

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era modern dimana terus terjadi perkembangan teknologi, persaingan dan ketidakpastian ekonomi di seluruh dunia pun turut meningkat. Terlepas dari hal tersebut, berdasarkan data yang diukur melalui rata-rata investasi ekonomi dari semua tingkat pembangunan, diketahui bahwa perkembangan inovasi di negara maju maupun negara berkembang sangatlah tinggi, baik inovasi formal, yaitu Litbang (Penelitian dan Pengembangan) dan paten, maupun informal, dengan tingginya rekor penggunaan HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) pada tahun 2017 dan 2018 serta meningkatnya pengeluaran untuk Litbang Pemerintah sebesar 5% dan 6,7% untuk Litbang Perusahaan, tertinggi sejak tahun 2011. Hal ini terjadi karena adanya kesadaran akan pengaruh yang signifikan antara inovasi dengan skala ekonomi, dimana inovasi mampu meningkatkan tingkat kompetitif dari suatu negara (Global Innovation Index, 2019). Inovasi merupakan salah satu pilar penentu dari tingkat kompetitif dari suatu negara (Schwab, 2016). Daya saing (*competitiveness*) sebagai hal yang menentukan tingkat produktivitas dari suatu negara (faktor, peraturan, dan institusi) dan ekonomi yang kompetitif adalah ekonomi yang produktif, karena produktivitas mendorong pertumbuhan serta pendapatan. Kompetitif dari suatu negara dapat dilihat berdasarkan duabelas pilar yang terdiri dari *Enabling Environment* (Institusi, Infrastruktur, Adopsi ICT, dan Stabilitas Makroekonomi), *Human Capital* (Kesehatan dan Kemampuan), *Markets* (Produk Pasar, Tenaga Kerja Pasar, Sistem Finansial, dan Besar Pasar),

serta *Innovation Ecosystem* (Dinamis Bisnis dan Kemampuan Inovasi) (Cann, n.d.).

Tidak hanya di negara maju, praktek inovasi justru menjadi salah satu cara bagi negara berkembang untuk meningkatkan kompetitif negara mereka, sehingga inovasi paling banyak dilihat di negara Asia seperti Singapura dan Cina, khususnya kluster Hong Kong, yang masuk dalam 3 besar dalam The Global Competitiveness Index tahun 2019 (Schwab, 2016).

Rank	Economy	Score ¹	Diff. from 2018 ²	
			Rank	Score
1	Singapore	84.8	+1	+1.3
2	United States	83.7	-1	-2.0
3	Hong Kong SAR	83.1	+4	+0.9
4	Netherlands	82.4	+2	—
5	Switzerland	82.3	-1	-0.3

Sumber: The Global Competitiveness Index (2019)

Gambar 1.1. The Global Competitiveness Index 4.0 Ranking

Berdasarkan data yang merujuk pada Gambar 1.1, dipimpin oleh Singapura dan Cina (klaster Hong Kong), kawasan Pasifik dan Asia Timur merupakan kawasan yang paling kompetitif di dunia, diikuti dengan kawasan Eropa dan Amerika Utara (Schwab, 2016).

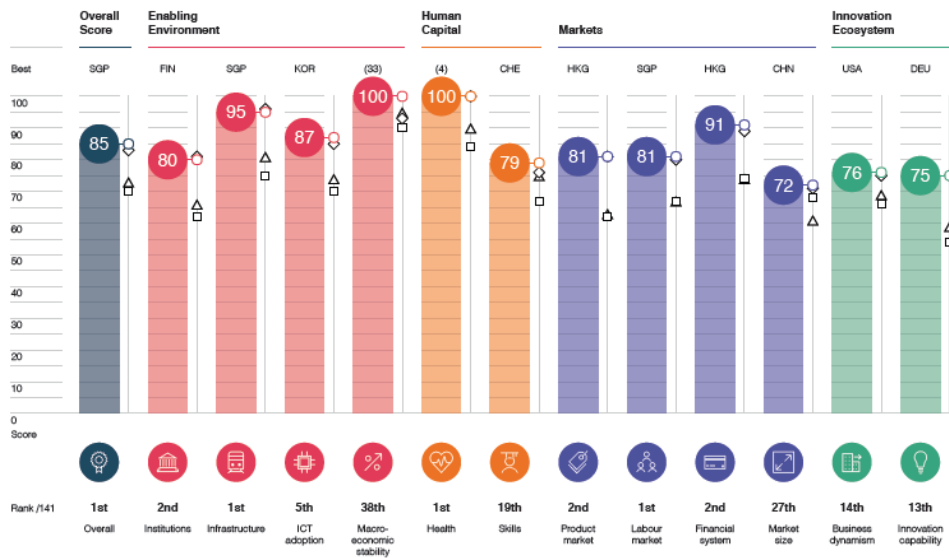
Singapore

1st /141

Global Competitiveness Index 4.0 2019 edition

Rank in 2018 edition: 2nd/140

Performance Overview 2019 Key ◇ Previous edition ▲ High-income group average □ East Asia and Pacific average

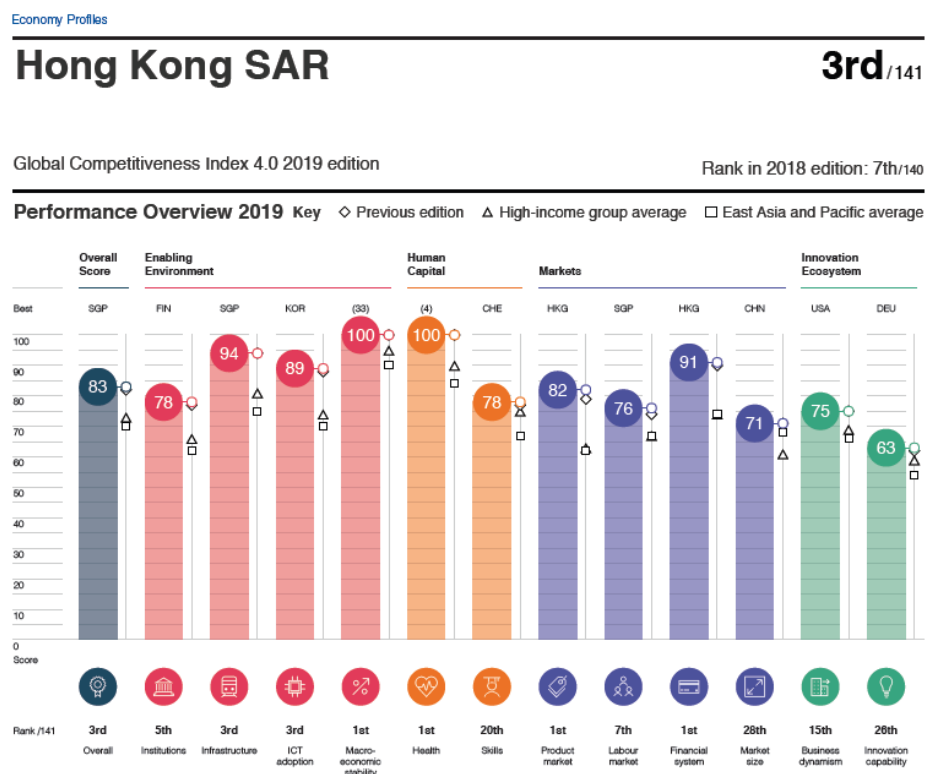


Sumber: The Global Competitiveness Index (2019)

Gambar 1.2. The Global Competitiveness Index 2019 Singapore

Berdasarkan pilar oleh The Global Competitiveness Index 4.0, diketahui pula bahwa adopsi ICT (*Information and Communications Technology*) juga tergolong sebagai salah satu pilar yang menentukan tingkat kompetitif suatu negara. Baik Singapura (lihat Gambar 1.2) serta Cina, khususnya kluster Hong Kong (meurujuk pada Gambar 1.3) yang menjunjung tinggi pengembangan dan penerapan ICT dalam menunjang performa negara mereka. Dibuktikan dengan adanya data Global Innovation Index 2019 yang menunjukkan bahwa negara Singapura dan Cina masuk ke dalam 30 besar dari segi publikasi dan paten yang

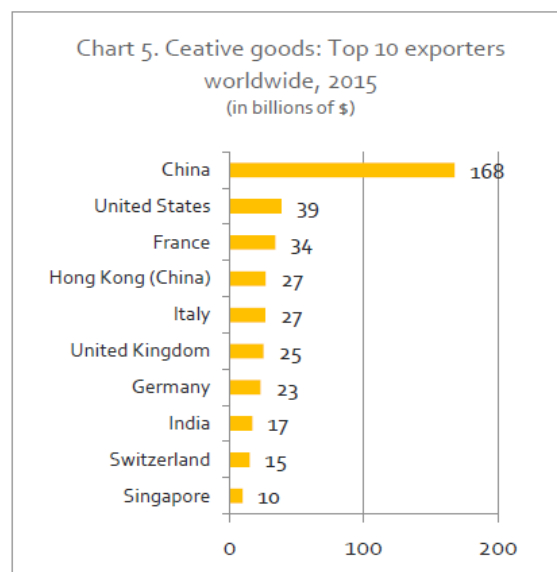
didominasi dengan teknologi komputer oleh National University of Singapore dan komunikasi digital oleh Universitas Hong Kong (Global Innovation Index, 2019). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan betapa pentingnya inovasi ICT dalam suatu negara, khususnya di era *Industry 4.0* yang menekankan pada digitalisasi atau pemanfaatan teknologi inovasi dan otomatisasi, serta konsep *Society 5.0* yang memusatkan pada kemampuan manusia dalam memanfaatkan teknologi berupa integrasi *cyberspace (virtual space)* dan *physical space (real space)* untuk menyeimbangi kemajuan ekonomi serta menyelesaikan permasalahan sosial (Rizali, 2020).



Sumber: The Global Competitiveness Index (2019)

Gambar 1.3. The Global Competitiveness Index 2019 Hong Kong, China

Salah satu yang mendukung perkembangan inovasi adalah Ekraf (Ekonomi Kreatif). Secara regional, perkembangan Ekraf lebih banyak terlihat di daerah Asia, khususnya Cina, yang sangat kental akan keanekaragaman budayanya. Terlihat pada Gambar 1.4, data menunjukkan bahwa Cina merupakan pemain utama dalam pasar Ekonomi Kreatif dan sebagai negara yang paling banyak mengekspor produk kreatif dengan surplus perdagangan produk kreatif sebesar \$154 Miliar dan jumlah ekspor produk kreatif yang mencapai \$168.5 Miliar, 4 kali lebih banyak daripada Amerika Serikat (UNCTAD, 2018).



Sumber: UNCTAD Creative Economy Programme (2018)

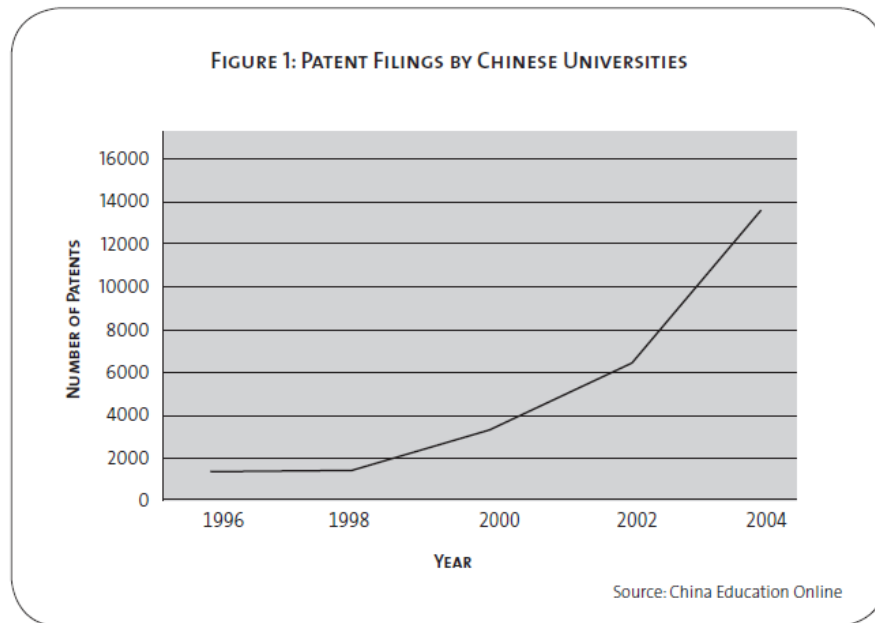
Gambar 1.4. *Creative goods: Top 10 exporters worldwide, 2015*

Sebagai tambahan, data Bank Dunia (*World Bank*) dan IMF, menunjukkan bahwa sejumlah negara di kawasan Asia yang akan menduduki posisi sebagai pemilik PDB (Produk Domestik Bruto) tertinggi di dunia pada tahun 2024, dengan Cina menempati peringkat 1 dan menggeser posisi Amerika Serikat.

Perusahaan multi nasional Cina yang menjadi sorotan adalah Huawei, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang inovasi teknologi dan adopsi ICT (Fitriani, 2020). Oleh karena itu tidaklah mengejutkan bila banyak negara berkembang yang mulai mengadopsi strategi Cina yang mengedepankan budaya inovasi.

Budaya berinovasi di Cina tentu bukanlah fenomena yang bisa terbentuk dalam jangka waktu singkat. Penanaman budaya ini tentu harus bisa diterima serta menjadi suatu keharusan dalam sistem masyarakat, sehingga peran pemerintah dalam hal ini sangatlah penting. Salah satu cara yang dilakukan oleh pemerintah Cina adalah dengan membentuk strategi standardisasi terhadap *status quo* dan perannya dalam perkembangan ekonomi serta pembentukan sistem inovasi. Strategi standardisasi khususnya didorong oleh adanya kesadaran Cina untuk meningkatkan kemampuan kompetitifnya setelah bergabung dengan WTO (*World Trade Organization*) pada tahun 2003. Standardisasi dari setiap sektor departemen pemerintah menekankan bahwa standar setiap sektor haruslah berperan aktif dalam pengembangan industri dan mengharuskan adanya inovasi teknologi yang minimal harus sesuai dengan standar nasional yang telah ditetapkan, dan jika memungkinkan, diajukan ke organisasi internasional untuk memenuhi standar internasional (Ping et al., 2010). Strategi ini tergolong sukses, karena terjadi peningkatan pengajuan Paten oleh perguruan tinggi di Cina, dimana perguruan tinggi dianggap sebagai salah satu kontributor terbesar dari segi inovasi dan pengajuan paten, khususnya pada tahun 2004, sejak dikeluarkannya peraturan oleh Kementerian Sains dan Teknologi dan Kementerian Keuangan bersama-sama mengeluarkan *Chinese Bayh-Dole Act* atau tindakan “Pendanaan Hak Kekayaan

Intelektual oleh Pemerintah” pada tahun 2002, dimana perguruan tinggi di Cina diberikan hak untuk melakukan penelitian dan pengembangan Kekayaan Intelektual atau *IP* yang didanai oleh pemerintah.



Sumber: Specialist & Day (2018)

Gambar 1.5. Patent Filing by Chinese University

Tabel Gambar 1.5 membuktikan peningkatan yang signifikan akan kontribusi perguruan tinggi dalam berinovasi, yang disebabkan oleh adanya peraturan pemerintah serta tumbuhnya kesadaran dan pengakuan perguruan tinggi di Cina akan nilai Kekayaan Intelektual yang telah dibarengi dengan penerimaan gagasan Kekayaan Intelektual dalam budaya masyarakat Cina. Selain itu, peraturan ini juga memotivasi banyaknya perguruan tinggi di Cina untuk mewajibkan mahasiswanya untuk menyerahkan publikasi atau aplikasi paten untuk lulus untuk meningkatkan reputasi perguruan tinggi mereka, karena

Kementerian Pendidikan memberlakukan sistem pemeringkatan perguruan tinggi berdasarkan jumlah permohonan paten yang diajukan.

Melihat dari performa Cina, hal ini tentu menjadi sebuah sorotan bagi negara-negara berkembang dalam meningkatkan keunggulan kompetitif negaranya melalui Ekraf, dilihat dari adanya peningkatan angka partisipan Ekraf yang didominasi oleh negara berkembang pada periode 2012-2015 (UNCTAD, 2018). Salah satu negara yang tertarik dengan potensi dari pengembangan bidang Ekraf adalah Indonesia, yang berambisi untuk tumbuh menjadi salah satu pembangkit industri dunia kreatif secara global seiring dengan prospek ekonomi Indonesia yang diproyeksikan menjadi salah satu ekonomi terbesar pada tahun 2030 (BEKRAF, 2019).

Gambar 1.6 menunjukkan hasil data oleh IMF (*International Monetary Fund*), sejalan dengan penelitian PwC (*PricewaterhouseCoopers*), Indonesia diprediksikan untuk menjadi negara *super power* berikutnya dan menempati posisi ke 5 pada sekitar 5-10 tahun mendatang, dilihat juga dari Indonesia sebagai salah satu negara dengan kemampuan ekonomi terbesar di Asia Tenggara (BEKRAF, 2019).



Sumber: *World Bank* (2020)

Gambar 1.6. Peringkat Ekonomi Tertinggi di Dunia

Data tersebut menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia harus mencari cara untuk meningkatkan perekonomian Indonesia dengan mengembangkan sektor yang berpotensi menjadi kekuatan Indonesia, yaitu Ekraf (Ekonomi Kreatif). Ekraf memiliki potensi sebagai katalisator perekonomian di Indonesia, oleh karena sumber dayanya yang berbasis manusia. Sumber daya manusia yang menekankan pada aspek ide, intelektualitas, serta keterampilan tentu tidak memiliki keterbatasan layaknya sumber daya alam yang akan habis pada suatu hari nanti (Rizali, 2020). Tentu hal ini menguntungkan Indonesia, mengingat Indonesia menempati peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak dengan, yaitu di atas 273 juta jiwa (Worldometer, 2021). Selain itu,

Berdasarkan hasil penelitian tahun 2016 oleh Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif), Ekraf memberikan kontribusi PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 7.38% pada tahun 2016 dan 7.44% pada tahun 2017 terhadap total PDB nasional. Ekraf Indonesia diproyeksi tumbuh positif dengan estimasi nilainya melebihi 1,000 triliun rupiah pada tahun 2017 dan meningkat menjadi 1,102 triliun pada tahun 2018 (BEKRAF, 2019). Proyeksi PDB Ekraf bisa dilihat pada Gambar 1.7.



Sumber: BEKRAF (2019)

Gambar 1.7. Proyeksi GDP dari Ekraf Indonesia

Ekraf yang lahir dari pemanfaatan keterampilan manusia mampu membuka lapangan pekerjaan baru di Indonesia dengan inovasi sebagai modal berkarya (Rizali, 2020). Hal ini didukung dengan penelitian oleh Bekraf yang menunjukkan adanya peningkatan tenaga kerja Indonesia sebesar 5.95% pada tahun 2016, dibanding tahun sebelumnya (BEKRAF, 2019). Peningkatannya bisa dilihat pada Gambar 1.8.

YEAR	NUMBER (IN MILLIONS PEOPLE)	GROWTH (%)
2017	17.43	4.13%
2016	16.91	5.95%
2015	16.06	5.22%
2014	15.46	2.94%

Sumber: BEKRAF (2019)

Gambar 1.8. Peningkatan Tenaga Kerja di Indonesia 2014-2017

Terdapat 16 subsektor Ekraf di Indonesia, yaitu arsitektur, seni rupa, seni pertunjukan, TV & radio, periklanan, penerbitan, *fashion*, aplikasi dan *game*, musik, kuliner, kriya, fotografi, desain interior, desain visual, desain produk, serta film, animasi, dan video. Salah satu subsektor Ekraf dengan pertumbuhan tertinggi adalah Desain Visual atau Desain Komunikasi Visual (DKV). Kontribusi DKV dalam bisnis kreatif sebesar Rp579,3 Miliar pada tahun 2016 dengan tingkat pertumbuhan PDB senilai 8,98%. Bisnis kreatif yang teridentifikasi di bidang ini sebanyak 616 bisnis pada tahun 2016, 88,80% darinya tidak memiliki entitas legal, dan tenaga kerja subsektor ini didominasi oleh laki-laki (92,05%). Bisnis di bidang ini paling banyak terkonsentrasi di wilayah Yogyakarta, Bandung, dan Jakarta (BEKRAF, 2019). Eksekutif Pemasaran, Badan Ekraf, Islamuddin Rusmin Reka, menyatakan bahwa pasar Ekraf yang besar dan munculnya generasi milenium menyebabkan subsektor DKV memiliki potensi yang luar biasa untuk mendorong pertumbuhan ekonomi karena dianggap memiliki dampak besar pada

subsektor Ekraf lainnya, seperti kuliner (41,69%), *fashion* (18,15%), dan kriya (15,70%) (*Indonesia's Creative Economy Continues to Grow, Greater Graphic Designers Opportunities - Astragraphia Document Solution*, n.d.).

1.2. Rumusan Masalah

Sayangnya, walaupun subsektor Desain Komunikasi Visual (DKV) termasuk ke dalam empat besar sebagai subsektor dengan kontribusi PDB (Produk Domestik Bruto) tertinggi dalam Ekraf, sektor ini masih dianggap belum maksimal karena kondisi lingkungan dan teknologi yang tidak kondusif (BEKRAF, 2019). Potensi sektor DKV bisa didorong dengan adanya perkembangan teknologi sebagai fasilitas untuk melahirkan para praktisi DKV dengan kualitas yang baik (*Indonesia's Creative Economy Continues to Grow, Greater Graphic Designers Opportunities - Astragraphia Document Solution*, n.d.). Praktisi DKV berkualitas yang dimaksud adalah para individu berprofesi DKV yang memiliki daya pikir kreatif, sehingga diharapkan bahwa DKV dapat menjadi alat pemecah masalah inovatif yang tidak terlepas dari aspek sosial dan budaya, ekonomi, lingkungan, serta tata hidup sang pengguna. Intelektualitas seorang desainer berkaitan erat dengan kemampuan kreativitasnya, yaitu mengacu pada kemampuan seseorang dalam mengekspresikan pemikiran serta *output* yang orisinal atau memiliki nilai kebaruan (Rizali, 2020) Dengan demikian, kreativitas sebagai kemampuan memunculkan gagasan atau ide baru, segar, unik, dan belum pernah ada sebelumnya, menjadi nilai yang penting dimiliki oleh para praktisi DKV (Piliang, 2018).

Menyoroti perlu dilakukannya pengembangan kreativitas para praktisi DKV dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, dapat dilihat betapa pentingnya peran pemerintah dan lembaga pendidikan dalam mendorong hal ini, khususnya perguruan tinggi dalam menciptakan lulusan-lulusan praktisi DKV berkualitas melalui edukasi dengan penerapan kurikulum yang berpusat pada budaya inovasi dan pengembangan kreativitas (*Indonesia's Creative Economy Continues to Grow, Greater Graphic Designers Opportunities - Astragraphia Document Solution*, n.d.), sehingga diperlukan pendekatan akademis terkait pengembangan pola pikir kreatif mahasiswa melalui dukungan teknologi dan fasilitas berbasis digital. Pengembangan kreativitas ini tidak terlepas dari aspek humanis dengan perilaku manusia sebagai fokusnya. Perilaku manusia yang paling menonjol adalah sosialisasi, sebagai kebutuhan pokok manusia dan didasari adanya keinginan untuk berinteraksi dengan individu lain maupun lingkungan sekitarnya (Fauziah, 2017). Interaksi sosial pada zaman sekarang tentu tidak terlepas dari pengaruh kehadiran teknologi, mengingat munculnya konsep *Industry 4.0* dan *Society 5.0*, dimana segala bentuk interaksi sosial dan komunikasi dilakukan secara *online*. Media yang paling menonjol untuk mendukung aktivitas ini adalah media sosial atau *Social Networking Sites* (SNS), yang telah lama mengubah gaya komunikasi masyarakat dan memberikan perubahan besar pada perilaku keseharian masyarakat, khususnya di era pandemi Covid-19 tahun 2020.

Social Networking Sites (SNS) telah lama dianggap sebagai media yang memengaruhi keseharian para generasi muda, khususnya di kehidupan para

mahasiswa (Vijayakiruthik & Maheswaranathan, 2016). SNS telah banyak menarik minat lembaga pendidikan karena kegunaannya dalam pendidikan, namun yang perlu dititikberatkan adalah pemilihan aspek yang menjadi niat dan motivasi mahasiswa dalam menggunakan SNS, agar konsep pemanfaatan SNS dalam pendidikan mahasiswa, khususnya mahasiswa DKV, dapat memberikan pencapaian yang lebih maksimal. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa motif utama mahasiswa dalam menggunakan SNS adalah untuk berkomunikasi dan berhubungan dengan orang lain, dilihat dari data yang membuktikan bahwa aspek sosial (sosialisasi dan komunikasi) lebih kuat pengaruhnya dibandingkan aspek kognitif (kegiatan tukar-menukar dan berbagi *ouput* pekerjaan) (Labib & Mostafa, 2015). Aktivitas *online socialization* ini sudah menjadi kebiasaan yang akan mahasiswa DKV lakukan kapanpun dan dimanapun, baik dalam pembelajaran maupun untuk mengisi waktu luang mereka. Tanpa disadari, kebiasaan ini ternyata dapat memicu kreativitas. Penelitian membuktikan bahwa aspek sosial pada SNS memiliki pengaruh langsung terhadap kreativitas mahasiswa. Helou berpendapat bahwa SNS dalam aspek sosial, mampu menyatukan orang-orang dengan minat yang sama untuk memperluas gagasan. Melalui SNS, mahasiswa dapat tetap berhubungan dengan teman lama, menjalin pertemanan baru, dan mengumpulkan informasi. Kegiatan ini yang nantinya akan berpengaruh terhadap pengembangan pengetahuan serta jiwa kritis mahasiswa (Vijayakiruthik & Maheswaranathan, 2016), yang mengarah pada kreativitas. Mahasiswa yang aktif menggunakan SNS memiliki lebih banyak kesempatan untuk berinteraksi dengan

orang lain yang selanjutnya berpengaruh pada kreativitas mereka (Rasheed et al., 2020).

Selain itu, SNS sebagai *channel* penyampaian pengetahuan antara komunitas, pendidik, dan pelajar, telah dimanfaatkan oleh perguruan tinggi dengan berbagai cara mendorong pembelajaran kolaboratif (*collaborative learning*) dan interaksi sosial (Al-Rahmi & Zeki, 2017). Penelitian terdahulu juga menekankan pentingnya kegunaan SNS dalam memfasilitasi kegiatan pembelajaran kolaboratif yang bisa memicu pemikiran kritis mahasiswa sebagai pengguna (Rasheed et al., 2020). Hal ini dikarenakan elemen dari pembelajaran kolaboratif merefleksikan karakteristik dari kreativitas (Souleles et al., 2019), sehingga dapat disimpulkan juga bahwa hubungan antara penggunaan SNS terhadap kreativitas mahasiswa secara tidak langsung dipengaruhi oleh kehadirannya pembelajaran kolaboratif.

Kurangnya penelitian terkait hubungan antara pembelajaran kolaboratif, penggunaan SNS dalam aspek sosial, serta kreativitas mahasiswa DKV di Indonesia mendorong penulis untuk mengadakan studi bahwa aktivitas *online socialization* menggunakan *Social Networking Sites* (SNS) dapat memengaruhi perkembangan kreativitas mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) di Indonesia baik secara langsung, maupun melalui aktivitas pembelajaran kolaboratif (*collaborative learning*). Dalam mengetahui peran SNS, diperlukan model TAM (*Technology Acceptance Model*) sebagai dasar untuk mengetahui *intention to use* dari SNS sebagai media digital yang terdiri dari variabel

Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, dan Perceived Ease of Use.
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi para pengajar dari perguruan tinggi terkait pemanfaatan SNS dalam pendidikan program studi DKV.

Berikut merupakan pertanyaan penelitian berdasarkan latar belakang dari pemilihan topik ini:

- a. Apakah *Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, dan Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)*?
- b. Apakah penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)* berpengaruh positif terhadap *Collaborative Learning*?
- c. Apakah *Collaborative Learning* berpengaruh positif terhadap kreativitas mahasiswa Desain Komunikasi Visual?
- d. Apakah penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)* berpengaruh positif terhadap kreativitas mahasiswa Desain Komunikasi Visual?
- e. Bagaimanakah *Collaborative Learning* bisa memediasi hubungan antara penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)* terhadap kreativitas mahasiswa Desain Komunikasi Visual?

1.3. Batasan Masalah

- a. Penelitian ini dibatasi dengan pembelajaran kolaboratif atau *Collaborative Learning* sebagai variabel mediasi terhadap hubungan dari penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)* serta kreativitas mahasiswa menggunakan pengembangan dari model TAM (*Technology Acceptance Model*), yang terdiri dari *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Ease of Use*.
- b. Hasil prediksi melalui pengumpulan data sampel dari mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) di Indonesia yang penulis bisa akses, yaitu Universitas Multimedia Nusantara, Institut Kesenian Jakarta, Universitas Trisakti, Universitas Tarumanagara, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dan Institut Teknologi Bandung.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta mengalisa pengaruh penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)* terhadap pengembangan kreativitas mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) melalui *Collaborative Learning*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat perancangan tugas akhir ini terbagi sebagai berikut:

- a. Mengetahui teori serta metode analisa mengenai peran *Social Networking Sites (SNS)* terhadap perkembangan kreativitas mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) di Indonesia melalui *Collaborative Learning*.

- b. Sebagai bahan masukan serta pertimbangan perguruan tinggi di Indonesia akan peran *Social Networking Sites* (SNS) dalam pendidikan program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) sebagai cara dalam mengembangkan kreativitas mahasiswa DKV di Indonesia.
- c. Sebagai referensi dan dokumentasi bagi Universitas Multimedia Nusantara, khususnya para akademisi yang ingin mengetahui lebih lanjut mengenai topik yang bersangkutan.