

‘Berpikir Desain’ dalam Upaya Menghadapi Era *Society 5.0* (‘*Design Thinking*’ in Facing *The Era of Society 5.0*)

I Nyoman Larry Julianto

**Program Studi Desain Program Magister, Program Pascasarjana, Institut Seni Indonesia Denpasar,
Jalan Nusa Indah, Denpasar 80235, Indonesia**

E-mail : larry_smartdesign@gmail.com

Abstrak

‘Berpikir Desain’ merupakan upaya untuk memahami lebih mendalam terhadap makna dan lingkup kata desain dalam konteks masyarakat digital. Memahami desain secara holistik, diharapkan menjadikan seorang desainer mampu menciptakan konsep yang mengonstruksi makna. Adanya makna yang terkandung dalam sebuah karya visual seorang desainer, cenderung mengakibatkan karya tersebut akan memiliki ‘value’ dalam proses mengomunikasikan pesannya. Upaya menghadapi era *society 5.0*, merupakan kondisi yang menuntun proses ‘berpikir desain’ dalam mewujudkan sebuah karya visual. Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi ini berupaya memberikan temuan baru mengenai ‘berpikir desain’ dalam upaya meningkatkan nilai interaksi pada perubahan tindakan sosial masyarakat. Dinyatakan bahwa konstruksi sosial yang terjadi merupakan akibat dari adanya tindakan aktif dalam upaya menciptakan makna serta memaknai ulang terhadap aktivitas tindakan sosial manusia. Konstruksi sosial merupakan proses berpikir aktif dari tindakan manusia akibat kesannya terhadap sesuatu (kesadaran mental) dan hasil dari pengalaman (*memorable experience*) dalam upaya memodifikasi suatu tindakan yang terkonstruksi. Pemahaman tersebut dapat menyimpulkan suatu penegasan bahwa manusia membangun pengalaman mengenai ‘sesuatu’ terhadap sebuah nilai yang tercipta dalam proses interaksi desain.

Kata kunci: Berpikir Desain, Interaksi Visual, *Society 5.0*

Abstract

‘Design thinking’ is an attempt to understand more deeply the meaning and scope of the word design in the context of digital society. Understanding design holistically is expected to make a designer able to create concepts that construct meaning. The existence of meaning contained in a designer’s visual work tends to make the work has ‘value’ in the process of communicating its message. An effort to face the era of society 5.0 is a condition that requires the process of ‘design thinking’ in realizing a visual work. This qualitative research with a phenomenological approach tries to provide new findings about ‘design thinking’ to increase the value of interaction to the changes in community social actions. It is stated that the social construction that happened is the result of active actions to create meaning and reinterpret the activities of human social actions. Social construction is an active thought process of human action due to its impression of something (mental awareness) and the result of experience (memorable experience) to modify a constructed action. This understanding can conclude a statement that humans build the experience of ‘something’ toward a value created in the design interaction process.

Keywords: *Design Thinking, Visual Interaction, Society 5.0*

PENDAHULUAN

Menurut Fukuyama (2018) Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memacu terjadinya transformasi digital yang mengubah tatanan industri. Gelombang transformasi tersebut menjadi salah satu elemen dari terciptanya kerangka berpikir serta kebijakan industri baru misalnya konsep Revolusi Industri 4.0, Industri Internet dan *Made in China 2025*. Kecanggihan *teknologi Internet of Things (IoT), Artificial Intelligence (AI)* dan robotik pada sektor industri telah membawa perubahan signifikan kepada masyarakatnya. Melalui teknologi tersebut, manusia dapat lebih mudah dan cepat dalam menemukan solusi dari masalah – masalah sosial serta menggantikan kerja fisik (Potočan, Mulej, and Nedelko, 2020). Fenomena ini pada akhirnya membangun suatu gagasan

tentang teknologi dan manusia yang hidup berdampingan sehingga terciptalah kehidupan yang lebih bernilai (Ellitan, 2020).

Berangkat dari konsep berpikir tersebut, Jepang merancang suatu konsep inti dari 5th *Science and Technology Basic Plan* yang dinamakan *Society 5.0* (Fukuyama, 2018). Tujuan utama dari perancangan konsep *Society 5.0* adalah untuk membangun masyarakat yang bersifat manusia sentris ketika perkembangan ekonomi dan solusi atas permasalahan yang dapat diraih, serta setiap orang dapat menikmati hidup yang berkualitas. Kunci utama untuk merealisasikan tujuan tersebut melalui sebuah penggabungan antara ruang siber dengan dunia nyata untuk menciptakan data yang berkualitas dan memberikan nilai baru maupun solusi untuk menyelesaikan setiap permasalahan. Peluncuran konsep tersebut dilandasi atas berbagai permasalahan sosial yang dihadapi oleh Jepang seperti menurunnya tingkat pertumbuhan penduduk, menurunnya jumlah penduduk usia produktif, peningkatan efek rumah kaca dan lain lain.

Society 5.0 merupakan konsep yang mengimplementasikan teknologi pada Revolusi Industri 4.0 dengan mempertimbangkan aspek humaniora, sehingga dapat menyelesaikan berbagai permasalahan sosial dan menciptakan keberlanjutan (Faruqi, 2019). Melalui teknologi AI pada Industri 4.0, *big data* atau mahadata pada seluruh aspek kehidupan dapat dikumpulkan melalui internet dan diubah menjadi pengetahuan baru yang mampu membangun kehidupan manusia yang lebih berarti (Widiastuti, 2020). Jika Industri 4.0 menempatkan teknologi hanya sebagai mesin atau alat untuk mengakses informasi, maka *Society 5.0* menekankan bahwa teknologi dan fungsinya sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia (Ellitan, 2020). Selain itu, dengan mengadaptasi teknologi di Revolusi Industri 4.0, aktivitas pemasaran konten *content marketing* akan lebih efektif melalui AI karena mampu menyasar segmen atau target yang tepat (Kose & Sert, 2016).

Menurut Faruqi (2019) Teknologi komunikasi dan media turut menjadi aspek yang terlibat dalam pengembangan konsep *Society 5.0*. Media digital memiliki peran untuk menyebarkan informasi berkaitan dengan pencegahan dan mitigasi bencana sehingga dapat diketahui secara cepat oleh seluruh lapisan masyarakat. Media sosial turut menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari *Society 5.0* karena kemampuannya untuk menciptakan globalisasi melalui daya sebar informasi yang sangat kuat (Widiastuti, 2020). Dalam hal kesehatan, teknologi komunikasi memungkinkan kelompok usia lanjut untuk dapat berobat ke dokter tanpa harus keluar rumah bahkan dengan bantuan robot, kelompok tersebut dapat bercerita mengenai perasaannya tanpa memikirkan perasaan lawan bicaranya (Elsy, 2020).

MASYARAKAT 5.0 DALAM INTERAKSI VISUAL

Dalam perspektif *Society 5.0* ditengarai bahwa konsep tersebut dalam kehidupan masyarakat digital (*social smart society*), menjadikan semua orang berkesempatan serta memiliki peluang yang hampir sama untuk mampu menghasilkan sebuah karya desain. Keilmuan desain memberikan peluang untuk menjadi sebuah sektor berwirausaha, karena proses memperkenalkan hasil karya desain sangat terbantuan oleh media sosial. Dunia desain yang mengutamakan kreativitas, tentu menuntut juga bagaimana proses berkomunikasi terhadap orang lain untuk memperkuat relasi atau proses *personal branding*. Target *audience* di era digital sekarang ini, sangat edukatif akibat dari semakin banyaknya informasi yang diterimanya setiap hari. menjadi desainer yang inovatif tentu

membutuhkan proses berpikir kreatif, sehingga mampu menghasilkan karya desain yang mampu menciptakan nilai.

Masyarakat dalam kata desain memiliki definisi yang cukup beragam, ‘Berpikir Desain’ merupakan upaya untuk memahami lebih mendalam terhadap makna dan lingkup kata ‘desain’ dalam konteks masyarakat digital. Memahami ‘desain’ secara holistik, diharapkan dapat menjadikan seorang desainer mampu menciptakan konsep yang mengonstruksi makna. Adanya makna yang terkandung dalam sebuah karya visual seorang desainer, cenderung mengakibatkan karya tersebut akan memiliki ‘value’ dalam proses mengomunikasikan pesannya. Upaya menghadapi era *society* 5.0, merupakan kondisi yang menuntut proses ‘berpikir desain’ dalam mewujudkan sebuah karya visual. Desain merupakan sebuah istilah yang sudah sangat luas definisinya, karena lingkup desain sudah hampir masuk pada semua sektor dalam proses berkehidupan. Menurut Heskett (2005, p. 11) dinyatakan bahwa desain merupakan sebuah keilmuan atau konsep secara umum mengenai sebuah upaya mengomunikasikan pesan secara visual.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi ini berupaya memberikan sebuah temuan baru mengenai ‘berpikir desain’ dalam upaya meningkatkan nilai interaksi pada perubahan tindakan sosial masyarakat. Menurut Rukin (2019, p. 6) menyatakan penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penonjolan proses penelitian dan pemanfaatan landasan teori dilakukan agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan. Selain itu, landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai bahas pembahasan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konstruksi sosial yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat cenderung diakibatkan oleh adanya tindakan aktif manusia dalam upaya menciptakan makna serta memaknai ulang terhadap aktivitas tindakan sosialnya. Konstruksi sosial merupakan proses berpikir aktif dari tindakan manusia akibat kesannya terhadap ‘sesuatu’ dan hasil dari pengalamannya dalam upaya memodifikasi suatu tindakan yang terkonstruksi. Pemahaman terhadap perihal tersebut dalam konteks ‘berpikir desain’ pada era *Society* 5.0, dapat dicermati dalam uraian berikut.

Mewujudkan Masyarakat 5.0 (*Smart Society* 5.0)

Menurut Shinzo Abe (2019) Sebuah masyarakat yang berpusat pada manusia yang menyeimbangkan kemajuan ekonomi dan teknologi dengan menyelesaikan masalah melalui sistem yang mengintegrasikan dunia maya dan ruang fisik. Pada konsep ini, masyarakat dan teknologi merupakan suatu kesatuan yang hidup berdampingan. Konsep ini pertama kali dicetuskan dengan alasan untuk menghadapi permasalahan sosial yang terjadi di Jepang seperti menurunnya tingkat pertumbuhan penduduk, kurangnya jumlah penduduk usia produktif dan lainnya (Fukuyama, 2018).

Society 5.0 merupakan hasil penyempurnaan dari konsep yang sebelumnya ada mulai dari *society* 1.0 hingga *society* 4.0, teknologi kini sudah mulai melekat pada diri manusia dan perkembangannya menyebabkan terbentuknya kehidupan secara virtual melalui jaringan internet. Pembentukan *society* 5.0 memiliki tujuan untuk menciptakan masyarakat berbasis yang berpegang teguh pada *human-centered society* atau masyarakat berpusat pada manusia untuk mewujudkan pembangunan ekonomi, menyelesaikan permasalahan sosial

pada masyarakat, dan untuk memberikan kualitas hidup yang tinggi kepada masyarakat (Handayani & Muliastri, 2020).

Dengan terbentuknya era baru, masyarakat di dunia kini mulai mempersiapkan diri untuk menyambut era *society 5.0* termasuk Indonesia. Indonesia sendiri memiliki cita-cita untuk mewujudkan *super smart society 5.0* di tahun 2045. Pembentukan *smart society 5.0* adalah hal yang sangat penting karena masyarakat secara terus menerus akan dituntut untuk mengembangkan kemampuan guna menyelesaikan masalah sosial yang terjadi akibat kemunculan revolusi industri 4.0 (Sawitri, 2019). Pada *society 5.0*, industri menjadi sebuah sektor yang sangat penting di mana perkembangan teknologi terutama dalam aspek informasi dan komunikasi menuntut masyarakat untuk menghasilkan inovasi baru secara terus menerus. Hal ini menjadi sebuah alasan bahwa masyarakat 5.0 harus memiliki kecerdasan agar dapat mewujudkan kondisi yang ideal.

Menurut Muhadjir Effendy, berpikir desain pada konsep *society 5.0* harus mengutamakan beberapa peningkatan kompetensi yaitu *critical thinking*, *creativity and innovation*, *communication*, dan *collaboration* (Nastiti & Abdu, 2020). Dengan kompetensi yang disebut sebagai 4C tersebut akan membentuk apa yang dinamakan dengan masyarakat ideal pada era *society 5.0*.

Critical Thinking

Critical thinking atau berpikir kritis adalah kemampuan berpikir secara rasional terhadap suatu persoalan. Berpikir kritis adalah kemampuan berpikir secara efektif yang mendorong seorang individu untuk mengambil keputusan, menilai maupun mengambil kesimpulan secara rasional (Mulyani, 2022). Kemampuan tersebut dapat membantu kita untuk melakukan penyaringan ketika menerima suatu informasi terutama pada era digital saat ini.

Kemunculan internet pada revolusi industri 4.0, memberikan kemudahan untuk mengakses informasi tanpa adanya batasan ruang maupun waktu. Internet memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan informasi terkini secara *real-time*. Internet juga memiliki sifat *user generated content* di mana internet memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk mencari dan memproduksi suatu konten terkait sebuah informasi. Media sosial sebagai salah satu bentuk dari perkembangan internet mampu memberikan kekuasaan kepada penggunanya untuk mengunggah gagasan yang dimilikinya secara personal kepada *audience* yang lebih luas (Winkelmann, 2012).

Creativity And Innovation

Pembentukan *smart society*, kompetensi *creativity and innovation* menjadi unsur yang sangat penting. Kreatif adalah kemampuan masyarakat untuk menghasilkan ide atau memproduksi suatu hal yang baru yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Inovatif adalah implementasi dari sebuah ide yang dibentuk menjadi sebuah alat maupun proses baru yang bermanfaat bagi masyarakat (Anshory & Harisandi, 2018). Berpikir kreatif di luar kebiasaan dapat membantu seseorang dalam menghadapi masalah dan menciptakan suatu hal yang baru. Pada era digital, *artificial intelligence (AI)* sebagai salah satu bentuk teknologi pada *society 5.0* memiliki kemampuan untuk menggantikan pekerjaan manusia dengan tujuan untuk memberikan kualitas hidup yang tinggi pada masyarakat.

Suatu perusahaan harus memiliki kemampuan untuk mengelola transformasi digital agar dapat bertahan dalam menghadapi perkembangan teknologi dan jika tidak perusahaan akan terancam bangkrut dan berpeluang melakukan pemutusan hubungan kerja atau PHK pada karyawannya (Dhyanasaridewi, 2020). Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa *creativity and innovation* menjadi unsur yang sangat penting pada *society 5.0*. Masyarakat

harus memiliki kemampuan berpikir kreatif untuk menghasilkan inovasi baru sesuai dengan perkembangan teknologi sehingga hasil dari perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan dengan baik dan memberikan dampak yang positif pada masyarakat.

Communication

Communication merupakan aspek yang sejak dulu harus dikembangkan dalam suatu masyarakat. *Communication* mencakup kemampuan untuk mendengarkan, memahami, dan menyampaikan suatu gagasan (Dinata, 2021). Komunikasi mengacu pada kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan. Dengan mengembangkan kompetensi komunikasi akan membantu masyarakat untuk mengetahui komunikasi apa yang layak dikomunikasikan dan tidak serta membantu masyarakat untuk mengetahui bagaimana cara mengomunikasikan pesan secara efektif (Devito, 2011). Hal ini tentu saja tidak berlaku hanya pada komunikasi yang dilakukan secara *face-to-face* namun juga pada komunikasi yang termediasi oleh komputer.

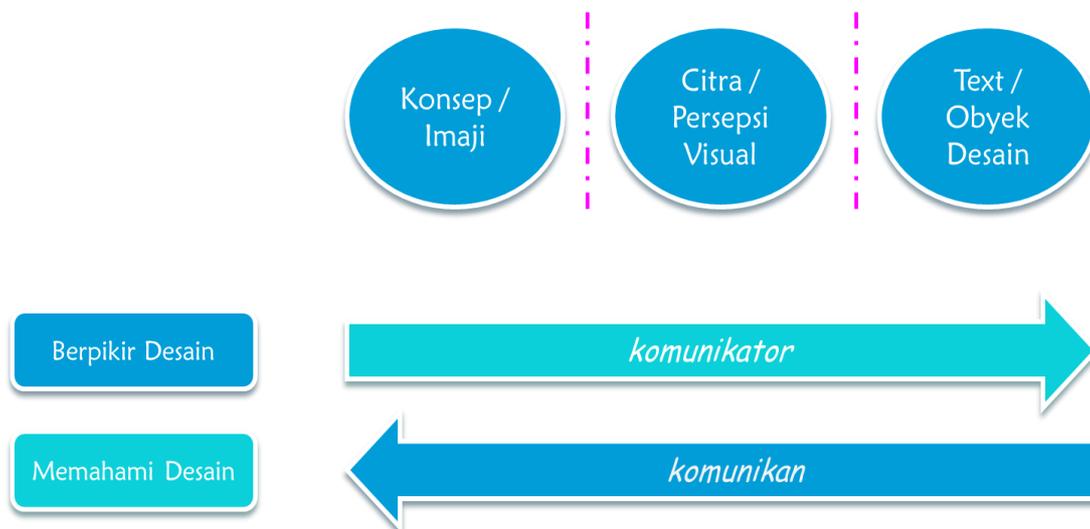


Diagram 1. Berpikir Desainer Era Smart Society 5.0
(Sumber: Julianto, 2020)

Di era digital, perkembangan teknologi mendorong terjadinya digitalisasi pada teknologi yang sejak dulu ada. Menurut Rogers dalam Bungin (2009) terdapat empat era dalam hubungan komunikasi yaitu era tulis menulis, era media cetak, era media telekomunikasi, dan yang terakhir era media interaktif (Herawati, 2011). *Society 5.0* merupakan masyarakat yang berdiri pada era media interaktif, media interaktif mencakup berbagai alat komunikasi yang memungkinkan hubungan bersifat dua arah seperti media sosial. Masyarakat dalam hal ini harus mampu untuk mengelola media teknologi digital yang terbentuk seiring perkembangan teknologi. Dengan kompetensi *communication*, masyarakat akan mengembangkan kemampuan dalam membentuk sebuah konten sesuai dengan konteks yang ada sehingga layak untuk disebarluaskan melalui media online.

Pemahaman tersebut dapat menyatakan bahwa konstruksi sosial yang terjadi merupakan akibat dari adanya tindakan aktif dalam upaya menciptakan makna serta memaknai ulang terhadap aktivitas tindakan sosial manusia. Konstruksi sosial merupakan proses berpikir

aktif dari tindakan manusia akibat kesannya terhadap ‘sesuatu’ (kesadaran mental) dan hasil dari pengalaman (*memorable experience*) dalam upaya memodifikasi suatu tindakan yang terkonstruksi.

SIMPULAN

Pemahaman tersebut dapat menyimpulkan suatu penegasan bahwa manusia membangun pengalaman mengenai ‘sesuatu’ terhadap sebuah ‘nilai’ yang tercipta dalam proses ‘interaksi desain’. Wujud visual desain berperan dalam mengendalikan tindakan sosial masyarakat. Desainer sebagai seorang konseptor yang merubah bahasa komunikator menjadi suatu bahasa visual dalam mengimunikasikan pesan, merupakan sebuah kemampuan desainer dalam menghasilkan sebuah konsep. Berpikir konsep merupakan sebuah landasan dalam proses mengomunikasikan pesan secara visual, sehingga pesan yang sampai kepada komunikan dalam level ‘ketaksadaran’ maka menjadikan sebuah pesan memiliki kesan atau makna yang bersifat mendalam (*memorable experince*).

REFERENSI

- Binninger, Anne Sophie, Nacima Ourahmoune, and Isabelle Robert. 2015. “Collaborative Consumption and Sustainability: A Discursive Analysis of Consumer Representations and Collaborative Website Narratives.” *Journal of Applied Business Research* 31 (3): 969–86. <https://doi.org/10.19030/jabr.v31i3.9229>.
- Bambang Yuniarto, Rivo Panji Yudha. 2021. “Literasi Digital Sebagai Penguatan Pendidikan Karakter Menuju Era Society 5.0”. *Jurnal Edueksos* Vol. X, No. 2, Desember 2021 *The journal of social and economic education*
- Carter, Craig R., and Dale S. Rogers. 2008. “A Framework of Sustainable Supply Chain Management: Moving toward New Theory.” *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management* 38 (5): 360–87. <https://doi.org/10.1108/09600030810882816>.
- Ellitan, Lena. 2020. “Competing in the Era of Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0.” *Jurnal Maksipreneur* 10 (1): 1–12.
- Elsy, Putri. 2020. “Rishoku in Japanese Hyper-Ageing Society.” *Jurnal Studi Komunikasi* 4 (2): 435–52. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i2.2448>.
- Faruqi, Umar Al. 2019. “Future Service in Industry 5.0.” *Jurnal Sistem Cerdas* 2 (1): 67–79. <https://doi.org/10.37396/jsc.v2i1.21>.
- Japan Government. 2018. “Realizing Society 5.0.” Japan Target.
- Lies, Jan. 2019. “Marketing Intelligence and Big Data: Digital Marketing Techniques on Their Way to Becoming Social Engineering Techniques in Marketing.” *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence* 5 (5): 134. <https://doi.org/10.9781/ijimai.2019.05.002>.
- Mayasari, Iin, and Handrix Chris Haryanto. 2018. “Motivational Factors of Collaborative Consumption in the Era of Sharing Economy.” *Gadjah Mada International Journal of Business* 20 (3): 331–52. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.27552>.
- Mihardjo, Leonardus W.W., Sasmoko, Firdaus Alamsjah, and Elidjen. 2020. “Role of Green Information System in Developing Corporate Reputation and Co-Creation-Innovation to Attain Sustainable Performance.” *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 426 (1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/426/1/012120>.

- Pereira, Andreia G, Tânia M Lima, and Fernando Charrua-santos. 2020. "Industry 4.0 and Society 5.0: Opportunities and Threats." *International Journal of Recent Technology and Engineering* 8 (5): 3305–8. <https://doi.org/10.35940/ijrte.d8764.018520>.
- Ramli, Tasya Safiranita, Ahmad M Ramli, Huala ADolf, Eddy Damian, and Miranda Risang Ayu Palar. 2020. "Over-The-Top Media in Digital Economy and Society 5.0." *Journal of Telecommunications and the Digital Economy* 9 (3): 60–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.18080/jtde.v8n3.241>.
- Serpa, Sandro, and Carlos Miguel Ferreira. 2019. "Society 5.0 and Sustainability Digital Innovations: A Social Process." *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict* 23 (1): 1–14.
- Susanti, Ari. 2020. "Mager (Lazy-Ass) as New Culture in the Society 5.0 Era (Semiotic Analysis by Charles Pierce in the Grab Food Ad 'Laper Di Kantor' Version)" 459 (Jcc): 48–52. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200818.011>.
- Sumiati, E., & Wijonarko, W. (2020). Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat Dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid-19.