

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Buku Interaktif

Menurut (Kurniasih dalam Hanifa et al., 2021, h.965) pengertian buku didefinisikan sebagai sebuah gabungan dari informasi secara tertulis dan dijadikan menjadi suatu kesatuan dalam bentuk kertas yang dijilid. Sedangkan dalam (Tarigan & Siagian, 2015) pengertian media interaktif diartikan oleh Warsita (2008, h.36) interaktif diartikan sebagai media atau alat komunikasi dua arah. Kamus Besar Bahasa Indonesia juga mengartikan interaktif sebagai “aksi” yang timbul antara hubungan interaksi dengan menghasilkan feedback atau umpan balik antara penggunanya.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa buku interaktif dapat berarti sebagai gabungan informasi dalam bentuk kertas yang dapat menimbulkan suatu interaksi antar penggunanya. Hal ini juga ungkapkan oleh penelitian dari *The New Oxford Dictionary of English*, yang dikutip dalam (Limanto, 2015, h.7) yang mengartikan buku interaktif dikatakan sebagai sebuah media atau sarana yang dapat digunakan dalam suatu pembelajaran yang memiliki system “*two way flow*” atau interaksi dua arah.

Sugiarto (2019, h.165) dalam bukunya, juga menjelaskan bahwa didalam suatu model pembelajaran interaktif proses pengajaran tidak lagi berupa komunikasi satu arah melainkan menjadi komunikasi dua arah, yaitu proses komunikasi berlangsung pada keseluruhan subjek yang terdapat dalam proses pembelajaran tersebut. Dikatakan juga, bahwa model pembelajaran interaktif memiliki fokus utama yang terdapat pada pola inter-relasi pada kreativitas dan inter-aktivitas yang didapat atas hasil dari proses apresiasi dan eksplorasi.

2.1.1 Jenis Buku Interaktif

Dikutip melalui jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna dalam (Widjanarko, 2013) buku interaktif memiliki berbagai jenis, yaitu:

1. *Pull Tab*: Jenis buku ini memiliki nilai interaktif yang terletak pada bagian halaman buku yang di desain dengan bentuk kertas yang dapat ditarik.
2. *Peek a Boo*: dalam buku interaktif ini, memiliki halaman yang harus dibuka untuk mengetahui isi dari konten dibalik halaman tersebut.
3. *Hidden Objects Book*: jenis buku ini mengajak pembaca dalam menemukan bagian konten atau objek yang terletak tersembunyi pada bagian halaman.
4. Interaktif *Pop Up*: jenis buku ini terdapat beberapa lipatan kertas yang dibentuk dengan konsep 3 dimensi pada halamannya.
5. Interaktif *Games*: jenis buku ini menggunakan dasar interaktif yang diambil dari sebuah permainan.
6. Interaktif *Participation*: Jenis buku ini berisikan tentang penjelasan atau narasi yang disertai dengan instruksi untuk mendorong seseorang melakukan suatu tindakan.
7. Interaktif *Sound*: jenis buku ini dilengkapi dengan fitur yang dapat menghasilkan suara atau bunyi
8. Interaktif *Touch and Feel*: Jenis buku ini biasanya dikembangkan untuk melatih kepekaan terhadap jenis tekstur yang diperkenalkan melalui indra manusia.
9. Interaktif campuran: merupakan jenis buku interaktif yang terbentuk berdasarkan gabungan beberapa jenis buku interaktif.

2.1.2 Komponen elemen visual dalam Buku Interaktif

Dalam Anggarini (2012) menyatakan bahwa dalam desain grafis, terdapat beberapa elemen visual yang menjadi pokok utama dalam sebuah perancangan elemen yang termasuk kedalam desain grafis. Beberapa elemen visual tersebut diantaranya adalah:

1. Layout

Dalam menciptakan sebuah buku, tidak terlepas dari adanya sebuah susunan *layout*. Pemilihan *layout* yang menarik dapat

meningkatkan daya Tarik buku tersebut (Rustan, 2009) dalam Anggarini (2021, h. 2). *Layout* diartikan sebagai teknik dalam desain yang digunakan untuk menyusun segala bentuk elemen desain sehingga membentuk suatu kesatuan bentuk dan ruang yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan elemen teks dan visual kepada pembacanya, Ambrose (2001, h. 9) dalam Anggarini (2021, h.2).

Elemen yang terdapat dalam *layout*, secara garis besar terdiri dari tiga jenis yang meliputi elemen teks yang berupa keseluruhan komponen teks, element visual yang berupa keseluruhan elemen yang tidak berbentuk teks seperti gambar, dan elemen yang tidak terlihat (*invisible element*) yang berupa *grid* atau *margin*. Anggarini (2021, h.9). *Layout* pada dasarnya memiliki beberapa prinsip yang meliputi:

a. *Sequence* (Urutan)

Sequence dapat diartikan sebagai hierarki atau aliran. Hierarki ini meliputi urutan atau susunan mengenai prioritas isi konten yang harus dibaca mulai dari awal hingga akhir. Urutan ini bermanfaat supaya pembaca dapat memahami isi informasi yang ingin disampaikan dengan mudah, dengan adanya urutan ini, pembaca dapat mengaplikasikan pandangan berdasarkan urutan rangkaian informasi didalam buku tersebut.

b. *Emphasis* (Penekanan)

Emphasis merupakan suatu penekanan pada salah satu komponen *layout* buku, yang tujuannya adalah untuk menjadikan komponen tersebut sebagai pusat perhatian atau point of interest dari informasi yang ingin disampaikan. Hal ini dapat dicapai dengan menonjolkan komposisi komponen tersebut, misalnya dengan menggunakan ukuran yang lebih besar, warna yang kontras, peletakan posisi yang berpotensi menjadi pusat perhatian, dan bentuk yang berbeda dengan elemen lainnya.

c. *Balance* (Keseimbangan)

Dalam suatu *layout*, pembagian susunan komponen didalamnya harus memiliki bobot yang sama rata. Keseimbangan ini dapat dinilai berdasarkan hal-hal yang mendasari seperti tata letak, ukuran, warna, peletakan elemen, dan lain-lain. Dengan adanya unsur keseimbangan ini dapat menciptakan kesan yang seimbang.

d. *Unity* (Kesatuan)

Dalam sebuah *layout* atau susunan buku, harus terdapat unsur kesatuan. Unsur kesatuan ini dapat diciptakan melalui Teknik penyusunan atau penggabungan antara teks, gambar, ukuran, tata letak, dan elemen-elemen lainnya yang mendukung komposisi buku tersebut. Adanya kesatuan ini dapat mencakup keseluruhan elemen agar dapat menarik secara fisik, namun juga pesan yang didalamnya dapat disampaikan dengan baik.



Gambar 2.1 Buku Write On: My Story Journal, Wee Society
Sumber: <https://www.weesociety.com/books/write-on>

Salah satu contoh penerapan *layout* dalam buku interaktif ditunjukkan berdasarkan buku “Write On: My Story Journal (Wee Society)”. Buku ini menerapkan prinsip

hierarki pada layout yang ditunjukkan dengan adanya urutan dalam mengisi buku tersebut yang dimulai dari bagian judul hingga bagian akhir yang ditandai dengan unsur teks “*The End*” yang menunjukkan akhir dari halaman tersebut. Selain itu di dalam buku ini juga menerapkan unsur *layout* penekanan (*emphasis*) pada teks yang ingin ditonjolkan yang ditunjukkan dengan adanya perbedaan warna latar serta ukuran tulisan. Teknik penyusunan *layout* juga menerapkan unsur keseimbangan dan kesatuan yang ditunjukkan dengan adanya penataan elemen visual dan teks yang ditunjukkan dengan adanya keselarasan komposisi penempatan.

2. Grid

Dalam Anggarini (2021, h. 40) *grid* diartikan sebagai garis yang tak terlihat yang berguna dalam membantu menyusun elemen *layout*. *Grid* pada dasarnya terdiri dari 3 jenis, yaitu: *manuscript grid*, *column grid*, *modular grid*.

a. Manuscript Grid

Manuscript adalah bentuk *grid* yang terdiri dari satu kolom yang mewakili suatu halaman. Di dalam penyusunan *manuscript grid* diperlukan adanya perhatian agar tercipta komposisi yang sesuai.



Gambar 2.2 “Broccoli Issue 06: A Magazine for Cannabis Lovers”

Sumber: <https://broccolimag.com/products/issue-06...>

Salah satu penerapan *manuscript grid* adalah seperti contoh dalam buku “Broccoli Issue 06: A magazine for Cannabis Lovers” (2017) yang menampilkan fokus *grid* pada satu elemen di suatu halaman. Pada buku tersebut focus elemen ditunjukkan pada peletakan gambar yang berada pada satu halaman penuh disertai dengan peletakan teks dengan ukuran besar yang bertujuan untuk dijadikan sebagai pusat perhatian dalam halaman tersebut.

b. Column Grid

Column grid dijelaskan sebagai garis vertikal yang berfungsi sebagai pemandu dalam meletakkan elemen visual. *Column grid* membagi halaman dalam beberapa kolom yang tujuannya agar penulis buku dapat meletakkan text atau gambar dalam kolom yang berbeda sehingga dapat menimbulkan efek layout yang lebih dinamis.

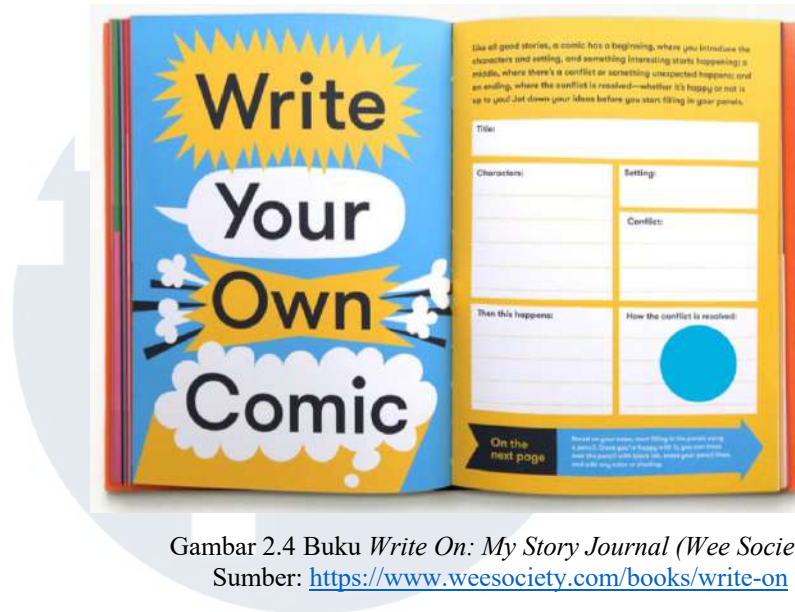


Gambar 2.3 Buku Terra Bite (Temple, 2020)
Sumber: <https://www.itsnicethat.com/articles/holly-eliza...>

c. Modular grid

Modular grid terdiri dari garis yang dibuat secara horizontal dan vertikal sehingga membentuk kesan kotak-

kotak. Jenis *grid* ini umumnya digunakan dengan cara membagi gambar kedalam bentuk vertikal sekaligus horizontal dengan tujuan apabila perancang buku membutuhkan gambar dua atau lebih dalam suatu halaman buku.



Gambar 2.4 Buku *Write On: My Story Journal* (Wee Society)
Sumber: <https://www.weesociety.com/books/write-on>

3. Teks dan Tipografi

Elemen teks memiliki beberapa unsur yang terdiri dari tipografi. Menurut Ambrose (2003, h. 0) dalam buku “Basics Design 03: Typography”, pengertian tipografi diartikan sebagai bentuk penulisan yang didapat melalui ide yang dibentuk secara visual yang dapat mempengaruhi ide dan perasaan dari pembaca. Keselarasan teks dalam merancang buku adalah melalui komposisi teks yang sesuai, misalnya dengan pemilihan jenis huruf yang sesuai, jarak antar huruf dan kata (*kerning*), jenis huruf yang menyesuaikan pembaca, dan lain lain

Klasifikasi jenis huruf atau *typeface* terdiri dalam 4 jenis, yaitu *Block*, *Roman*, *Gothic*, dan *Script*. Masing masing dari jenis huruf ini memiliki jenis huruf yang berbeda, missal nya pada jenis *Block* pada umumnya menggunakan jenis huruf yang tergolong pada German

manuscript writing, sedangkan pada jenis huruf *roman* lebih cenderung menggunakan jenis huruf *serif*, Huruf *gothic* cenderung menggunakan jenis sans-serif, Sedangkan pada jenis *script*, mereka menggunakan jenis huruf yang diadaptasi dari tulisan tangan seseorang (Anggarini, 2021, h. 35).

Penggunaan elemen tipografi pada suatu layout, berguna sebagai informasi dan keterbacaan. Penyusunan elemen ini pada sebuah layout hakikatnya harus memenuhi struktur yang perlu diperhatikan yaitu *alignment* atau yang berhubungan dengan penempatan teks, *hyphenation*, hirarki atau yang berhubungan dengan hirarki penyusunan teks mulai dari jenis *typeface*, ukuran dan sebagainya, dan yang terakhir adalah eksplorasi tipografi yang berkaitan dengan bagaimana perancang dapat memdukan permainan teks namun tetap dapat menghasilkan suatu komposisi yang sesuai, (Anggarini, 2021, h. 53).

4. Gambar

Dalam buku interaktif, bentuk elemen visual pada layout dapat berupa element berupa gambar yang dapat terdiri dari foto, garis, bentuk, *artwork*, *symbol*, dan lain lain (Anggarini, 2021, h. 80). Sebagai bagian dari elemen visual, gambar memiliki beberapa peran yang dapat berfungsi sebagai alat untuk mengkomunikasikan pesan secara instant, tidak terbatas, dan luas. Gambar juga dapat berperan dalam merepresentasikan teks secara visual. Disamping itu, gambar juga dapat berperan sebagai suatu elemen pendukung dari pesan utama yang ingin disampaikan sehingga dapat memberikan daya tarik lebih pada pembacanya (Anggarini, 2021, h. 83).

Bentuk gambar yang paling sering digunakan dalam suatu buku biasanya berupa ilustrasi, dengan adanya ilustrasi dapat membantu mengaitkan dan memudahkan dalam menuntut *user* atau pengguna menjadi lebih imajinatif dan kreatif.



Gambar 2.5 Buku *Us: A Compendium*, Wee Society (2021)
 Sumber: <https://50books50covers.secureplatform.com/a/gallery?roundId=18>

Salah satu contoh penerapan elemen gambar sebagai konten utama. Pada buku interaktif “*Us: A Compendium*”, Wee Society (2021) menggunakan jenis gambar dalam bentuk geometri dan abstrak seperti pada contoh. Bentuk ini dapat dibuat sebagai elemen tambahan yang membantu merangsang imajinasi dan kreativitas pengguna, bentuk bentuk ini tidak memiliki representasi yang jelas atau terpaku pada suatu objek tertentu sehingga dapat memberikan peluang bagi pengguna untuk menafsirkan bentuk tersebut secara bebas.



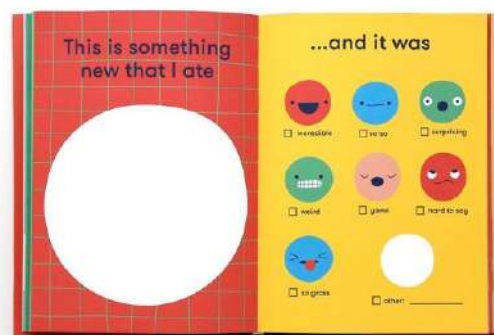
Gambar 2.6 Buku *Pancakes!: An Interactive Recipe Book*
 Sumber : <https://pin.it/4VT08fitT>

Ilustrasi dalam sebuah buku sekaligus dapat berperan dalam merepresentasikan informasi atau pesan kedalam bentuk visual.

Ilustrasi ini juga dapat mendorong ketertarikan secara visual kepada pembaca karena dengan adanya ilustrasi dapat memudahkan pembaca dalam memproses atau memahami pesan yang ingin dituju (Arifin, dan Kusrianto, 2009). Dikatakan dalam Tungary (2020, h. 28) dikatakan bahwa ilustrasi dapat berguna sebagai sumber informasi, alat untuk persuasi, dan bercerita, dan dapat dikatakan sebagai bentuk identitas.

5. Warna

Dikutip dalam Purnama (2010, h. 118) Dalam suatu elemen desain, warna adalah salah satu komponen penting karena melalui warna dapat memberikan arti atau makna dibaliknya. Dikatakan bahwa pemilihan warna juga dapat mempengaruhi tindakan, dan emosi seseorang dalam merespon visual secara psikologis.



Gambar 2.7 Buku Go! My Adventure Travel Journal (2018)
Sumber : <https://www.weesociety.com/books/go>

Contoh penggunaan warna dalam salah satu halaman buku interaktif "Go! My Adventure Travel Journal" adalah sebagai petunjuk untuk menggambarkan suasana dari setiap objek visual, warna dapat memberikan kesan terhadap ekspresi atau emosi seseorang. Misalnya dalam buku tersebut, penggunaan warna merah dipilih untuk menunjukkan ekspresi marah atau emosi yang kuat, sedangkan

pemilihan warna lain seperti warna hijau digunakan untuk menggambarkan ekspresi terkejut. Pemilihan warna pada latar atau *background* memberikan “kesan” atau “*mood*” dari keseluruhan grafis pada media tersebut.

Sedangkan dalam komponen elemen didalam media tersebut, penggunaan warna juga dapat berguna sebagai penanda, warna dapat berguna untuk menarik perhatian terhadap suatu elemen yang ingin dijadikan sebagai fokus pada pengguna (*user*) misalkan pada warna latar yang terang, pada bagian tulisan atau verbal yang ingin ditonjolkan dapat diberi warna yang kontras sehingga dapat mendorong perhatian pembacanya.

Warna juga dapat berperan sebagai elemen yang memberikan batasan atau pembeda pada elemen satu dan yang lainnya, misalkan dalam suatu elemen yang berdampingan, diberikan dua warna yang berbeda sehingga pembaca dapat membedakan dan mengetahui warna warna yang masih merupakan korelasi antar elemen dan yang tidak (h.127).

2.2 Generasi Z

Dalam Kamil (2023, h.27) Generasi Z dikatakan sebagai kelompok generasi yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 (Hardey dalam Kamil, 2023, h. 27) mengungkapkan bahwa generasi ini merupakan kelompok generasi yang erat dengan kemajuan teknologi, sehingga generasi ini kerap disebut dengan *iGeneration*. Badan Pusat Statistik (2019) menunjukkan bahwa saat ini negara Indonesia sedang mendudukan kondisi demografis dengan rata rata penduduknya sedang menduduki usia produktif (15-64 tahun).

Menurut data yang diperoleh melalui sensus penduduk pada tahun 2020 dalam periode bulan Febuari - September, generasi ini menduduki hampir sebagian besar jumlah penduduk Indonesia (Badan Statistik Indonesia, 2021). Adanya dominasi generasi Z menduduki sebesar 27,94% dari total populasi penduduk di Indonesia.

Dikutip (Kristyowati, 2021) Menyatakan bahwa generasi ini juga berada pada era revolusi industri 4.0 dimana terpengaruh pada arus perubahan dan perkembangan yang cepat. Kondisi ini mendorong seseorang untuk mampu beradaptasi, termasuk dalam mengembangkan keterampilan memecahkan masalah, kreativitas, dan inovasi. Namun, adanya keberadaan teknologi dan ketergantungan di generasi ini dapat memberikan pengaruh terhadap perkembangan perilaku dan kepribadian seseorang.

Ungkapan serupa juga diungkapkan dalam Arsiandi (2020, h.187) yang menyatakan bahwa dalam faktor revolusi industri 4.0, diperlukan adanya kemampuan yang tidak bisa digantikan oleh kecerdasan buatan dan teknologi, seperti kemampuan *problem solving* dan juga kreativitas terutama pada kalangan generasi Z yang memegang peran sebagai pelaku industri digital 4.0.

2.2.1 Karakteristik Generasi Z

Berbeda dengan generasi generasi sebelumnya, generasi ini memiliki beberapa perbedaan karakteristik dan kecenderungan yang lebih menonjol, karakteristik dalam (Arum, 2023, h. 64) diartikan sebagai bentuk kepribadian atau sifat pada seseorang yang dapat berguna dalam menunjang kualitas hidup seseorang. Generasi Z memiliki beberapa karakteristik yang mendominasi sifat dan karakter mereka, menurut (Stillman dan Stillman, 2018) dalam (Arum, 2023, h. 64) dikategorikan sebagai berikut:

1. Digital

Digital menjelaskan karakteristik generasi Z dalam aktivitasnya mereka tidak terbatas dengan dunia nyata dan dunia digital, sehingga mereka banyak memanfaatkan teknologi digital sebagai modal untuk efisiensi waktu.

2. Hiper-kostumisasi

Dalam lingkup ini, generasi Z dikatakan bahwa mereka kerap ingin dipandang sebagai identitas yang tidak spesifik,

mereka memiliki kecenderungan untuk menentukan sendiri tujuan dan arah hidup mereka.

3. Realistis

Karakteristik generasi Z juga didukung akibat beberapa pengaruh atau faktor lain salah satunya adalah faktor generasi sebelumnya, hal ini melahirkan generasi Z yang cenderung mengedepankan pemikiran dan praktik nyata dibandingkan teoritis.

4. *Fear of Missing Out* (FOMO)

Hidup di era digital, membawa kemudahan terhadap seluruh akses informasi, adanya hal ini terkadang memberikan pengaruh pada generasi Z dalam mengikuti perkembangan dan ketakutan untuk tertinggal akan suatu berita yang terjadi pada lingkungan sekitarnya.

5. Weconomist

Istilah ini digunakan dalam mendeskripsikan karakteristik generasi Z yang dikenal mudah untuk berbagi atau “*sharing*” atau kolaborasi dengan siapapun atau menjalin suatu kemitraan pada seseorang terutama dalam menggunakan pasar industri digital.

6. *Do It Yourself* (DIY)

Sebagai generasi digital, generasi ini dapat mempelajari segala sesuatu hanya melalui saluran internet, beberapa kebutuhanb untuk menyelesaikan sesuatu atau mempelajari sesuatu dapat diakses dengan mudah melalui akses internet.

7. Terpacu

Generasi ini dikatakan memiliki motivasi besar dalam membawa perubahan yang lebih positif terhadap lingkungan dan sosial mereka. Para generasi Z memiliki kecenderungan untuk mengambil aksi terhadap suatu isu isu sosial yang terjadi di lingkungan mereka.

2.2.2 Generasi Z dalam Industri 4.0

Wijoyo, dkk (2020, h. 7) mengatakan bahwa konsep revolusi industri 4.0 adalah salah satu bentuk kebijakan strategis yang dilakukan dengan fokus pada implementasi dan peningkatan teknologi. Revolusi industri ini ditandai dengan berkembangnya digitalisasi dari segi kecanggihan dan kepintaran buatan seperti robot, *Internet of Things* (IoT) dan lain sebagainya. Generasi Z memiliki keterkaitan dengan industri 4.0 beberapa hal yang dapat mempengaruhi hal tersebut, ditandai dengan pengaruh pribadi dan pengaruh psikologis (Sungangga, 2022, h.137). Pemerintah seperti yang dibahas pada Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2021) , mengungkap bahwa dalam era industri 4.0, dibutuhkan generasi muda yang kreatif, adaptif, dan inovatif.

Hal ini diungkapkan oleh Airlangga Hartanto, selaku Menteri Koordinator Bidang Perekonomian dalam “The Bridge Conference 2021” bahwa sejalan dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dibutuhkan generasi muda yang memiliki karakteristik kreatif, adaptif, dan inovatif sebagai bentuk persiapan dalam memasuki revolusi industri 4.0. Kondisi ini telah dipersiapkan oleh pemerintah dalam proyeksi 10 tahun mendatang yaitu pada tahun 2030, Indonesia diaktakan akan memasuki kondisi bonus demografi dimana hal ini berdasarkan pada jumlah sumber daya pada saat itu memasuki usia pada angkatan kerja produktif. Oleh karena itu, menghadapi hal tersebut dibutuhkan adanya kualitas sumber daya manusia yang mampu bersaing untuk menghadapi perubahan dan persaingan di era digitalisasi.

Melalui hal ini, pemerintah mengharapkan adanya strategi dan proyeksi ini dapat dimanfaatkan sebagai peluang bagi generasi muda untuk memaksimalkan potensi dalam segi kreativitas, inovasi dan menggali potensi diri dalam mempersiapkan diri sebagai modal utama untuk menghadapi perubahan tersebut.

2.3 Kreativitas

Secara umum, pengertian kreativitas didefinisikan oleh Munandar (2002, h.12) dalam buku “Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat” (Safi’i, 2019) sebagai salah satu hasil dari interaksi antara individu dengan lingkungannya, dimana seseorang tersebut mampu menghasilkan komponen baru yang diperoleh dari data, informasi, atau elemen yang sudah ada atau sudah dikenal sebelumnya yang berdasarkan pada pengetahuan, dan pengalaman yang telah mereka peroleh sepanjang hidup baik melalui pendidikan, keluarga, maupun interaksi sosial. Sedangkan pengertian kreativitas juga didefinisikan oleh (Lansing dalam Safi’i, 2019, h.28) sebagai sebuah proses dalam menyusun ulang elemen elemen yang sudah ada menjadi sebuah susunan yang baru.

Sugiarto (2019, h.11) dalam bukunya yang berjudul “Kreativitas, Seni, dan, Pembelajarannya” menyimpulkan bahwa kreativitas merupakan hasil dari setiap tindakan, ide, atau hasil yang mampu merubah suatu elemen yang sudah ada menjadi suatu elemen baru dari yang sudah ada sebelumnya. Esensi utama dari kreativitas terletak pada konsep “kebaruan” yang dihasilkan dalam suatu aktivitas manusia. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah suatu hasil yang didapat melalui proses interaksi, pengalaman, komponen yang sudah ada menjadi suatu hasil yang melibatkan aspek kebaruan didalamnya.

(Robson & Dusseldorp dalam Sugiarto, 2019, h.5) menjelaskan bahwa pada dasarnya setiap individu memiliki potensi kreatif. Potensi kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan yang tidak terlihat secara langsung, namun dapat dikenali melalui berbagai ide, perilaku dan hasil karya seseorang yang ditandai oleh unsur kebaruan, keaslian, dan keunikannya. Potensi kreatif ini dapat ditunjukkan melalui beberapa karakteristik, yaitu memiliki kemampuan intelektual yang baik atau diatas rata rata (*over average ability*), tingkat kreativitas yang tinggi (*over average creativity*), kemampuan berpikir diluar batasan konvensional (*thinking out of the box*).

2.3.1 Dimensi Kreativitas

Dimensi kreativitas pada seorang individu mencakup berbagai aspek yang menggambarkan kemampuan seseorang tersebut dalam menghasilkan ide-ide baru yang bermanfaat. Dimensi kreativitas menurut Sugiarto (2019, h.13) dalam bukunya dibagi menjadi 3 bagian yaitu pemikiran (*creative thinking*), perilaku (*creative behavior*) dan hasil (*creative product*), yang dijabarkan sebagai berikut :

1. *Creative Thinking*

Bentuk kreativitas dapat dihasilkan melalui proses berpikir kreatif atau yang disebut dengan *creative thinking*. Didalam proses *creative thinking*, melibatkan dua tahap pemikiran yang berbeda yaitu pemikiran divergen (menciptakan ide) dan tipe berpikir konvergen (menganalisis ide). Namun, pada lingkup tahapan ini, pemikiran kreatif dikatakan berhasil apabila individu tersebut mampu menggabungkan kedua pemikiran tersebut sehingga dapat menghasilkan bentuk-bentuk pemikiran yang mampu menyelesaikan suatu permasalahan atau *problem solving*. (Sugiarto, 2019, h.14)

2. *Creative Behavior*

Bentuk kreativitas dapat diwujudkan melalui beberapa tindakan, baik secara fisik maupun verbal yang mencerminkan ciri-ciri kreativitas yang didapat melalui hasil langsung dari penerapan *creative thinking*. Proses yang dihasilkan adalah melalui kemampuan dalam menerapkan ide dan nilai-nilai kreatif yang diterapkan ke dalam aktivitas atau tindakan sehingga mampu menghasilkan wujud akhir dari kreativitas (karya atau gagasan). (Sugiarto, 2019, h.15)

3. *Creative Product*

Produk dari kreativitas yang dihasilkan oleh seseorang dapat berupa suatu penciptaan karya yang orisinal, menarik, dan memiliki unsur kebaruan di dalamnya (Sugiarto, 2019, h. 17). Menurut Berki (2014, h. 6) juga menegaskan bahwa hasil akhir dari kreativitas adalah sebuah produk kebaruan atau yang disebut dengan inovasi.

2.3.2 Kreativitas dalam Industri 4.0

Sugiarto (2019, h. 20) mengatakan bahwa seiring dengan fenomena perubahan dinamika industri pada industri 4.0, kreativitas dikatakan sebagai modal seseorang baik dalam lingkup pribadi, social, maupun budaya. Berdasarkan buku “Industry 4.0 and Creative Economy (Globalization Challenges of The Time)”, (Pashckuk, 2021, h. 7) dikatakan bahwa terdapat 4 prinsip industry 4.0 yaitu dinamis, pragmatis, mobilitas, dan kreativitas. Kreativitas disini dikatakan sebagai salah satu komponen umum yang mencerminkan kondisi ekonomi, dapat diartikan bahwa kreativitas dapat memberikan dampak pada kenaikan kondisi industri dan ekonomi.

Dikatakan oleh Afirantari dan Harikesa (2020, h.28-43) bahwa kebutuhan perkembangan kreativitas memberikan peluang besar tidak hanya bagi negara maju, melainkan juga bagi negara berkembang seperti Indonesia. Kreativitas di Industri 4.0 membantu membuka jalan bagi beberapa pelaku industry untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam bekerja sehingga mereka dapat menemukan peluang baru dalam berinovasi disetiap produk mereka.

Dikutip berdasarkan buku “Manajemen Kreativitas & Inovasi” (Sudarmanto, dll 2022, h.43) mengungkapkan bahwa peran kreativitas dalam suatu industri membantu seseorang dalam melihat kesempatan-kesempatan baru serta menemukan solusi yang dapat dikembangkan menjadi ide kreatif yang bermanfaat bagi suatu usaha. Dikatakan juga bahwa dalam menghadapi era perubahan global yang dinamis, pemikiran

kreatif dan inovatif dibutuhkan untuk memperoleh cara berpikir yang lebih luas, visioner, dan terbuka terhadap peluang-peluang baru di masa depan.

2.3.3 Pengembangan Kreativitas

Setiap individu pada dasarnya memiliki potensi kreativitas yang bisa dikembangkan melalui partisipasi aktif dalam kegiatan yang merangsang kreativitas yang dikutip dalam “Kreativitas dalam Konteks Pembelajaran” (Dettmer dalam Lestari, 2019 h. 8). Dalam (Munandar, 2002) menguraikan bahwa kreativitas dapat timbul melalui rasa ingin tahu yang mendalam, pemikiran yang imajinatif, serta dorongan untuk berani mengambil suatu resiko.

Sugiarto (2019, h.35) menjelaskan bahwa salah satu faktor komponen yang mampu mendorong kreativitas adalah melalui motivasi. Dalam konteks kreativitas, motivasi berkaitan dengan kondisi internal seseorang yang bersumber sebagai pendorong perilaku terkait dengan aktivitas berkelanjutan. Seseorang akan terus melakukan kegiatan kreatif karena terdapat motivasi atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang kreatif dan inovatif. (Munandar dalam Lestari, 2019, h.20) menyatakan bahwa terdapat beberapa alasan mengapa seseorang harus mengembangkan kreativitasnya. Beberapa alasan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Pertama, melalui kreativitas seseorang dapat mewujudkan dirinya, perwujudan diri ini adalah salah satu bentuk dari kebutuhan pokok dalam hidup seseorang.
2. Kedua, melalui kreativitas terdapat banyak peluang bagi seseorang untuk melihat permasalahan melalui berbagai perspektif lain sehingga dapat berguna dalam menemukan beberapa solusi baru dalam memecahkan suatu masalah.
3. Ketiga, terlibat dalam aktivitas kreatif tidak hanya memberikan manfaat, tetapi juga memberikan kepuasan pribadi, dengan kreativitas dapat memungkinkan seseorang dalam meningkatkan kualitas hidupnya.

2.3.4 Teori Representasi Mental dalam Kreativitas

Menurut (Spivey, 2023) mengatakan bahwa teori representasi mental merupakan teori yang berfokus pada bagaimana manusia mengorganisasi, menyimpan dan memproses informasi dalam bentuk representasi mental di otak. Representasi mental adalah gambaran mental dari dunia luar yang digunakan individu untuk memahami, memanipulasi, dan mengambil keputusan mengenai dunia di sekitar mereka. Teori ini mencakup berbagai jenis representasi, termasuk representasi spasial, konseptual, dan linguistik.

Dalam segi kreativitas, teori representasi mental dikategorikan kedalam beberapa konsep utama yang mendasari teori tersebut, diantaranya adalah:

1. Representasi Konseptual: Hal ini merujuk pada bagaimana konsep-konsep seperti objek, kategori, dan ide di representasikan dalam pikiran seseorang. Misalnya, gambaran mental tentang "Kucing" dalam sebuah representasi dapat mencakup beberapa atribut seperti hewan berbulu, berkaki empat, dan memiliki suara "meong".
2. Representasi Spasial: Hal Ini mengacu pada cara kita menggambarkan ruang dan posisi objek di dalam pikiran kita. Representasi spasial memiliki peran yang sangat penting dalam orientasi, navigasi, dan pemecahan masalah yang melibatkan ruang.
3. Representasi Linguistik: Hal ini berhubungan dengan bagaimana kata-kata, frasa, dan kalimat disimpan dalam bentuk representasi mental yang memungkinkan pemahaman dan produksi bahasa.
4. Model Mental: Hal ini adalah gambaran mental yang lebih kompleks yang digunakan untuk memecahkan masalah, mengambil keputusan, atau merencanakan tindakan di dunia nyata. Model mental tidak hanya mencakup representasi objek atau situasi tetapi juga hubungan sebab-akibat yang terkait.

2.3.4.1 Teori Representasi Mental dan Kognitif

Beberapa teori yang terkait dengan *mental representation* adalah Teori Kognitif (*Cognitive Theories*) dan Teori Pemrosesan

Informasi (*Information Processing Theories*), yang berfokus pada bagaimana informasi diubah, disimpan, dan digunakan oleh otak (Barsalou, 2022).

Kemampuan kognitif diartikan oleh (Susanto dalam Purnamasari dan Mayar, 2019) sebagai sebuah proses berpikir yang dimiliki oleh individu yang dihasilkan melalui suatu hubungan, dan penilaian terhadap suatu peristiwa. Kemampuan kognitif ini juga berhubungan dengan kemampuan seorang individu dalam memecahkan suatu permasalahan, dengan cara mencari alternatif alternatif solusi yang baru. Berkaitan dengan kreativitas, proses kognitif memiliki hubungan dengan suatu kecerdasan yang memiliki hubungan dengan kreativitas (Purnamasari dan Mayar, 2019).

Proses kognitif juga memiliki hubungan dengan adanya gagasan mengenai representasi mental yang menyatakan bahwa proses kognitif terbentuk berdasarkan adanya hasil dari transformasi pikiran dalam sebuah representasi dari suatu jenis. Menurut (Paivio dalam Ramdhan, 2017) menyatakan bahwa representasi mental terbentuk melalui sebuah aktivitas kognitif yang diperoleh melalui proses interaksi antara objek visual maupun verbal.

Proses kognitif dapat diperoleh salah satunya dengan meningkatkan *working memory visual* yang dapat diperoleh melalui kombinasi representasi informasi seperti dalam bentuk teks, gambar, narasi, animasi, dan video (Andres & Petersen dalam Ramdhan, 2017, h. 10). Representasi informasi dalam konteks proses kreatif dapat diartikan kedalam sebuah desain. Didalam proses kreatif, desain dikatakan sebagai sebuah media komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan kepada audiens (Safanayong dalam Puspasari, 2016, h. 9).

Proses kreatif melibatkan kemampuan psikologi kognitif dalam bentuk menghasilkan suatu pemecahan masalah dalam sebuah persepsi, dan sudut pandang yang berbeda. Dalam proses kreatif,

kegiatan dikatakan sebagai salah satu bentuk dari aktivitas kognitif yang bertujuan untuk menghasilkan suatu pandangan atau persepsi baru mengenai suatu permasalahan (Robert dalam Puspasari, 2016, h.11).

Berdasarkan penjelasan tersebut, proses kognitif dan kreativitas memiliki hubungan yang ditandai dengan tingkat inteligensi seseorang terhadap berbagai ide dan pola pikir kreatif (Purnamasari, 2019)

2.3.4.2 Teori Representasi Mental dan Stimulasi Visual

Dalam konteks visual, teori representasi mental dapat diaplikasikan kedalam bentuk stimulasi visual. Stimulasi menurut (Soetjningsih dalam Nurjanah, 2019) mengartikan bahwa stimulasi diartikan sebagai sebuah rangsangan yang berasal dari lingkungan luar individu. Stimulasi ini dapat berupa rangsangan pada sistem indera pada seseorang yang dapat meliputi penglihatan, pendengaran, peraba, peciuman, dan pengecap. Stimulasi visual dapat mempengaruhi sensor motorik yang terdapat pada seseorang yang digambarkan melalui visual.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Nurjanah, 2019), stimulasi visual dilakukan dengan melakukan sebuah metode eksperimen dengan memberikan stimulasi visual berupa gambar dengan pemilihan gambar yang abstrak pada superordinat tertentu seperti contoh: pada objek penelitian yang merupakan seorang Generasi Z.

Objek penelitian tersebut diberikan sebuah gambar pemandangan, orang berbaju adat, aksesoris, kemudian objek penelitian diminta untuk menggambarkan penemuan atau hasil yang ditangkap pada proses stimulasi berdasarkan kumpulan gambar gambar yang diberikan sebelumnya (Nurjanah, 2019, h.288-289). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemberian stimulasi

visual dapat meningkatkan kreativitas dalam bentuk rangsangan yang mendorong imajinatif mereka dalam menemukan gagasan gagasan baru.

2.4 Penelitian Yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Perancangan Media Pembelajaran Interaktif untuk Meningkatkan Keterampilan Berpikir Kreatif Siswa	Kunti Girin Dani, Eko Fery Haryadi Saputro, Novika Lestari	Penelitian ini dirancang dengan tujuan untuk menguji pengaruh adanya media pembelajaran yang interaktif terhadap peningkatan keterampilan berpikir kreatif pada siswa kelas VII.	a. Demografis: Penelitian ini menggunakan subjek penelitian pada anak kelas VII SMP Negeri 01 Belimbing, dengan tujuan untuk mengetahui apakah kemampuan berpikir kreatif siswa dapat dipengaruhi oleh adanya media pembelajaran yang interaktif. b. Media: Jenis media yang digunakan berupa tes keterampilan dengan menggunakan studi yang disusun berdasarkan beberapa indikator untuk mengukur keterampilan kreatif

				seperti <i>fluency</i> (kelancaran siswa dalam memecahkan masalah), <i>fleksibility</i> (kemampuan menghasilkan Solusi kreatif), dan <i>originality</i> (kemampuan memberikan ide atau gagasan yang baru).
2	Perancangan Media Interaktif yang Dapat Menstimulasi Perkembangan Kreativitas Anak Usia Dini (Golden Age, 2-5 tahun)	Jennifer Hardjawikarta, Cok Gde Raka Swendra, Hen Dian Yudani	Perancangan sebuah buku interaktif yang dirancang dengan tujuan untuk membantu seorang anak dalam menstimulasi proses perkembangan kreativitas anak di usia dini.	a. Demografis: pada penelitian ini secara langsung menargetkan sasaran demografis untuk usia anak 2-5 tahun, sehingga media yang dirancang difokuskan dengan memaksimalkan panca Indera pada anak di usia tersebut. b. Strategi Kreatif: dalam penelitian ini menerapkan metode bermain, yang dirancang menggunakan jenis buku interaktif <i>pull tab</i> , dan <i>peek a boo</i> seperti sensori, dan

				<p>pengenalan 3Dimensi. Karena pada perancangan konten difokuskan untuk menstimulasi panca Indera anak pada usia dini.</p> <p>c. Teknik perancangan: Pada perancangan buku interaktif ini disesuaikan dengan target yaitu anak usia dini sehingga banyak melibatkan aktivitas sederhana yang disusun menggunakan media atau diorama yang mudah dipahami oleh usia tersebut.</p>
3.	Visual sebagai stimulasi dalam mengembangkan kreativitas Generasi Z	Jeni Nurjanah, Rizki Taufik Rakhman	Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah kreativitas dapat dikembangkan melalui stimulasi, dengan subjek penelitiannya	a. Metode penelitian: dalam penelitian ini menggunakan metode eksperimen sebagai bagian dari proses penelitian. Dimana didalam metode ini peneliti melakukan uji coba langsung kepada subjek penelitian secara langsung.

			<p>adalah anak yang tergolong pada kelompok Generasi Z.</p>	<p>b. Jenis media: Penelitian ini menggunakan media gambar sebagai bahan untuk memstimulasi kreativitas. Penelitian dilakukan dengan cara memberikan <i>moodboard</i> visual dimana subjek penelitian harus dapat menggambarkan sebuah desain karakter berdasarkan visual yang sudah diberikan sebelumnya.</p>
--	--	--	---	--

