

MEDIA DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BAHASA PADA SENTRA KERAJINAN KERAMIK HIAS PLERED

Deni Yana

Achmad Haldani Destiarmand

Irma Rachminingsih

Prodi Kriya, FSRD, Institut Teknologi Bandung

Jl. Ganesha No.10, Jawa Barat 40132

e-mail: deniyana75@yahoo.co.id

ABSTRACT

The need for the application of digital technology in the process of education and research, especially in the field of art and design that is implemented by modeling of digital media interactively on crafts center and art to improve the English language skills for students, lecturers/ researchers and practitioners of arts and crafts that will be very useful in the research process. The method used is i-LEAP (Interactive Learning English Through Actions & Photos) method of learning English that combines audio, photos and action packed in a digital media with interactive applications that have multiple menus that can be selected to display certain information is accompanied by audio. Photos and actions needed to provide context so that the context of language learners make vocabulary and expressions learned easily understood and remembered. While audio facilitate learners imitate the correct pronunciation of the English language. The results of this study indicate a variety of interactive digital media innovation that is very useful to enhance the learning process, research data and sale of ceramic craft centers Plered.

Keywords: *Decorative Ceramics, Digital Media, Interactive, Craft Center, Plered*

ABSTRAK

Perlunya penerapan teknologi digital pada proses pendidikan dan penelitian khususnya dalam bidang seni rupa dan desain yang diimplementasikan dengan pembuatan model media digital interaktif pada sentra kerajinan dan kesenian untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris bagi mahasiswa, dosen/ peneliti dan praktisi seni dan kerajinan yang akan sangat berguna dalam proses penelitian. Metode yang digunakan yaitu i-LEAP (*Interactive Learning English Through Actions & Photos*) metode pembelajaran bahasa Inggris yang menggabungkan audio, foto dan aksi yang dikemas dalam sebuah media digital dengan aplikasi interaktif yang mempunyai beberapa menu yang dapat dipilih untuk menampilkan suatu informasi tertentu disertai dengan audio. Foto dan aksi menyediakan kebutuhan pembelajar bahasa, sehingga konteks kosakata dan ekspresi yang dipelajari mudah dipahami dan diingat. Sedangkan audio memudahkan pembelajar meniru pelafalan bahasa Inggris yang benar. Hasil penelitian ini menunjukkan berbagai inovasi media digital interaktif yang sangat berguna untuk meningkatkan proses pembelajaran, data penelitian dan promosi sentra kerajinan keramik di Plered.

Kata Kunci: *Keramik Hias, Media Digital, Interaktif, Sentra Kerajinan, Plered*

PENDAHULUAN

Plered adalah salah satu kota kecamatan di Kabupaten Purwakarta dengan luas wilayah

sekitar 97,172 Ha. Daerah ini sangat terkenal dengan produk kerajinannya yang sangat terkenal bahkan jadi ikon daerah tersebut yaitu kerajinan keramik hias. Perkembangan kerajinan keramik

hias Plered dari mulai awal perintisannya hingga saat ini terus mengalami pasang surut. Berbagai upaya pengembangan dalam bentuk pelatihan, penelitian dan pendampingan baik dalam aspek teknologi, desain dan manajemen terus dilakukan sejak tahun 1950 oleh pemerintah melalui Departemen Perindustrian baik pusat, provinsi maupun daerah dengan melibatkan lembaga-lembaga seperti Balai Besar Keramik (BBK) maupun perguruan tinggi seperti ITB sebagai pelaksananya. Adanya upaya tersebut membuat produk kerajinan keramik hias Plered terus mengalami perkembangan hingga akhirnya mampu menembus pasar ekspor sejak tahun 1980-an dan bertahan bahkan terus berkembang hingga saat ini.

Sejak bergulirnya otonomi daerah, pada tahun 2002 Pemerintah Kabupaten Purwakarta membuat kebijakan di lingkungan Dinas Perindustrian Perdagangan dan Penanaman Modal melalui SK Bupati dengan berdirinya Unit Pelaksana Teknis (UPT) Litbang Keramik. Adapun tugas pokok dan fungsinya melakukan dan melaksanakan Penelitian dan Pengembangan Keramik yang ada di wilayah kerja Kabupaten Purwakarta, meliputi Penelitian dan Pengembangan Teknologi, Desain dan Pemasaran. Dengan adanya UPT Litbang Keramik, upaya pengembangan di sentra industri kerajinan keramik Plered semakin berkembang walaupun sempat mengalami penurunan ketika terjadinya kenaikan harga BBM pada tahun 2004. Apalagi pada tahun 2006 Departemen Perindustrian (sekarang Kementerian Perindustrian) memfasilitasi terbentuknya Kelompok Kerja (Pokja) pada sentra-sentra unggulan dan keramik Plered termasuk sebagai salahsatunya. Sejak dibentuknya Pokja Klaster Keramik Plered akhir tahun 2006 perajin keramik hias Plered seolah bangkit kembali dengan banyak munculnya perajin dan unit usaha baru yang cukup signifikan. Berdasarkan data Pokja Klaster Keramik Plered pada tahun 2008 hingga saat ini perajin di sentra kerajinan gerabah/keramik hias Plered tercatat ada sekitar 284 unit usaha yang didukung sekitar 1.410 perajin. Dengan adanya Pokja Klaster Keramik

Plered pula peluang untuk melakukan promosi melalui kegiatan-kegiatan seperti pameran baik tingkat nasional maupun mancanegara semakin terbuka.

Dengan jarak yang hanya sekitar 70 KM atau 90 menit perjalanan dengan kendaraan dari kota Bandung, didukung dengan sumber daya manusia, sumber daya budaya dan kelembagaan yang dimilikinya, menjadikan sentra kerajinan keramik Plered menjadi salah satu aset yang cukup strategis sebagai pusat industri (kerajinan), penelitian dan pengembangan sekaligus pendidikan khususnya bidang desain dan seni rupa karena sejak dibukanya jalur minat seni keramik di ITB tahun 1963 hingga saat ini, sentra kerajinan keramik Plered selalu menjadi lokasi untuk praktek kuliah lapangan dan penelitian serta pengembangan yang dilakukan oleh mahasiswa, dosen maupun peneliti dan tenaga ahli dari ITB.

ITB sebagai salah satu perguruan tinggi yang cukup terkenal di Indonesia hingga saat ini banyak melakukan kerjasama baik dalam bidang pendidikan maupun penelitian dengan banyak pihak baik dalam maupun luar negeri. Saat ini banyak mahasiswa dan dosen serta peneliti asing khususnya di FSRD ITB yang mengikuti perkuliahan atau melakukan penelitian yang menuntut mereka untuk terjun ke sentra atau pusat kerajinan dan kesenian seperti Plered. Hal yang menjadi kendala antara lain data pusat kerajinan dan kesenian yang masih sangat terbatas dan juga adanya kendala bahasa. Tidak sedikit mahasiswa serta dosen dan peneliti asing yang memiliki kemampuan bahasa Indonesia yang terbatas begitupun dengan para pelaku kerajinan seperti perajin keramik di Plered, rata-rata tingkat kemampuan bahasa Inggris mereka pun juga rendah sehingga bila terjadi dialog untuk proses transaksi dengan mahasiswa atau peneliti asing, proses pembelajaran dan pengumpulan data lapangan untuk penelitiannya sering mengalami kesulitan. Dengan demikian dibutuhkan data mengenai pusat kerajinan dan kesenian yang mudah diakses dan metode pembelajaran bahasa baik Inggris dan Indonesia untuk mengatasi masalah

tersebut salah satunya dengan menggunakan media digital melalui metode i-Leap (*Interactive Learning English Through Actions & Photos*).

Tujuan riset/ inovasi:

1. Untuk menunjang ITB menjadi PT bertaraf internasional.
2. Meningkatkan peluang kerjasama dalam bidang pendidikan dan penelitian khususnya dalam bidang seni rupa dan desain.
3. Melengkapi data tentang sentra atau pusat produksi kesenian baik tradisional maupun modern yang dibutuhkan untuk kegiatan pendidikan dan penelitian dibidang seni rupa dan desain.
4. Meningkatkan apresiasi terhadap produk seni rupa dan desain baik dosen/ peneliti, mahasiswa maupun konsumen baik dalam maupun dalam negeri.
5. Meningkatkan kemampuan bahasa para dosen/ peneliti, mahasiswa dan praktisi kesenian dan kerajinan di lapangan.

METODE

Metode pelaksanaan Program Pengembangan Proyek Pengembangan ITB (III) 2015 dibagi menjadi dua tahapan yaitu pertama metode pengumpulan data awal untuk mengidentifikasi masalah apa saja yang dihadapi dosen, peneliti, mahasiswa serta perajin berkaitan dengan data sentra dan problem bahasa. Setelah data terkumpul, tim pengusul menganalisa dan melakukan simulasi serta evaluasi dalam pendampingan kuliah lapangan mahasiswa dan pencarian data peneliti ke sentra dan lokasi pameran ekspor yang dilakukan oleh perajin. Tahap kedua mengaplikasikan pembelajaran bahasa Inggris melalui pendekatan metode i-LEAP dengan menggunakan teknologi media interaktif

yang akan memberi kemudahan interaksi penggunaannya.

“According to Orlikowski (1992), technology is identified as the “product of human action” (ar-row a), coming into existence and being sustained through human action, and being constituted through use. Only through the appropriation of technology by humans does it exert influence. However, technology is also “the medium of human action” (arrow b). Technology constrains and enables social practices. Institutional properties influence human agents (arrow c)—“institutional conditions of interaction with technology.” Arrow d reflects the influence of technology in reinforcing or transforming organizations’ institutional properties—“institutional consequences of inter- action with technology”. (Sven A. Carlsson, 2009: 59-60)

Saat mempelajari bahasa asing, seseorang dapat meningkatkan penguasaan bahasa yang dipelajarinya dengan memaksimalkan penggunaan beberapa indera – pendengaran, penglihatan dan peraba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses belajar seseorang melalui indera penglihatan mencapai 82%, pendengaran 11%, peraba 3,5%, perasa 2,5% dan penciuman 1% (Piran Wiroatmojo dan Sasonohardjo, 2002). Selain itu, menurut seorang ahli pendidikan dari Amerika Serikat, John Dewey, learning by doing (belajar dengan melakukan) membuat pembelajaran menjadi lebih efektif. Dengan demikian, pembelajaran yang memaksimalkan penggunaan indera penglihatan dan pendengaran serta melakukan aksi, lebih berpotensi meraih sukses.

i-LEAP (*interactive-Learning English through Actions & Photos*) adalah metode pembelajaran bahasa Inggris yang menggabungkan audio, foto dan aksi yang dikemas dalam sebuah media digital dengan aplikasi interaktif yang mempunyai beberapa menu yang dapat dipilih untuk menampilkan suatu informasi tertentu disertai dengan audio. Foto dan aksi menyediakan konteks yang dibutuhkan pembelajar bahasa sehingga konteks

membuat kosakata dan ekspresi yang dipelajari mudah dipahami dan diingat. Sedangkan audio memudahkan pembelajar meniru pelafalan bahasa Inggris yang benar.

Materi i-LEAP dikembangkan dengan pendekatan ESP (*English for Specific Purpose*). “ESP is an approach to language teaching in which all decisions as to content and method are based on the learner’s reason for learning” (Hutchinson et al., 1987:19). Dengan kata lain, penyusunan materi dilakukan berdasarkan analisa kebutuhan (*needs analysis*) pembelajar bahasa.

Dalam pengaplikasian i-LEAP untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris pada dosen, peneliti, mahasiswa dan perajin keramik Plered di kabupaten Purwakarta dan sekaligus menjadi sumber data untuk penelitian, beberapa langkah perlu dilakukan. Langkah pertama yaitu mengidentifikasi masalah yang dihadapi dosen, peneliti, mahasiswa dan para perajin keramik Plered terkait kemampuan bahasa Inggris. Langkah kedua yaitu menganalisa masalah yang dihadapi sehingga kebutuhan mereka terkait data dan pembelajaran bahasa Inggris dapat teridentifikasi. Selanjutnya, penyusunan materi ajar (*storyboard*) dan data yang memenuhi kebutuhan pembelajar, mahasiswa dan peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

I-Leap berperan untuk membimbing pengguna khususnya pengrajin di Plered untuk mempromosikan produknya secara mandiri disamping dapat digunakan untuk keperluan akademis, promosi secara umum seperti untuk kepentingan pariwisata, atau sebagai media pendukung komunikasi antara industri dengan calon pembeli. Oleh karena itu terdapat dua hal pokok yang perlu diperhatikan dalam menentukan konsep dasar dari i-Leap yaitu tentang konten yang harus dipenuhi sebagai materi pembelajaran bahasa dan media informasi dan konsep visual dari media yang memudahkan pengguna dengan berbagai tingkat kemahiran

untuk menggunakannya. Tahap awal penelitian ini berusaha untuk merumuskan kedua hal pokok tersebut.

Media interaktif yang dibuat ini adalah tentang pusat kerajinan khususnya sentra industri kerajinan keramik yang berlokasi di Plered, Kabupaten Purwakarta, sehingga akan menampilkan suasana di sentra industri keramik yang disesuaikan dengan isi materi. Konten yang terdapat pada i-Leap harus mampu mengakomodasi kebutuhan informasi yang perlu disampaikan oleh pengguna. Menu utama (Sentra Industri Keramik) akan terbagi menjadi tiga sub menu, yaitu:

1. Sentra Industri Kerajinan Keramik Plered di kabupaten Purwakarta

Meliputi :

- a. Latar belakang dan sejarah singkat Plered sebagai sentra pengrajin gerabah.
- b. Peta atau lokasi secara visual letak Plered, Purwakarta. Dalam menu ini disertakan pula informasi mengenai akses dari kota-kota besar khususnya di sekitaran Purwakarta seperti Jakarta dan Bandung, transportasi dan akomodasi, spesialisasi produk di setiap daerah/cluster serta informasi lain yang mendukung bagi buyer dan akademisi untuk menuju Plered.

2. Workshop

Meliputi penjelasan alur produksi dari awal hingga akhir:

- a. Persiapan dan pengolahan bahan mencakup penjelasan mengenai sumber bahan baku, pengolahan bahan hingga siap pakai, dan penjelasan mengenai kategorisasi dan kualitas tanah. Foto: sumber galian tanah, tempat pengolahan, packing bahan, jenis-jenis tanah liat, penyimpanan bahan.
- b. Proses produksi. Dokumentasi dan penggambaran alur produksi dengan



Gambar 1. *Image Board*
(Sumber: Penulis, 2015)

menampilkan informasi mengenai persiapan bahan, pembentukan, pengeringan, dekorasi, dan pembakaran.

c. *Workstation*. Informasi mengenai area kerja (pembentukan, dekorasi, dan pembakaran), alat-alat yang digunakan, dll.

d. *Packaging*. Informasi mengenai jenis-jenis packaging yang tersedia dan proses pengepakan barang menjadi informasi penting yang dibutuhkan oleh calon pembeli. Dengan memberikan informasi mengenai hal tersebut diharapkan memberikan kesadaran kepada pengrajin dan pengusaha mengenai mekanisme pengepakan barang dan meningkatkan kepercayaan calon pembeli terhadap industri.

e. Alur dan proses distribusi. Informasi mengenai metode transportasi barang dari sentra hingga ke tujuan akhir beserta keterangan lain/ ketentuan yang perlu diperhatikan berkaitan dengan hal tersebut.

3. *Showroom*

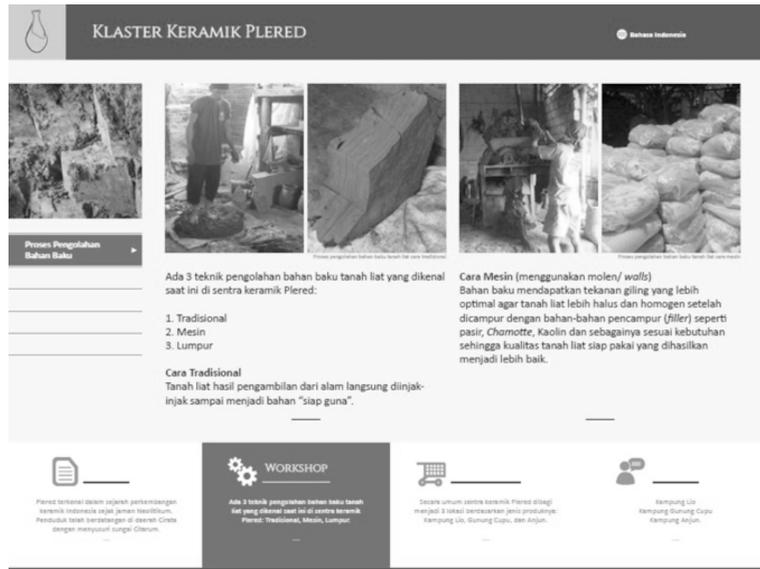
a. Informasi umum mengenai produk keramik di Plered bahwa produk keramik plered dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yang keramik hias dan keramik fungsional.

b. Display produk per kategori yang menampilkan jenis-jenis produk yang ada di kategori keramik hias dan keramik fungsional. Pada bagian ini akan ditampilkan informasi ukuran, harga, dan jumlah muatan barang pada sebuah kontainer.

c. Keterangan pengrajin/ penjual. Pada pengembangan lebih lanjut diharapkan setiap pengrajin dan industri di Plered dapat memanfaatkan media ini secara personal. Oleh karena itu perlu dicantumkan keterangan mengenai data usaha dari pengrajin atau industri agar dapat diinformasikan untuk keperluan transaksi beserta metode transaksi yang dapat dilakukan.

Dengan adanya penyesuaian materi, diharapkan akan mempercepat proses pembelajaran yang secara khusus dirancang untuk kebutuhan komunikasi tiap penggunanya.

Kerangka awal tersebut kemudian menjadi acuan selama proses produksi untuk menentukan menu-menu yang ada yang secara paralel didesain berdasarkan konsep visual yang menekankan pada kemudahan penggunaan. Konsep visual dirancang berdasarkan image board yang sudah ditentukan. Image board berperan dalam perancangan konsep visual sebagai dasar pemilihan warna dan rupa dari tampilan i-Leap. Pada penelitian ini, *image board* diarahkan untuk menampilkan kesan tradisi berkeramik di era modern yang menunjukkan



Gambar 2. Tampilan antarmuka i-Leap format bahasa Indonesia
(Sumber: Penulis, 2015)



Gambar 3. Tampilan antarmuka i-Leap format bahasa Inggris
(Sumber: Penulis, 2015)

kesan profesional. (Gambar 1)

Disamping materi utama yang sudah dijelaskan sebelumnya, terdapat pula materi-materi suplementer seperti materi-materi audio visual pendukung. Materi audio visual yang dimaksud terdiri dari: (1) video mengenai kondisi di Plered merangkum secara ringkas materi secara keseluruhan dan kondisi terkini di Plered; (2) audio berdasarkan teks yang terdapat pada materi di setiap menu yang tersedia dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris untuk membimbing pengguna dalam memahami materi dan mempelajari pelafalan khususnya

untuk teks bahasa Inggris. Keseluruhan materi di susun dalam format media digital yang kedepannya akan diterapkan dalam format website.

PENUTUP

Perkembangan Plered sebagai salah satu sentra keramik di Indonesia tergolong pesat. Pada beberapa tahun terakhir ketertarikan pasar global terus meningkat terhadap produk-produk Plered yang kemudian menuntut para pengrajin dan pengusaha terus berusaha

mengikuti arus permintaan pasar. Penelitian ini berusaha mengantisipasi kecenderungan tersebut dengan membantu mempersiapkan para pelaku industri keramik di Plered dari sisi non-teknis yaitu kesiapan untuk berkomunikasi dengan pelaku lain di pasar global khususnya dalam berbahasa Inggris.

Dengan dibuatnya media interaktif i-Leap ini para pelaku industri keramik di Plered mampu secara mandiri mempelajari dan memanfaatkan media ini untuk kepentingan pengembangan keramik Plered. Di sisi lain media ini berperan penting sebagai data mengenai Plered yang dapat secara berkala diperbaharui dan bermanfaat tidak hanya bagi para pengrajin namun juga bagi peneliti lain yang ingin mengkaji keramik Plered dan sebagai media edukasi dan pariwisata bagi masyarakat umum.

* * *

Daftar Pustaka

- Hutchinson, T. & Waters, A.
1987 *English for Specific Purposes: A learner-centered approach*. Cambridge University Press.
- Wiroatmojo Piran dan Sasonoharjo.
2002 *Media Pembelajaran*. Jakarta: LAN RI.
- Yogesh K. Dwivedi, Banita Lal, Michael D. Williams, Scott L. Schneberger, Michael Wade
2009 *Handbook of Research on Contemporary Theoretical Models in Information Systems*. Information Science Reference. Hersey, New York.