabel 4. Usulan dan Solusi Desain Obyek B
(Sumber: Ivada Ariyani, 2018)

5.2.3. Usulan Solusi Desain Obyek C

No	Klpk	Rumusan Solusi	
1.	C1	LINKaran: menciptakan sebuah ruang komunal untuk menghubungkan perbedaan, membangun kepercayaan, komunitas, dan apresiasi. Linkaran diciptakan untuk mendefinisikan “kita”	
2.	C2	Menciptakan alat komunikasi untuk menceritakan proses pengadaan material dari awal sampai akhir hingga menjadi sebuah produk furnitur.	
3.	C3	Punokawan system: menciptakan sistem hubungan kerja antara pemilik dan pekerja dengan menggunakan hirarki yg ada dalam cerita Punokawan, yang diterjemahkan dalam berbagai kegiatan sosial di lingkungan Karpenter.	

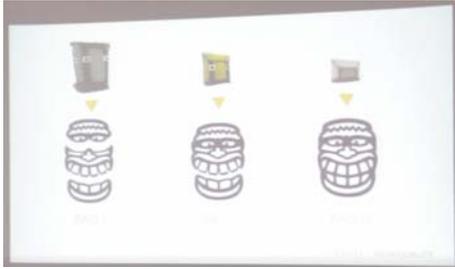
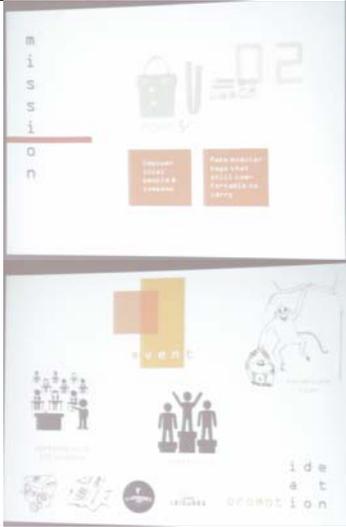
4.	C4	Menciptakan material baru yang ramah lingkungan dan menjadikannya produk furnitur. Informasi tentang material ini sekaligus sebagai alat marketing.	
5	C5	Mendesain sebuah gimmick sebagai "hadiah" dalam setiap produk Karpenter, yang disertai dengan QR code untuk memberikan informasi mengenai latar belakang material serta proses produksi di balik sebuah produk.	
6.	C6	Mendesain serangkaian identitas korporat yang diterapkan baik dalam produknya, maupun dalam seragam setiap karyawan dan diperlihatkan dalam mendesain showroomnya sehingga mencerminkan identitas Karpenter yang fokus pada <i>nature</i> .	
	C7	Menciptakan emotional feeling pada setiap produknya untuk mengingatkan bahwa material tersebut berasal dari Indonesia, dengan menciptakan sistem komunikasi (QR code) yang memungkinkan customer menelusuri latar belakang material serta mengetahui lokasi furnitur dengan material berlatar belakang sama.	

	<p>C8 <i>Welcoming New Friend:</i> Meningkatkan hubungan dengan customer dengan menciptakan <i>moment</i>, memberikan personality pada setiap produk yang dibeli. Customer akan menerima serangkaian informasi yang menjelaskan produk yang dibelinya, sebelum produk sampai di tangan customer dengan cara: <i>digital postcard, tracking tool, background information.</i></p>	
--	--	--

5.2.4. Usulan Solusi Desain Obyek D

Berdasarkan tema utama mengenai pengembangan desain dan bahan baku industri bambu di Yogyakarta, masing – masing kelompok kolaborasi mengajukan usulan solusi desain yang berbeda. Dari tujuh solusi yang diajukan, 2 diantaranya berupa solusi desain artefak, sementara 5 lainnya berupa desain sistem untuk menunjang industri bambu.

No	Klpk	Rumusan Solusi	
1.	D1	Menciptakan ikatan emosional antara produk lokal dengan penggunanya, yang dilengkapi dengan tag yang didesain untuk memberikan informasi kepada customer mengenai Lawe untuk menciptakan hubungan personal dengan pembuat produk Lawe.	
2.	D2	Membawa tas lurik berkualitas tinggi kepada	

		khalayak sehingga mereka bisa memegang dan merasakan sendiri sebuah produk yang bagus.	
	D3	Meredesain logo NOKN menjadi beberapa bagian untuk merepresentasikan sistem modular yang menjadi keunggulan NOKN, dengan pola batik sebagai latar belakangnya untuk menunjukkan produk lokal.	
	D4	Membuat promosi yang lebih baik dengan berbagai cara, diantaranya menciptakan cerita di balik sebuah produk NOKN, melakukan eksperimen dengan tas NOKN, serta menciptakan event yang berisi workshop, petualangan, dan kompetisi.	
	D5	Menciptakan material baru untuk setiap produknya yang disertai dengan “thank you note” sebagai katalog untuk mengkomunikasikan produk tersebut.	
	D6	Menciptakan desain tas dengan menggabungkan artwork di dalamnya (fantasy pattern, graffiti, lukisan di atas crochet). Menggunakan beragam alternative material berupa kulit, serat alam, recycled, material lokal, stretch material.	

		<p>Menciptakan kombinasi dan menambahkan fitur2 baru di dalam tas.</p>	
--	--	--	---

Tabel 6. Tema dan Permasalahan Desain Obyek D
(Sumber: Ivada Ariyani, 2018)

Daftar Pustaka

- Amatullo, M.V., 2013. *Design Attitude and Social Innovation: Empirical Studies of The Return on Design*. PhD Dissertation. Case Western Reserve University.
- Ariyani, I., 2016. *Pengaruh Pengelompokan Kerja dalam Metode Design Thinking Terhadap Tingkat Kualitas Desain*. Lintas Ruang.
- Brown, Tim dan Wyatt, Jocelyn. 2010. *Design thinking for Social Innovation*, Stanford Social Innovation Review (Winter 2010) vol.8, No.1, 30 – 35.
- Brown, Tim. 2009. *Change by Design*, New York, Harper Collins.
- Hofstede, G, Hofstede, G.J., Minkov, M. 2010. *Cultures And Organizations*. New York, McGraw-Hill
- McMahon, M & Bhamra, T., 2012. *Design Beyond Borders: International Collaborative Projects As a Mechanism to Integrate Social Sustainability Into Student Design Practice*. Journal of Cleaner Production, Vol.23, Issue 1, March 2012, hal. 86-95.