

PELATIHAN METODE DESIGN THINKING UNTUK MENINGKATKAN KREATIVITAS DAN INOVASI PEMBELAJARAN BAGI GURU DAN SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) 33 JAKARTA

Anastasia Lintang Proborini¹
Radita Gora Tayibnapis²
May Rizdiana Santi³
Iche Hilvania⁴

^{1,3,4}Universitas Dian Nusantara, Jakarta

²Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 10 Januari 2025

Revised : 03 Februari 2025

Accepted : 09 Februari 2025

Key words:

Vocational School, Design Thinking, Creative Thinking, Critical Thinking, The Model of the Hasso-Plattner Institute, Photography, Digital Marketing, Public Relation, Mapping, Business Model Canvas

DOI: 10.62335

ABSTRACT

Technology is often an unexpected surprise that opens up educational opportunities such as tourism, culinary, fashion, technology to creative arts that lead to demands for the younger generation, especially for Vocational High Schools (SMK). Like SMK 33 Jakarta which is prepared through coaching and practical learning that focuses on technical skills and specific expertise in the industrial world that has a basis in creativity and innovation. This Community Service is in the form of training for teachers and students to prepare expertise with the Design Thinking approach method which is a process of finding solutions to problems in the latest creative and innovative way. The outcome of the community service activities is in the form of increased competence, especially for teachers and students to improve understanding of the goals, context, benefits, limitations, convenience, obstacles, and results of Design Thinking in educational activities. By integrating this method, it is hoped that SMK will be able to produce graduates who are not only technically skilled but also adaptive to opportunities and challenges.

ABSTRAK

Teknologi sering menjadi kejutan yang tidak terduga yang membuka pada peluang pendidikan seperti kepariwisataan, tata boga, dunia mode, teknologi hingga seni kreatif yang mengarah pada tuntutan bagi generasi muda terutama bagi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Seperti SMK 33 Jakarta yang dipersiapkan melalui pembinaan dan pembelajaran praktik yang berfokus pada keterampilan teknis dan keahlian spesifik di dunia industri yang memiliki dasar kemampuan kreatifitas dan inovasi. Pengabdian Kepada Masyarakat ini berupa pelatihan bagi guru dan siswa untuk mempersiapkan keahlian dengan metode pendekatan Design Thinking yang merupakan proses untuk menemukan solusi pada masalah secara kreatif dan inovatif terbaru. Outcome dari hasil kegiatan abdimas berupa peningkatan kompetensi terutama guru dan siswa untuk meningkatkan pemahaman tentang tujuan, konteks, manfaat, keterbatasan,

¹ Corresponding author: anastasia.lintang.proborini@dosen.undira.co.id

kemudahan, kendala, dan hasil pemikiran desain dalam kegiatan pendidikan. Dengan menintegrasikan metode ini diharapkan SMK mampu mencetak lulusan yang tidak hanya terampil secara teknis tapi adaptif terhadap peluang dan tantangan.

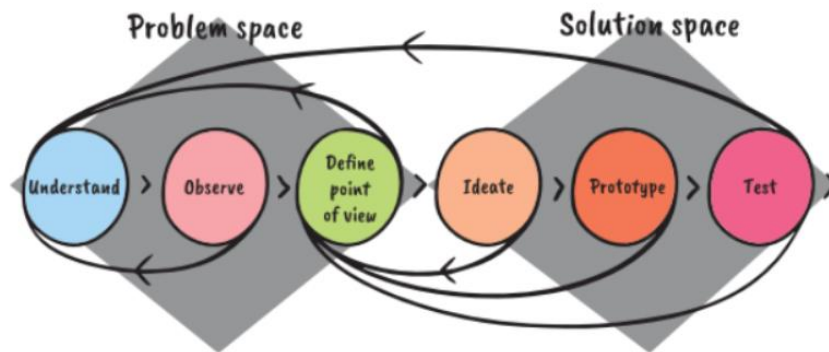
PENDAHULUAN

Setelah kemunculannya pertama kali sejak tahun 2008, *Design Thinking* telah menjadi konsep populer untuk inovasi dan penggunaannya tidak terbatas dalam bidang tertentu seperti desainer grafis tetapi sudah pada tahap multi disiplin ilmu. Alih-alih mencari metode desain universal lama yang berpusat pada produk, *Design Thinking* merupakan lompatan kesenjangan digital dan permulaan transformasi menuju bisnis digital yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan, preferensi, dan masalah yang berpusat pada pengguna atau manusia (*Human Centered Approach*) yang akan didesain solusinya secara relevan dengan apa yang memungkinkan secara teknologi dan apa yang bisa dijadikan peluang bisnis yang menguntungkan. Tujuannya dapat memahami perspektif dan pengalaman pengguna secara lebih mendalam dan hasilnya dapat bersifat *tangible* (terlihat) seperti produk atau rancangan bahkan bersifat *intangible* yang tidak berwujud seperti mendesain solusi. (Akbar, 2018)

Design Thinking bukan hanya merupakan proses berpikir yang dilakukan dengan lama atau teoretis tetapi menerapkan proses berfikir itu sendiri tapi tetap rasional dan kreatif seperti penciptaan solusi, skenario, prototype produk, algoritma, servis, dan perubahan perilaku. Menurut Victor Lombardi professor tamu di Pratt Institute yang merupakan sekolah desain terkemuka di Amerika menyatakan *Design Thinking* merupakan kerja kolaboratif (*collaborative*) yaitu bekerja dengan berbagai orang dan latar belakang berbeda untuk menghasilkan kesepakatan yang lebih baik dalam metode partisipatif penciptaan bersama yang bertujuan untuk menemukan opsi baru yang lebih baik terhadap pemecahan masalah atau yang disebut *abductive*. Dengan metode ini adalah menggunakan mode *experimental* yaitu membangun prototype dan menguji dalam proses berulang dengan mempertimbangkan setiap konteks dan tim (*personal*) dalam masalah yang dikembangkan dengan melihat dan menciptakan sistem yang utuh (*integrative*) untuk menciptakan cara serta menilai solusi yang mungkin dilakukan (*interpretive*). (Stone, 2010)

Dalam konteks pendidikan, model *Design Thinking* dapat ditujukan kepada para guru agar mampu menciptakan solusi yang dibutuhkan para siswa, orang tua dan tenaga kependidikan. Biasanya metode yang sering digunakan adalah *The Model of the Hasso-Plattner Institute* yang divisualkan dengan enam langkah yang dapat dilakukan berulang meskipun tidak berurutan atau linear tetapi proyek dapat kembali ke fase sebelumnya. (Lewrick, Michael; Link, Patrick; Leifer, 2022)

Secara singkat tahapan *Design Thinking* model ini terdapat dua wilayah yaitu Problem Space (wilayah masalah) yang terdiri dari proses *Understand* (Memahami), *Observe* (Mengamati) dan *Define Point of View* (Sudut Pandang). Serta ada yang disebut dengan Solution Space (Wilayah Solusi) yang terdiri dari *Ideate* (Melakukan Ideasi), *Prototype* (Membuat Prototype), dan *Test* (Menguji).



Gambar 1. Model *Design Thinking* dari *Hasso-Plattner-Institute*
 Sumber: (Lewrick, Michael; Link, Patrick; Leifer, 2022)

Pada bagian Problem Space (wilayah permasalahan) terdiri dari beberapa siklus yang biasa disebut dengan siklus Mikro atau fase divergensi yaitu dengan memahami masalahnya dan mewujudkan visi solusi.

a) *Understand* (Memahami)

Fase awal ini bukanlah tujuan yang perlu dicapai tetapi informasi terhadap pemahaman mendalam terkait masalah pengguna. Sehingga sebagai desainer penting memahami terhadap keseluruhan konteks dengan menjawab enam kalimat bertanya (siapa, mengapa, apa, kapan, dimana, dan bagaimana) untuk menghasilkan wawasan dasar sehingga terpetakan apa yang kurang terkait target, kebutuhan, dan masalah pengguna.

b) *Observe* (Mengamati)

Fase ini berfokus pada penelitian kualitatif yang mencakup teknik wawancara dan observasi secara rinci mengenai kebutuhan atau masalah pengguna. Tahap ini penting untuk mendokumentasikan dan memvisualkan temuan ini diantaranya dengan foto, peta pemikiran (*mind mapping*), dan gambaran susana hati yang biasanya untuk memunculkan empati terhadap pengguna.

c) *Define Point of View* (Sudut Pandang)

Merupakan penetapan sudut pandang dengan fokus menafsirkan, dan mempertimbangkan semua temuan atau evaluasi terkait data yang telah dikumpulkan yang mencerminkan perspektif pengguna.

Selanjutnya pada bagian Solution Space (pemecahan masalah) terdiri dari:

a) *Ideate* (Melakukan Ideasi)

Menggunakan berbagai macam metode dan pendekatan yang memperbesar kreativitas untuk membentuk ide. Biasanya desainer menggunakan metode *brainstorming*, untuk menghasilkan sebanyak mungkin solusi yang berbeda sehingga perlu juga dilakukan studi kelayakan. *Design Thinking* tidak menolak ide yang mungkin kurang sesuai dengan permasalahan tetapi dibagi menjadi prioritas ide mana yang sebaiknya didahulukan.

b) *Prototype* (Membuat Prototype)

Adalah versi awal atau model percobaan dari produk, sistem atau konsep yang digunakan untuk menguji ide. Dalam langkah ini membuat dan menguji model percobaan selalu berhubungan dengan ideasi. Dalam fase prototipe ini merupakan fase

konvergensi yang merupakan perwujudan visi secara bertahap melalui visualisasi ide yang terdiri dari prototipe fungsional, prototipe jadi, prototipe akhir, dan rencana implementasinya.

c) *Test* (Menguji)

Fase tes merupakan fase esensial terhadap setiap prototype yang telah selesai dikembangkan. Tes dilakukan terhadap pengguna potensial dan terdapat umpan balik untuk pengembangan ide. Desainer bisa melihat prototipe lewat kaca mata pelanggan dan pengguna.

Pada sudut pandang kreatif, praktik *Design Thinking* mendorong penggunaan *Creative Thinking* dan *Critical Thinking* pada setiap tahapnya. *Creative Thinking* sangat penting terutama dalam tahap Ideasi dimana tujuan utamanya adalah menghasilkan sebanyak mungkin ide inovasi tanpa batas. Sedangkan teknik seperti *Brainstorming* dan *Mind Mapping* sering digunakan untuk mendorong kreativitas tersebut. Untuk *Critical Thinking* digunakan untuk mengevaluasi ide yang paling layak pada tahap definisi masalah, prototyping, dan tahap pengujian. Dalam *Critical Thinking* sangat melibatkan analisis mendalam dan validasi untuk memastikan solusi yang dihasilkan secara efektif dan tepat sasaran. (Kumar, 2016)

Dalam hal ini guru SMK 33 Jakarta belum pernah memasukkan metode ini dalam pembelajaran karena belum memiliki kurikulum khusus yang dihubungkan dengan metode tersebut sedangkan konsentrasi jurusan siswa sudah mengarah pada konsentrasi bidang jasa dan produk sehingga hal ini yang kemudian menjadi kendala bagi siswa apabila harus membuat konsep kreatif yang disesuaikan dengan fokus jurusan seperti Tata Boga, Tata Busana, Layanan Wisata, dan Perhotelan. Serta masih minimnya pengetahuan tentang konsep *Mind Mapping* dan *Brainstorming*. Oleh karena itu kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini ditujukan untuk memberikan informasi dan pengetahuan tentang berpikir kreatif dan inovatif kepada guru sebagai media pengembangan tugas belajar siswa.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul Pelatihan “Metode *Design Thinking* untuk Meningkatkan Kreativitas dan Inovasi Pembelajaran bagi Guru dan Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 33 Jakarta” dilakukan selama 2 hari pada tanggal 17 dan 24 Januari 2024 di lingkungan SMK 33 Jakarta dengan peserta guru dan 30 siswa dengan berbagai jurusan konsentrasi dengan penyampaian materi mengintegrasikan perspektif dari berbagai bidang kepakaran akademisi diantaranya Fotografi, Marketing Komunikasi, *Public Relation*, dan Komunikasi Visual yang berpengalaman sehingga bukan hanya memberikan teori tetapi juga pengalaman langsung penerapan *Design Thinking* untuk menghadapi tantangan dunia kerja nyata. Kerangka kegiatan terdiri dari tahapan berikut:

1. Observasi Lapangan dan Wawancara Mitra

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan observasi lapangan ke SMK 33 Jakarta untuk mengidentifikasi kebutuhan sekolah tersebut untuk mendukung sistem pembelajaran

2. Persiapan Pelaksanaan

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan pertemuan secara intensif berkenaan dengan mitra untuk menyamakan persepsi berkenaan tujuan dan manfaat kegiatan untuk mendukung pembelajaran siswa

3. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan diisi dengan edukasi terkait metode *Design Thinking* yang diintegrasikan dengan berbagai bidang ilmu yang sesuai, Peserta diberikan pemahaman, metode, dan *tools* terkait *Design Thinking* dengan pemanfaatan teknologi digital

4. Tahap Evaluasi
Setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi untuk mengukur efektivitas pelatihan. Evaluasi meliputi tes pemahaman teoretis dan praktis untuk lebih memahami materi pelatihan
5. Tahap pendampingan
Dalam tahap ini memastikan keberlanjutan dari peningkatan pembelajaran guru terhadap siswa dalam sesi lanjutan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses *Design Thinking* dalam pendidikan, *The Model of the Hasso-Plattner Institute* yang dihubungkan dengan bidang kepakaran narasumber dapat dijelaskan dengan proses berikut:

- a. *Understand* (Mengerti)
Kegiatan ini dimulai dengan pengisian materi fotografi yang disampaikan oleh Dani Siswardhani Wahjono dosen pengampu fotografi yang mengulas fase *Understand*, yaitu menggali kebutuhan, perilaku, dan tantangan terhadap konteks fotografi yang memiliki nilai komersial agar sesuai dengan target pengguna dan pasar. Termasuk *angle* (sudut pandang), komposisi, dan konsep fotografi seperti Foto Landscape, Travel, Aerila, Food, dan Produk. Dengan mengerti kebutuhan pengguna maka dengan fotografi dapat menemukan keunikan yang berguna dalam membuat konten lainnya. Selain foto juga diperlukan video untuk lebih jelas dalam menggali tentang kelebihan dari tempat wisata, hotel, ataupun produk.



Gambar 2. Pemaparan Fotografi
Sumber: Dokumentasi tim PKM

- b. *Observe* (Mengamati)
Fase selanjutnya dijelaskan oleh pemateri berikutnya yaitu Iche Hilvania yang merupakan praktisi *Public Relation* tentang cara yang tepat untuk melakukan komunikasi terkait dengan teknik wawancara dan observasi terhadap pengguna. Menurut Iche observasi atau pengamatan penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengguna menggunakan jasa atau layanan lewat *Demographic* (identitas), *Psycographic* (pengalaman), dan *Ethnography* (budaya). Sedangkan dengan wawancara, terkait dengan berbagai kategori pengguna potensial. Dengan hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa kita dapat merancang solusi yang yang lebih relevan dan bernilai komersial.



Gambar 3. Pemaparan materi berkenaan dengan observasi dan wawancara pengguna
Sumber: Dokumentasi tim PKM

c. *Define Point of View* (Sudut Pandang)

Dalam fase ini May Rizdiana Santi selaku narasumber memaparkan tentang Digital Marketing khususnya bidang pariwisata. Dalam fase ini sudah ditetapkan semua temuan dan evaluasi yang terkait data yang telah dikumpulkan. Materi ini menekankan bagaimana cara yang efektif untuk memperkenalkan dan mengulas kepariwisataan dengan foto dan video yang sesuai dan merangkumnya dengan mengandung tulisan CTA (*Call to Action*). Selain itu diperlukan juga pemilihan media yang menarik dan tepat guna untuk lebih dapat mempromosikan kepariwisataan seperti sosial media dan website. Dalam membuat konten pariwisata Diana juga menegaskan perlu menemukan dan menentukan dengan jelas destinasi wisata, terkait promosi destinasi wisata, Lembaga Pariwisata, atau Industri pariwisatanya.



Gambar 4. Pemaparan materi Digital Marketing
Sumber: Dokumentasi tim PKM

Dalam fase proses *Solution Space* dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. *Ideate*

Selanjutnya adalah Anastasia Lintang selaku narasumber yang memiliki kepakaran dalam Komunikasi Visual menggunakan Metode Mapping berupa alat analisis yang dinamakan *Business Model Canvas* (Kanvas Model Bisnis) yang merupakan bagian dari *Creative Thinking* yang akan memberikan solusi dari permasalahan dan inovasi yang akan dijadikan studi kelayakan tentang prioritas ide yang sebaiknya didahulukan.

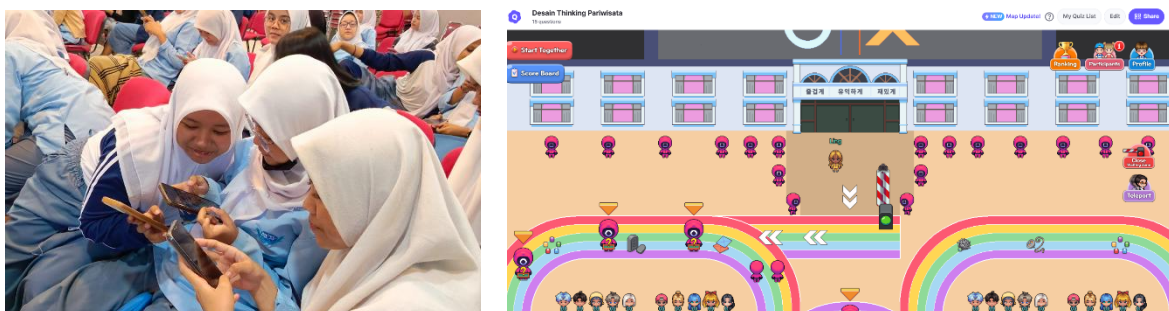
Dalam bidang konsentrasi jurusan SMK 33 Jakarta, *Business Model Canvas* (BMC) akan semakin memperjelas model bisnis yang akan dikembangkan dengan pendekatan kreatif dan sistematis baik untuk layanan wisata, perhotelan, tata boga, dan tata busana. BMC dinilai tepat dikarenakan memungkinkan pemetaan ide bisnis secara visual yang menggambarkan isi, struktur, dan tata kelola transaksi sehingga menciptakan peluang bisnis sehingga memudahkan eksplorasi dan inovasi. Selain itu akan memudahkan pencarian solusi untuk pelanggan dan pasar. Metode *Creative Thinking* ini mendorong kerjasama dari mutidisiplin ilmu untuk menghasilkan strategi kreatif dan inovatif serta dapat menyesuaikan diri dengan tren dan tantangan baru.



Gambar 5. Pemaparan materi membangun kreativitas dengan *Design Thinking*, *Creative Thinking*, dan *Critical Thinking*
Sumber: Dokumentasi tim PKM

Sedangkan untuk proses Prototype dan Testing akan dilakukan oleh guru terkait dalam pembelajaran siswa sesuai dengan jurusan masing-masing yang merupakan tahap terakhir dari *Solution Space* atau tahap solusi.

Setelah pemaparan materi, diselipkan dengan sesi tanya jawab dan gamifikasi yang berbasis *Game Based Learning* yang menggabungkan unsur pembelajaran dan permainan oleh guru dan siswa yang diharapkan dapat meningkatkan motivasi belajar, meningkatkan kolaborasi dan membantu memudahkan pemahaman konsep *Design Thinking* dengan baik, menarik, efektif, dan interaktif dengan masuk pada permainan melalui pemindai QR Code.



Gambar 6. Sesi tanya jawab dan *game* kuis
Sumber: Dokumentasi tim PKM

Salah satunya adalah gamifikasi Squid Games dimana peserta yang masuk dalam permainan diwajibkan memilih jawaban yang paling benar, bila jawaban salah pemain tidak bisa digerakkan beberapa detik. Permainan ini mendapat sambutan dari peserta yang berasal dari

guru karena merupakan media yang dapat membantu siswa belajar tetapi merasa memainkan sebuah permainan.

SIMPULAN

Pada pelaksanaan pelatihan yang dilakukan oleh Dosen Universitas Dian Nusantara kepada guru dan siswa SMK 33 Jakarta terlihat peserta sangat antusias dan juga mendapatkan gambaran tentang pentingnya *Design Thinking* di segala bidang dan kerjasama multidisiplin ilmu serta bagaimana posisinya terhadap kebutuhan dan keinginan pengguna mulai dari ide sampai dengan solusi yang terstruktur dan sistematis untuk menghasilkan sebuah inovasi. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan adanya tindak lanjut agar memberikan dampak maksimal bagi pengajaran terutama untuk siswa SMK 33 Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2018). *Digital Ekosistem* (T. Rahmawati (ed.); 1st ed.). Penerbit Republika.
- Kumar, V. (2016). *101 Metode Desain* (1st ed.). PT. Elex Media Komputindo.
- Lewrick, Michael; Link, Patrick; Leifer, L. (2022). *The Design Thinking Playbook. Tranformasi Digital jitu untuk Tim Produk, Layanan, Bisnis, dan Ekosistem* (1st ed.). PT. Elex Media Komputindo.
- Stone, T. L. (2010). *Managing the Design Process. Concept Development and Essential Manual for the Working Designer* (1st ed.). Rockspport.

LAMPIRAN



Gambar 7. Foto bersama dosen dan tim PKM Universitas Dian Nusantara dengan jajaran guru SMK 33 Jakarta
Sumber: Dokumentasi tim PKM