

MEMBANGUN EMPATI DAN KEMAMPUAN BERPIKIR DIVERGEN MELALUI SIMPOSIUM PADA MATA KULIAH PROYEK DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Wiwi Isnaini

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan desain, Institut Teknologi Nasional Bandung,
Jl. PHH. Mustafa no 23 Bandung 40124, Indonesia

E-mail: wiwi@itenas.ac.id

Abstrak

Peran dan tanggung jawab desainer grafis diantaranya adalah untuk membantu memberikan solusi dan menjadi perancang pesan di tengah masyarakat. Untuk dapat memahami dan menyampaikan pesan, seorang mahasiswa Desain Komunikasi Visual memerlukan kemampuan berempati, mendalami dan memahami permasalahan agar dapat menawarkan solusi yang tepat bagi masalah komunikasi yang terjadi. Salah satu cara untuk membangun empati mahasiswa sebelum melangkah ke dalam proses kreatif adalah dengan kegiatan mendengarkan dan menyimak paparan dalam sebuah diskusi yang dikenal dengan simposium. Melalui simposium, diharapkan mahasiswa Desain Komunikasi Visual dapat memiliki berbagai sudut pandang dan mengalami pembelajaran untuk menyadari, mengenali, memahami dan mampu menguraikan serta menganalisis masalah, memberikan solusi dan mempresentasikan solusi atas apa yang menjadi permasalahan dalam sebuah kampanye sosial.

Simposium di awal perkuliahan Proyek DKV yang difokuskan pada perancangan strategi dan pesan dalam sebuah kampanye sosial ini merupakan sebuah penelitian eksperimen dan observasi untuk melihat perbedaan bagaimana empati dan berpikir *divergen* yang diperoleh dari simposium akan lebih membuka wawasan mahasiswa, menjadi sebuah proses kreatif dalam berpikir yang memudahkan untuk menentukan judul dalam sebuah kampanye sosial dalam konteks tema tertentu.

Kata Kunci: Simposium, Berpikir divergen, Empati, Design Thinking, Proses Kreatif, Kampanye Sosial.

Abstract

The roles and responsibilities of graphic designers are to help provide solutions and become message designers in the community. To be able to understand and convey messages, a Visual Communication Design student needs the ability to empathize and explore and understand problems to offer appropriate solutions to communication problems that occur. One way to build empathy from students in their creative process is by listening to the presentation in a discussion known as a symposium. Through the symposium, it is hoped that Visual Communication Design students can have various points of view and experience learning to realize, recognize, understand and be able to describe and analyze problems, provide solutions, and present solutions to what are problems in a social campaign.

The symposium at the beginning of the DKV project, which focuses on designing strategies and messages in a social campaign, is an experimental and observational study to see the differences in how divergent thinking obtained from the symposium will open up students' horizons, become a creative process in thinking that makes it easier to determine title in a social campaign in the context of a particular theme.

Keywords: Symposium, divergent Thinking, Empathy, Design Thinking, Creative Process, Social Campaign

PENDAHULUAN

Empati adalah keadaan mental yang membuat seseorang merasa atau mengidentifikasi dirinya dalam keadaan perasaan atau pikiran yang sama dengan orang atau kelompok lain (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Dari sudut pandang ilmu psikologi, empati adalah kecerdasan emosi berupa kemampuan untuk menyadari, memahami, dan menghargai perasaan dan pikiran orang lain. Empati adalah kondisi penyelarasan diri atau peka terhadap perasaan dan pikiran orang lain (Stein & Book, 1997) sikap seseorang yang berempati disebut empatik, dimana secara emosional dapat memahami, peduli dan berminat terhadap situasi lingkungan atau pihak lain. Empati merupakan kemampuan atau karakter atau bagian dari kepribadian individu dalam memahami perasaan dan pikiran orang lain. Sikap dan perilaku empatik dapat meningkatkan toleransi, saling memahami dan menumbuhkan rasa hormat, mengurangi konflik, diskriminasi antara manusia dengan perbedaan latar belakang. Empati merupakan kemampuan atau karakter atau bagian dari kepribadian individu dalam memahami perasaan dan pikiran orang lain yang membutuhkan kongnisi dan afeksi. Empati dapat tumbuh dalam suasana keberagaman, seperti dalam sebuah pertemuan yang berisi perbedaan pendapat dan pemikiran. Empati merupakan langkah pertama dalam proses Desain Thinking, namun pada kenyataannya empati sendiri tidak muncul begitu saja dalam proses pemecahan masalah komunikasi, dibutuhkan referensi dan wawasan terutama bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual.

Berpikir *divergen* adalah berpikir menggunakan otak kanan yang disebut sebagai otak kreatif yang biasanya membuahkan beragam respon dan membangkitkan sikap kritis, menghasilkan gagasan yang tidak terduga, orisinal dan tidak biasa (J.P.Guilford). Berpikir *divergen* adalah berpikir dengan banyak

cabang dan cenderung mengawang-awang dan masih jauh dari sebuah proses penajaman masalah. Mengapa berpikir *divergen* ini penting dalam sebuah proses pemecahan masalah adalah untuk menghasilkan kemungkinan lain yang tidak terduga yang mustahil diperoleh dari sebuah proses berpikir konvergen atau langsung menajam. Berpikir *divergen* adalah salah satu cara berpikir kreatif yang dapat menggunakan berbagai cara dan sarana, dalam mencari gagasan, *mindmapping* bisa menjadi pilihan, *brainstorming* dilakukan untuk mematangkan gagasan, adalah bagian dari sebuah proses kreatif. Mengoptimalkan panca indera untuk menyerap, mengendapkan informasi untuk menemukan cara pemecahan masalah juga proses kreatif. Seorang desainer grafis ditantang untuk menjadi seorang penemu masalah atau *problem finder*, karena saat ini desainer harus bisa melihat sebuah masalah pada banyak hal yang tidak dirasakan sebagai masalah. *Problem finding* adalah bagaimana desainer bisa melihat sesuatu yang tidak dapat dilihat awam, bagi desainer itu; selalu ada masalah dalam segala sesuatu yang tidak dianggap sebagai masalah, karena desainer itu harus memiliki sikap praduga bersalah (Piliang). Salah satu syarat untuk dapat menemukan masalah-masalah tersebut adalah mampu menggunakan berbagai cara berpikir, dalam hal ini adalah berpikir *divergen*.

Simposium menurut sejarahnya berasal dari bahasa Yunani *Synpinein* dan *Symposio* yang berarti: duduk bersama sambil minum, bersenang2 sambil mengobrol dan membahas sebuah topik, tapi kemudian seiring dengan hasil dari pembicaraan ini bisa menghasilkan berbagai gagasan baru. Simposium saat ini dimaknai sebagai kegiatan saling tukar gagasan atau ide-ide secara bebas, dimana para peserta simposium saling membagi opini dan sekaligus memperoleh wawasan,

pengetahuan dan pemahaman baru tentang sebuah fenomena, yang akhirnya dapat dikembangkan sesuai dengan disiplin dan kepakaran masing-masing peserta. Dalam simposium, pengikatan tema hampir tidak diperlukan, hanya cukup berlandaskan pada fenomena yang sedang dihadapi. Dalam situasi yang lebih formal, simposium adalah sejenis konferensi terorganisir yang berisi kumpulan pandangan tentang sebuah fenomena yang bertujuan untuk membicarakan beberapa masalah secara khusus sehingga terjadi pertukaran sudut pandang dari berbagai pemikiran dan berbagai disiplin ilmu.. Bila dikaitkan dengan syarat memahami permasalahan bagi seorang desainer itu dimulai dari mendengarkan, maka simposium ini adalah salah satu metode pembelajaran dalam bidang desain yang baik untuk memperoleh gambaran tentang sebuah topik dari berbagai aspek sehingga masalah yang tadinya samar menjadi jelas, karena terjadi proses elaborasi dari satu materi ke materi lainnya sehingga dapat merangsang pemikiran, imajinasi dan kemungkinan-kemungkinan yang dapat dijadikan bahasan berikutnya. Bagaimana dari sebuah simposium dapat memunculkan empati sekaligus menumbuhkan kemampuan berpikir *divergen* dari peserta perkuliahan dengan luaran kampanye sosial, akan menjadi fokus dalam tulisan ini

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah tentang bagaimana kegiatan simposium dapat menumbuhkan empati dan memunculkan kemampuan berpikir *divergen* pada mahasiswa peserta mata kuliah Proyek Desain Komunikasi Visual di Program Studi DKV Itenas. Bandung. Mata kuliah ini membekali mahasiswa untuk mampu menemukan masalah, memecahkan dan menawarkan

solusi bagi permasalahan desain komunikasi visual, melalui proses Perencanaan strategi (*strategic planning*) dan perencanaan strategi komunikasi (*message planning*) meliputi pendekatan kreatif, strategi media, eksplorasi berbagai eksekusi verbal dan visual dengan mengintegrasikan keseluruhan kemampuan dan pengetahuan dari mata kuliah studio sebelumnya agar dapat diterapkan pada permasalahan kontekstual.

Fokus dari penelitian ini adalah dampak simposium terhadap munculnya empati dan kemampuan berpikir *divergen* sedangkan metoda penelitian yang digunakan adalah metoda penelitian eksperimen, yaitu sebuah metoda penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang terkendalikan.(Sugiono, 2010). lebih tepatnya metode penelitian ini untuk menguji keefektifan produk atau cara tertentu. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah kualitatif. Eksperimen berlangsung selama satu semester pada tahun ajaran 2020/2021 yaitu sejak awal pertemuan kuliah Proyek DKV, saat diinformasikan tentang topik utama untuk digarap pada semester berjalan. Bertepatan dengan suasana pandemi dan perkuliahan daring, tema yang disampaikan pada tahun ajaran 2020/2021 ini adalah tentang *Survive*.

Eksperimen pertama adalah mengenai kualitas kepekaan dan keragaman tawaran judul terhadap topik di atas, setelah tema besar diumumkan tanpa melalui simposium, dan eksperimen kedua adalah kualitas kepekaan terhadap permasalahan dan keragaman usulan judul setelah melalui simposium. Materi simposium menjadi tugas tim pengajar untuk menyusun dan menyajikan materi berupa sudut pandang masing-masing selama masih dalam konteks yang selaras, dan hal ini menjadi bahan eksperimen untuk menilai reaksi, tanggapan dan tindakan mahasiswa dalam menggali permasalahan. Penelitian ini untuk menemukan bagaimana kegiatan simposium dapat menumbuhkan cara

berpikir *divergen* dan pengaruhnya terhadap proses kreatif dalam pencarian masalah, yang pada tahun-tahun sebelumnya, cenderung mengharuskan mahasiswa langsung menajamkan dan mendalami masalah sejak awal-awal perkuliahan. Data diperoleh dan dikumpulkan dari hasil observasi selama proses pembelajaran, catatan diskusi kelompok mahasiswa dan wawancara dengan mahasiswa.

Analisis dan Interpretasi

Sebelum memaparkan hasil analisis dari temuan selama penelitian, perlu disampaikan bahwa luaran dari mata kuliah Proyek DKV adalah perancangan kampanye sosial. Pada tahun-tahun sebelumnya, mahasiswa hanya diberi informasi bahwa di mata kuliah ini akan menghasilkan kampanye sosial dan mahasiswa yang terbagi dalam 5-6 kelompok diberi kebebasan untuk mencari masalah tanpa diberi batasan konteks, sehingga setiap kelompok bisa mengangkat tema sendiri-sendiri yang tidak berkaitan satu dengan lainnya. Dalam proses pencarian tema dan judul ini tanpa batasan konteks ini, mengakibatkan proses pengajuan judul berangsur lama, kemajuan setiap kelompok memiliki perbedaan yang jauh satu sama lain, sehingga staf pengajar harus bekerja keras untuk memahami setiap bahasan, mengulang masukan yang sama bagi setiap kelompok di waktu yang berbeda. Dengan tidak dibatasi oleh konteks, masalah yang diangkat kadang tidak memenuhi kriteria seperti: kebaruan masalah, nilai kepentingan *urgensi* dan kesegeraan *immediacy*/kepentingan dan kecepatan penanganan serta berpotensi terjadi pengulangan dari masalah yang sudah diangkat.

Dengan memberi batasan berupa topik, maka terjadi perbedaan yang signifikan, baik yang dialami mahasiswa maupun yang dialami oleh tim dosen. Penerapan topik

membuat proses belajar di mata kuliah menjadi terfokus sehingga kualitas asistensi menjadi lebih baik dan tujuan pembahasannya menjadi lebih terarah sehingga pelaksanaan serta hasil pembelajaran dapat dilanjutkan dengan kerjasama dengan instansi yang relevan dengan tema. Dari penerapan topik, ternyata masih ditemukan permasalahan lain yaitu mahasiswa cenderung berpikir sempit, langsung menajam, judul yang diangkat langsung dianggap yang terbaik tanpa melihat bahwa bisa saja ada permasalahan lain yang lebih penting untuk diselesaikan, kurang memberi ruang untuk menjelajah meskipun dengan alasan sudah membuat *mind mapping* sebelumnya. Asosiasi judul dengan topik menjadi terlalu permukaan karena kurangnya wawasan terhadap topik yang diangkat, dalam hal pengajuan judulpun, biasanya hanya membolak balik kalimat, mengganti subyek dan obyeknya tapi secara esensial, hampir tidak ada perbedaan. Terdapat cara berpikir konvergen dan *divergen* yang keduanya sangat diperlukan dalam proses pemecahan masalah, hanya bila tidak tepat penggunaannya, maka akan hilang kesempatan memperoleh hal-hal kreatif dan tidak terduga. Untuk itulah mahasiswa harus diberi ruang untuk berimajinasi, mengawang dan berpikir acak sebelum menentukan apa yang terbaik untuk dilakukan dan pilihannya adalah dengan kegiatan simposium.

Pemilihan kegiatan simposium ini adalah untuk mengobservasi bagaimana mahasiswa belajar berhadapan dengan beragamnya informasi dan harus menentukan satu pilihan, mengembangkannya, lalu menentukan pilihan terbaik yang bisa digarap. Apabila seorang mahasiswa meluangkan waktu untuk menyerap berbagai informasi, mengendapkan dan memikirkan berbagai kemungkinan yang bisa jadi solusi, Proses ini dekat dengan *Design thinking* karena

mahasiswa memiliki waktu lebih untuk membangun empati dibandingkan bila mahasiswa langsung menemukan masalah tanpa diberi batasan. Dalam pembelajaran tanpa simposium, terdapat kecenderungan penekanan untuk berpikir *konvergen*, yaitu mahasiswa cenderung diminta untuk menajamkan permasalahan sejak awal agar segera menemukan jawaban, sehingga ada asumsi bahwa berpikir *divergen* yang acak, kemana-mana, dan bercabang menjadi seperti tidak berharga, padahal berpikir *divergen* itu adalah peluang menemukan gagasan baru yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya.

Perbedaan hasil dari pencarian masalah tanpa diawali dengan simposium hampir sama dengan saat mahasiswa hanya diberi batasan berupa topik saja, yaitu cenderung menerjemahkan topik dengan hal yang sesuai dengan referensi masing-masing, misalnya tema *survive*, sebelum dilakukan simposium, judul yang dihasilkan lebih kurang hanya terkait pandemi dan masalah-masalah seputar kesehatan publik dan hal-hal yang hanya seputar pandemi. Diskusi kelompok yang terjadi kurang produktif, berisi ide-ide usulan yang masih belum mengandung kebaruan dan solutif.

Berbeda ketika topik disampaikan lalu dirangkai dengan kegiatan simposium, hasilnya tampak jelas. Pembelajaran bukan hanya terjadi di mahasiswa tetapi juga di pihak dosen pengajar. Sebelum menyajikan simposium berdurasi 10 menit, sudah terjadi proses belajar bagi setiap dosen dalam memahami lebih dalam tentang makna sebuah topik, tentang kenapa mengapa dan bagaimana sudut pandang masing-masing terhadap sebuah topik. Terjadi proses pertukaran informasi, pertukaran opini dan pembekalan yang akan menjadi bahan menarik untuk dipikirkan lebih lanjut. Hal ini menjadi positif karena setiap dosen membekali diri untuk memahami kajian baru, memberi keyakinan

cukup bagi masing-masing untuk memberi bimbingan dan masukan selama proses pembelajaran. Simposium ini juga adalah upaya untuk bagi dosen untuk selalu peka pada keadaan. Dosen saat ini bukan satu-satunya sumber informasi, saat ini dosen bisa sama tidak tahunya dengan mahasiswa tentang suatu hal tapi memungkinkan untuk paham lebih dulu melalui kesempatan melakukan presentasi dalam simposium.

Bagi mahasiswa sendiri, menangkap benang merah dari setiap materi simposium menghasilkan semacam *information clutter* yang membingungkan, mengacak-acak apa yang sudah dianggap benar dan disepakati, simposium menjadi peristiwa ‘membongkar kembali apa yang sudah mapan dalam pikiran” masing masing namun respon tersebut tidak berlangsung lama karena masing masing materi yang diendapkan setiap peserta menghasilkan kesimpulan tentang banyaknya sudut pandang yang dapat diberikan untuk sebuah topik. Sudut pandang yang berbeda menjadi kekayaan dan bekal yang bisa dipertimbangkan, dipilih, kemudian diputuskan atau bisa mencari kemungkinan sudut pandang lain. Simposium melahirkan diskusi yang lebih konstruktif, terarah, terukur dan minim subyektivitas. Sehingga mereduksi pertentangan sehingga berdiskusi menjadi proses pematangan gagasan awal. Simposium melahirkan suasana yang mendorong satu sama lain lebih memiliki empati baik terhadap permasalahan yang dikaji juga terhadap setiap personal dalam kelompok. Secara proses pencarian dan penentuan masalah dalam kelompok terjadi lebih konstruktif, penilaian terhadap semua usulan dari setiap personal dari anggota lainnya menjadi lebih mudah diukur, bukan lagi tentang ide mana dan dari siapa yang terbaik tapi lebih pada prioritas dan relevansi.

Mahasiswa memahami permasalahan lebih mendalam karena sebelum menentukan

judul kajian, mahasiswa lebih banyak mencari literatur, mengamati dan memahami permasalahan lebih dalam. Setiap anggota kelompok memiliki bahan untuk berdiskusi sehingga memiliki bekal pemikiran untuk dibawakan dalam sebuah asistensi, kembali bertukar pikiran, mengemukakan gagasan dan menerima masukan, dari sekian banyak masukan, mahasiswa bisa mengolah kembali dan dapat mengemukakan gagasan baru yang memiliki kebaruan, tingkat kepentingan dan kesegeraan yang bermanfaat bila sebuah gagasan diwujudkan sebagai judul kampanye yang solutif.

Bagaimana simposium memicu mahasiswa untuk berpikir *divergen* dalam tahap memikirkan fenomena yang terjadi dapat dilihat dari hasil ajuan judul yang lebih beragam yang membuktikan bahwa semakin banyak informasi yang diterima akan menghasilkan banyak kesempatan untuk menyajikan buah pikiran. Seperti yaang terjadi pada keadaan seseorang yang banyak membaca, maka akan banyak yang dapat dituliskan, semakin banyak mendengarkan maka akan menghasilkan cerita yang beragam. Hasilnya dapat dilihat dari pengusulan judul menjadi lebih cepat dari sebelumnya, keberagaman aspek yang diangkat sehingga mudah menentukan berdasarkan prioritas dan kepentingan masyarakat. Usulan yang beragam dapat terjadi karena adanya kesempatan dan ruang awang-awang dan acak sejak awal sudah jelas konteksnya, sehingga perbaikan untuk usulan judu; cenderung bersifat minor.

Dari proses pembelajaran yang berlangsung selama 1 semester yaitu pada semester genap 2020/2021, dalam 1 kelas saja telah dihasilkan beberapa proyek kampanye hasil kerjasama mahasiswa dan dosen dengan judul beragam yang konteksnya adalah tentang *survive* menghadapi keadaan dan perubahan, seperti covid19, era disrupsi, era revolusi industri 4.0, era digital, yang

kesemuanya berpotensi menjadi materi untuk pengabdian kepada masyarakat dan menjadi penelitian yang bisa dilanjutkan dan disesuaikan dengan situasi di masyarakat. Adapun kampanye yang dirancang pada tema survive ternyata bisa melebihi ekspektasi dari sekedar bertahan dari pandemi dari sisi kesehatan fisik tapi juga tentang sikap mental yang diperlukan di masa pasca pandemi, beradaptasi di masa setelah pandemi, seperti yang dihasilkan oleh mahasiswa berikut ini:

1. Sebelum simposium, kelompok ini menawarkan judul yang sangat sempit dalam memaknai *survive*, yang langsung dihubungkan dengan hal-hal seputar penanganan dan cara cara menghindari covid19 di masa pandemi yang sebelumnya, kampanye tentang ini sudah disampaikan oleh banyak pihak. Maka hasil dari simposium dan diskusi diperoleh fakta tentang perkembangan penanganan pandemi hingga saat diangkat yaitu tentang Kampanye “Percaya Vaksin” sebuah kampanye edukasi tentang vaksin Covid19 bagi generasi *millennial* yang masih merasa sebagai kelompok yang imun terhadap virus Covid19, hal tersebut dihubungkan dengan kegemaran *traveling* yang sering dilakukan *millennial*, sehingga menghasilkan pesan-pesan yang lekat dengan perjalanan saat pendemi dan resikonya bila tidak divaksin. Melalui cara berpikir *divergen* di beberapa tahapannya, Kampanye ini menggunakan konsep *media hijack*, pesan-pesan kampanye pada aplikasi travel dan media *spotify* yang memang dekat dengan segementasi ini.

2. Bertahan itu ternyata bukan hanya terhadap wabah, tapi juga tentang mempertahankan apa yang sudah ada yang terdampak, salah satunya aspek ekonomi dan keberlangsungan usaha, Kampanye “*Silih asih, silih asuh, silih asah, silih Ngunteungkeun*” mangajak pelaku UMKM untuk bergabung menjadi mitra borongdong.id. Sebuah aplikasi belanja milik pemerintah Jawa Barat yang menargetkan Aparatur Sipil Negera atau ASN sebagai konsumen untuk memberdayakan UMKM Jawa Barat yang mengalami kelesuan saat

pandemi. Namun di sisi lain para pelaku UMKM masih meragukan untuk bermitra karena sudah bermitra dengan *marketplace* besar dengan semua kemudahannya. Kampanye ini berupa branding Borongdong Id, untuk mengubah persepsi bahwa ASN merupakan pasar konsumen yang stabil karena secara ekonomi tidak mengalami gangguan meski di saat pandemi.

3. Bertahan dan mengikuti perubahan adalah hal yang melatar belakangi lahirnya Kampanye Meningkatkan Pemahaman Orang Tua Tentang *Multiple Intelligence* Anak di Era *Disrupsi*. Kampanye ini meyakini perubahan dan disrupsi di bidang keterampilan anak yang semakin bertambah di era digital yang mengalami beberapa perkembangan yang menuntut keterampilan anak di masa depan tapi masih awam di mata orang tua, sehingga sering menimbulkan prasangka miring terhadap perilaku anak yang dianggap malas, santai dan tidak akan berhasil di masa depan karena terlalu dekat dengan gawai yang dianggap orang tua masih sebagai alat hiburan dan bermain, rendahnya pemahaman orang tua bahwa gawai saat ini merupakan sarana penting untuk belajar dan berwirausaha serta menciptakan konten. Pesan-pesan yang dirancang menggunakan media video yang berisi tentang keterampilan anak yang dimiliki yang membuat orang tua kaget karena tidak pernah mengajarkan sebelumnya, seperti memasak, membuat kerajinan, membuat video dan bagaimana saat ini orang tua sering bertanya dan dibantu oleh anak ketika berurusan dengan informasi digital.

4. Kampanye “ Surat Karat” pentingnya manajemen waktu bagi pekerja *zennials* di era disrupsi teknologi, Kampanye ini tentang perubahan teknologi yang serba memudahkan sehingga mengubah pola hidup dan sikap generasi muda yang terlalu hanyut dengan hal tersebut sehingga memiliki manajemen waktu yang buruk. Bertujuan mengedukasi pekerja *millennial* dan *gen Z* atau *Zennials* tentang kebiasaan dan sikap yang selalu diajarkan para orang tua sejak lama, yaitu tentang disiplin mengatur waktu

dan akibatnya yang di era apapun akan selalu menjadi nilai yang harus dijunjung. Pesan-pesan pada kampanye ini unik karena dikemas dalam video pendek dengan unsur etnik Sumatera dan Sunda yang menyatu dalam diri seorang anak muda dengan pendekatan semi petualangan misteri.

5. Kampanye ‘Tak ada yang *Instan*’ meningkatkan semangat mahasiswa melakukan perkuliahan, adalah tentang fenomena putus kuliah yang terjadi di kalangan mahasiswa, terlebih saat pandemi, putus kuliah menjadi semakin meningkat dengan Pandemi sebagai sebab utama. Kenyataannya, sikap mental yang tidak sabar dalam berproses juga menjadi faktor utama putus kuliah yang menjauhkan mahasiswa dari cita-citanya, turunnya semangat karena perubahan metoda pembelajaran dari luring ke daring semakin membuat mahasiswa malas beradaptasi. Kampanye ini bertujuan membangun kembali semangat dengan mengangkat nilai lebih setiap pribadi yang dimiliki lebih berharga dari keadaan yang terjadi.

5. Kampanye “lekas sembuh” merupakan sebuah kampanye untuk melawan berita hoax tentang rumah sakit saat pandemi memuncak, berbagai issue tentang rumah sakit semakin tidak terkendali yang membuat kepercayaan masyarakat terhadap rumah sakit semakin turun dan menyebabkan keengganan pergi ke rumah sakit dan cenderung melakukan *self diagnose* atau memilih menggunakan aplikasi kesehatan untuk memperoleh informasi bagi keluhan pada kesehatan yang sebenarnya akan ada saran berangkat ke dokter atau ke rumah sakit karena aplikasi hanya menyediakan informasi dan saran. Pesan yang dirancang tentu seputar jaminan tentang jaminan keselamatan dan keamanan pelayanan rumah sakit meski pandemi sedang terjadi.

Kesimpulan.

Sebuah sikap dapat muncul sebagai reaksi dari sebuah tindakan, empati seseorang

tidak dapat tumbuh bila hanya dihadapkan dengan keseragaman, empati lahir dari perbedaan karena empati adalah tentang memahami dan simposium adalah wadah dari berbagai perbedaan.

Empati harus distimulus dan simposium adalah stimulus sederhana yang menyajikan perbedaan pendapat, pemikiran yang lahir dari latar belakang yang berbeda.

Simposium memiliki beberapa kelebihan yaitu tidak membutuhkan jumlah peserta yang banyak namun intinya simposium dilakukan oleh lebih dari satu orang, maka sebagaimana pepatah “dua kepala lebih baik dari satu” maka, dua orang atau lebih, bisa memberi gagasan solutif untuk masalah yang tidak bisa dipecahkan oleh satu orang, sehingga lebih baik untuk memiliki banyak sudut pandang terhadap masalah yang tidak bisa dipecahkan sendiri. Simposium dapat dilakukan dalam waktu yang relatif singkat tapi dapat memberi banyak informasi karena pendapat dari setiap peserta yang berbeda. Simposium mendorong peserta untuk terlibat, baik secara langsung pada saat simposium maupun pada saat setelah kegiatan dilaksanakan. Simposium adalah bentuk proses kreatif dimana mendengarkan dan menyimak adalah salah satu syarat seseorang dapat memahami persoalan. Mahasiswa pun merasakan bagaimana simposium itu sebuah kegiatan sederhana yang dampaknya mencerahkan dan memperjelas arah meskipun diawali dengan kebingungan karena banyaknya informasi. Hal itulah yang menjadi kekurangan simposium. Hasil dari simposium memang bukan untuk memecahkan masalah tapi untuk mengundang lebih banyak gagasan, waktu yang terbatas bagi setiap peserta sehingga informasi bisa tidak lengkap, oleh karenanya sepiantas lalu ketika simposium selesai, respon penyimak sangat beragam, ada yang segera terstimulus, sebagian kebingungan karena banyak ide tapi tidak tahu harus memulai dari mana, itulah yang terjadi dalam proses kreatif, menemukan

gagasan itu bisa dimulai dari mana saja; bercabang, acak tapi setidaknya sudah memberi banyak gagasan karena seribu ide buruk masih lebih baik dari pada satu-satunya gagasan yang dianggap terbaik.

Simposium juga berfungsi sebagai *counter* ketika sebuah fenomena terjadi, masyarakat cenderung akan memperoleh informasi dan cerita yang beredar lewat banyak sumber, yang kebenarannya belum tentu dapat dipertanggungjawabkan. Termasuk dalam kondisi saat pandemi yang beriringan dengan banyaknya perubahan tatanan kehidupan seperti disrupsi, revolusi industri 4.0 dan merdeka belajar. Adaptasi menjadi keharusan bagi siapa saja yang ingin bertahan. Dengan banyaknya masalah yang muncul, perubahan pola pikir, sikap dan tindakan tidak dapat lagi dihindari meskipun hal tersebut berkonsekuensi pada tercerabutnya nilai dan hal-hal baik yang sudah dianggap benar selama ini.

Dari hasil perkuliahan selama satu semester dapat disimpulkan bahwa simposium memberi perubahan positif bagi dosen dan mahasiswa terutama saat memperoleh brief yang masih sangat luas yang perlu digali lagi. Hasil dari simposium melahirkan sudut pandang yang kaya, banyak pilihan namun di sisi lain memungkinkan cara bekerja menjadi lebih terarah, mendalam dalam waktu yang relatif lebih cepat dibandingkan tanpa simposium.

Desainer era digital dihadapkan pada Informasi yang semakin berlimpah dari berbagai arah sementara waktu semakin sempit untuk mempelajari banyak hal. Seorang desainer harus mampu menjadi *problem finder* sekaligus *problem solver* dan *form builder* bermodalkan prasangka bersalah pada keadaan yang dianggap baik-baik saja. Mendengar adalah salah satu cara mengundang berbagai gagasan dan, membaca, menulis adalah memproduksi gagasan (Piliang). Tanpa kemampuan

mendengarkan, kemampuan mengamati dan latihan cara berpikir mustahil seseorang dapat melahirkan ide bagus yang solutif. Berpikir *divergen* adalah berpikir acak, bercabang yang belum dapat menampakkkan kemana arah tujuan penyelesaian tapi dapat membuka berbagai kemungkinan yang dapat dipertimbangkan, dipilih dan ditentukan kemudian yang menjadi modal untuk digali lebih mendalam.

Seorang desainer terlatih untuk menjadi kreatif dalam memandang, menganalisis dan merancang

,menghadirkan sebuah solusi berupa pesan yang mengandung kebaruan yang dapat mencerahkan siapapun yang diajak bicara. Setiap masa membutuhkan cara dan melakukan simposium ini salah satunya untuk mengatasi kurangnya literasi terhadap masalah yang sedang terjadi selain bergantung pada buku dan artikel panjang yang saat ini jarang diminati oleh generasi yang lebih terbiasa berinteraksi pada layar dan gerak dengan informasi yang singkat dan permukaan.

Melalui simposium akan terbuka berbagai masalah yang akan mengundang pemikiran berikutnya, bahkan memunculkan keinginan untuk memahami lebih dalam melalui kegiatan membaca, memahami lingkungan sekitar dan suasana kemasyarakatan, karena desainer adalah bagian masyarakat yang penting untuk menciptakan perubahan pemikiran, perubahan sikap dan tindakan.

Daftar Pustaka dan referensi:

Landa, Robin, Advertising by Design , generating and designing creative ideas across media (2010) 2nd edition, John Wiley & Son, Hoboken, New Jersey.

Dolby, N. (2012). Rethinking multicultural education for the next

generation: The new empathy and social justice. New York: Routledge

Roterberg, Christian Muller, (2020) Design Thinking for Dummies, John Wileys & Sons.Inc, Hoboken, New Jersey, New York

Berger, Jonah, (2014) “Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age” Simon & Schuster, New York City

D Sugiyono Prof (2010) Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R& D, Cv. Alfa Beta, Bandung

Piliang, Yasraf Amir, (2013), dunia menulis dan menulis dunia, membangun budaya literasi, slideshare