

## PENDIDIKAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DAN UPAYA PEMAJUAN KEBUDAYAAN INDONESIA

**Pungky Febi Arifianto**

<sup>1)</sup>Institut Teknologi Telkom Purwokerto  
pungky@ittelkom-pwt.ac.id

### ABSTRAK

*Belahan dunia saat ini berlomba bersaing dalam memajukan sumber industri terbarukan. Industri ini tidak tergantung dari sumber daya alam, namun lebih kepada daya cipta dan karya sumber daya manusia yang dikenal sebagai Industri Kreatif. Indonesia saat ini memiliki rencana pembangunan industri kreatif melalui rencana strategis ekonomi kreatif yang dicanangkan pemerintah dalam membangun kekuatan baru Indonesia menuju tahun 2025. Selanjutnya rencana ini kemudian diturunkan dalam berbagai kebijakan, termasuk penguatan sumber daya manusia melalui berbagai lini.*

*Desain komunikasi visual merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif di Indonesia. Sumber daya manusia pada sektor ini khususnya pada bidang pendidikan dibuatkan kurikulum yang mengacu pada Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI). Kerangka tersebut merupakan turunan dari Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) bidang desain grafis dan desain komunikasi visual. Produk DKV dikenal sebagai produk yang mempunyai fungsi sebagai pemberi informasi, identifikasi dan persuasi (membujuk) diharapkan mampu membangun mendukung pertumbuhan bisnis maupun kebudayaan di Indonesia.*

*Pemerintah melalui undang-undang Pemajuan Kebudayaan mengharapkan seluruh lapisan masyarakat mendukung kegiatan tersebut. Undang-undang ini akan berpedoman oleh Pokok Pikiran Kebudayaan Daerah Kabupaten/Kota (PPKD) yang berisikan kebudayaan dari daerah penyusun. Hal ini dapat dijadikan landasan untuk merevisi kurikulum desain komunikasi visual dan menjadikannya PPKD sebagai ciri pembeda bagi institusi melalui wilayah pengelola pendidikan itu berada.*

*Kata Kunci: Kurikulum DKV, Pendidikan DKV, SKKNI, KKNI, Pemajuan Kebudayaan Indonesia.*

### ABSTRACT

*The world is currently competing to advance renewable industrial sources. This industry is not dependent on natural resources, but rather on creativity and human resource work known as the Creative Industry. Indonesia currently has a creative industry development plan through a strategic economic creative plan launched by the government in building Indonesia's new strength towards the year 2025. Furthermore, this plan was later revealed in various policies, including strengthening human resources through various lines.*

*Visual communication design (DKV) is one of the creative economy subsectors in Indonesia. Human resources in this sector, especially in the education sector, made a curriculum that refers to the Indonesian National Qualifications Framework (Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia/KKNI). The framework is derived from the Indonesian National Work Competency Standards (Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia/SKKNI) in the field of graphic design and visual communication design. DKV products are known as products that have the function of providing information, identification and persuasion (persuading) are expected to be able to build support for business and cultural growth in Indonesia.*

*The government through the Cultural Progress law (Undang-Undang Pemajuan Kebudayaan) expects all levels of society to support these activities. This law will be guided by the Principal Mind of the District / City Culture (Pokok Pikiran*

*Kebudayaan Daerah Kabupaten/Kota /PPKD) which contains the culture of the constituent regions. This can be used as a basis for revising the visual communication design curriculum and making it PPKD as a distinguishing feature for institutions through the area where education management is located.*

*Keyword : DKV curriculum, DKV Education, SKKNI, KKNI, Promoting Indonesian Culture.*

## **PENDIDIKAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

Desain komunikasi visual saat ini merupakan sebuah cabang ilmu disiplin yang bisa dikatakan baru berdiri beberapa dekade silam. Diawali dengan berdirinya pendidikan seni pertama di Indonesia ASRI (Akademi Seni Rupa Indonesia) pada tahun 1950 dengan nama Jurusan Redig yang merupakan singkatan dari Reklame, Dekorasi, Ilustrasi Grafik. Yang kemudian pada tahun 1969 bersamaan dengan berubahnya ASRI menjadi Sekolah Tinggi Seni Rupa Indonesia (STRSRI), Jurusan Redig dipecah menjadi jurusan reklame, jurusan seni dekorasi, dan jurusan seni grafis. Jurusan reklame merupakan awal bibit perubahan nama menjadi Desain Komunikasi Visual pada tahun 1983. Pendidikan seni pada saat itu masih belum mempunyai kurikulum yang bisa dijadikan acuan dalam mengembangkan keilmuan seni. Dikarenakan iklim politik pada saat itu yang belum stabil, mengakibatkan penerapan sistem pendidikan dengan norma akademik serta metode berbasis ilmu pengetahuan belum bisa diterapkan secara komprehensif. Dengan bimbingan dari RJ Katamsi, ASRI menerapkan sistem pengajaran “Proyek Global” dan “Abklatch” yang berarti pengambilan. Sistem pengajaran dengan Proyek Global merupakan sistem pengajaran secara praktik yang tidak mementingkan detail dari objek (alam atau benda) yang sedang dihadapi, melainkan mengutamakan kesan secara keseluruhan ditambah dengan konsep pribadi dari penciptanya. Hal ini memberikan kebermanfaatannya untuk menyelesaikan pekerjaan secara utuh dengan waktu singkat. Sedangkan sistem pengajaran “Akblatsch” atau pengambilan adalah sistem pengajaran yang metodenya berusaha mengopi bagian-bagian candi untuk kepentingan studi dengan melakukan pemugaran dan rekonstruksi. Penggunaan bahan juga menggunakan kertas singkong, tanah liat dan gip, hal ini dimaksudkan agar siswa menghargai seni rupa Indonesia kuno sebagai salah satu dimensi dari corak kebudayaan Indonesia. Sedangkan di Bandung, desain komunikasi berawal dari pendidikan Studio grafis jurusan seni rupa yang berfokus pada print making dan desain grafis. Seiring dengan perkembangan teknologi, media grafis bukan cuman terpaku pada kebutuhan publikasi dan cetak tapi makin meluas pada kebutuhan dalam mengkomunikasikan informasi secara audio dan visual (*moving graphic*) sehingga muncullah ideom desain komunikasi visual yang diperkenalkan oleh Gert Dumbar di FSRD ITB pada tahun 1977 (Kardinata, 2015:157)

Dewasa ini kurikulum pendidikan desain komunikasi visual mengalami kemajuan dikarenakan perkembangan teknologi yang kian deras menghasilkan media baru. Media ini tentu saja berkaitan dengan digitalisasi yang didominasi oleh data berbasis visual. Kemunculan media baru juga memberikan kontribusi dengan hadirnya spesialis baru di bidang Desain Grafis/Desain Komunikasi Visual/New Media. Perkembangan teknologi tersebut juga mendorong institusi pendidikan untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkompeten dalam mendukung kemajuan tersebut. Dalam menyinergikan kebutuhan tersebut maka pemerintah melalui direktorat jenderal pendidikan tinggi KEMENDIKBUD dan Direktorat bina instruktur dan Tenaga kepelatihan KEMENAKERTRANS untuk mengembangkan kerangka kualifikasi di tingkat nasional yang kemudian diberi nama Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia yang kemudian sering disebut dengan KKNI.

## **KURIKULUM BERBASIS KKNI**

Dalam PERPRES No. 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan

“KKNi adalah kerangka penjenjangan kualifikasi yang dapat menyandingkan, menyetarakan, dan mengintegrasikan antara bidang pendidikan dan bidang pelatihan kerja serta pengalaman kerja dalam rangka pemberian pengakuan kompetensi kerja sesuai dengan struktur pekerjaan diberbagai sektor“.

dapat dimaksudkan bahwa prinsip dasar dikembangkannya KKNi adalah menilai kinerja individual dari tiap sumber daya manusia dalam aspek kelilmuan, keahlian, dan keterampilan sesuai dengan capaian pendidikan atau sering didengar dengan istilah *learning outcomes* yang telah diperoleh dari proses pendidikan baik secara formal, nonformal, dan informal, yang dapat dikaitkan dengan pelatihan maupun pengalaman kerja yang telah dilampai. Setiap institusi pendidikan baik jalur pendidikan akademik, vokasi maupun profesi wajib membuat kurikulum sesuai dengan kerangka kualifikasi tersebut. Hal ini mengacu pada PERMENDIKBUD Nomor 73 Tahun 2013 tentang penerapan KKNi bidang pendidikan tinggi pada pasal 2.

KKNi menyediakan sembilan jenjang kualifikasi, dimulai dengan jenjang 1 sampai jenjang 9. Penetapan jenjang tersebut dilakukan secara komprehensif dengan melihat kondisi ketenagakerjaan di Indonesia. Hal ini dilihat dari sisi penghasil (*supply push*) ataupun pengguna (*demand pull*).



Gambar 1. Level KKNi  
(Sumber : Pelatihan Applied Approach LP3M Unsoed 2015)

Secara konseptual, setiap jenjang kualifikasi dalam KKNi disusun oleh enam parameter utama yaitu (a) Ilmu pengetahuan (science), (b) pengetahuan (knowledge), (c) pengetahuan praktis (know-how), (d) keterampilan (skill), (e) afeksi (affection) dan (f) kompetensi (competency)<sup>2</sup>. Ke-enam parameter yang terkandung dalam masing-masing jenjang disusun dalam bentuk deskripsi yang disebut Deskriptor Kualifikasi. Dengan demikian ke-9 jenjang kualifikasi dalam KKNi memuat deskriptor-deskriptor yang menjelaskan kemampuan di bidang kerja, lingkup kerja berdasarkan pengetahuan yang dikuasai dan kemampuan manjerial.

Dengan demikian kurikulum desain komunikasi visual saat ini mengacu pada KKNi yang merupakan turunan SKKNi yang berisi konsep hasil pengembangan pihak Indonesia Pendidikan dan Kebudayaan (KEMENDIKBUD), Indonesia Tenaga Kerja (KEMENKERTANS), asosiasi industri, asosiasi profesi, badan atau lembaga sertifikasi profesi, institusi pendidikan dan pelatihan tingkat menengah dan tinggi, badan atau lembaga akreditasi, lembaga sertifikasi profesi, institusi pendidikan dan pelatihan tingkat menengah dan tinggi, badan atau lembaga akreditasi. Diharapkan kurikulum yang berdasarkan kerangka tersebut akan menghasilkan *learning outcomes* yang berguna bagi alumnus/pekerja desain komunikasi visual serta melindungi hak tenaga kerja dan memberi kesetaraan kewajiban kerja bagi pelaku industri.



Tabel 1. Cakupan Okupasi Profesi Desain Grafis dan Desain Komunikasi Visual

Sektor/ Sub Sektor/ Area/ Fungsi Utama Tujuan Bisnis		DESAIN GRAFIS / DESAIN KOMUNIKASI VISUAL		
Sub-Bidang/ Sub-disiplin/ Area Fungsi Kunci		DESAIN GRAFIS INFORMASI	DESAIN GRAFIS IDENTITAS	DESAIN GRAFIS PERSUASI & PRESENTASI
Level KKNI	fungsi mayor			
9	S3	Pengelola Desain (Director)		
		Creative Director		
		Executive Creative Director / Chief Creative Officer		
		Chief Design Officer / Design Director		
8	S2	Pengelola Desain (Maanger)		
		Associate Creative Director		
		Creative Group Head		
		Design Project Manager		
7	S1+Pengalaman	Senior Designer		
		Desainer Grafis Senior		
		Design Manager		
		Desainer Publikasi Senior	Desainer Kemasan Senior	Senior Visual Merchandizing Designer
		Desainer Infografis Senior	Desainer Identitas Brand	Pengarah Seni Senior/ Senior Art Director
		Senior Signage Designer	Desainer Karakter	Desainer Ekhibisi Senior
		Junior User Interface / UI Senior		Desainer Grafis Lingkungan
		Desainer Web Senior		Desainer Experience /UX
		Desainer Apps Senior		Ilustrator Senior
		Senior Typeface Designer		Fotografer Senior
6	S1	Junior Desainer		
		Desainer Grafis Junior		
		Desainer Publikasi Junior	Desainer Kemasan Junior	Junior Visual Merchandizing Designer
		Desainer Infografis Junior		Desainer Konten Visual Junior
		Junior Signage Designer		Pengarah Seni Junior / Junior Art Director
		Junior User Interface / UI Junior		Desiner Ekshibisi Junior
		Desainer Web Junior		Ilustrator Junior
		Desainer Apps Junior		Fotografer Junior
5	D3	Senior Assistant Designer		
		Senior Visualizer		
		Senior Drafter		
		Senior Layout Artist		
		Image Editor		
4	D2	Junior Assistant Designer		
		Junior Visualizer		
		Junior Drafter		
		Junior Layout Artist		
3	D1	Senior Operator		
2	SMK	Junior Operator		
1	SMP			

Sektor/ Sub Sektor/ Area/ Fungsi Utama Tujuan Bisnis		DESAIN GRAFIS / DESAIN KOMUNIKASI VISUAL		
Sub-Bidang/ Sub-disiplin/ Area Fungsi Kunci		DESAIN GRAFIS INFORMASI	DESAIN GRAFIS IDENTITAS	DESAIN GRAFIS PERSUASI & PRESENTASI
Level KKNI	fungsi mayor			
		Desainer Grafis Desainer Publikasi Desainer Infografis Desainer marka / Signage Desainer User Interface /UI Desainer Web Sesainer Apps	Desainer grafis Desainer Sampul /Cover Desainer Kemasan Desainer Identitas Brand	Desainer Grafis Desainer Visual Merhandise Desainer Konten Media Sosial Pengarah Seni /Art Director Desainer Ekshibisi Desainer Grafis Lingkungan Desainer User Experience /UX

(Sumber: buku sosialisasi kurikulum KKNI DKV 2017 Mercubuana)

Dari peta profesi pada Gambar 2. terlihat lingkup profesi bidang Desain Grafis/Desain Komunikasi Visual yang mencakup 3 (tiga) fungsi pentingnya yaitu *to inform, to indentify, dan to persuade*. Tiga fungsi tersebut mempergunakan media grafis (berbasis cetak), media digital, dan *environmental* (lingkungan). Ketiga jenis media tersebut dapat digunakan secara sendiri-sendiri maupun secara terpadu. Adapun lingkup profesi terbagi menjadi profesi yang lebih umum biasanya disebut desainer grafis/komunikasi visual dan profesi yang lebih spesialis seperti: desainer brand, desainer kemasan, desainer website, desainer multimedia, dan lain-lain. Gambaran profesi bidang desain grafis dan desain komunikasi visual tersebut menunjukkan bahwa profesi ini akan terus berkembang sesuai dengan kemajuan teknologi.



Gambar 2. Diagram Penyetaraan antar sektor kualifikasi nasional  
(Sumber: Pelatihan Applied Approach LP3M Unsoed)

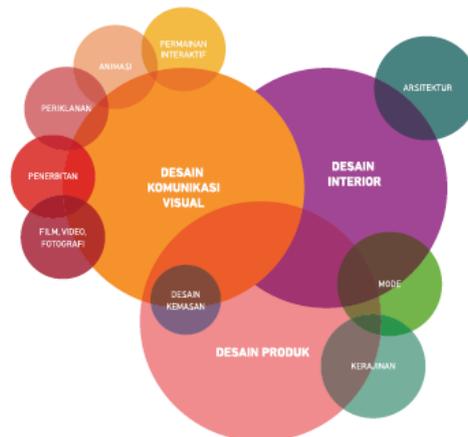
Penyetaraan kualifikasi dan mekanisme uji kompetensi akan dikontrol dengan melakukan uji kompetensi dan sertifikasi nasional. Uji tersebut akan dilakukan oleh Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) yang nantinya hasil uji kompetensi dan sertifikasi tersebut akan dilaporkan ke BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi) selaku lembaga independen yang dibentuk oleh pemerintah RI untuk menjalankan tugas sertifikasi kompetensi kerja dan melaporkan secara langsung kepada Presiden.

Diharapkan dengan adanya SKKNI di bidang desain grafis dan desain komunikasi visual lulusan pendidikan DG/DKV akan memiliki sikap kerja, pengetahuan, keterampilan dan kepekaan serta kreativitas yang mempunyai ukuran-ukuran standarisasi yang dibutuhkan oleh industri.

## DKV DALAM INDUSTRI KREATIF

Industri kreatif berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan men-eksploitasi daya kreasi dan daya cipta. Selanjutnya industri kreatif menjadi kekuatan ekonomi bukan dari sumber daya alam, melainkan dari sumber daya manusia. Ekonomi kreatif sendiri disebut sebagai gelombang keempat sebagai industri masa depan. Gelombang pertama merupakan gelombang ekonomi pertanian, kedua ekonomi industri, dilanjutkan dengan ekonomi TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) dan sekarang ini merupakan ekonomi kreatif (Purnomo, 2008:1)

Pengembangan ekonomi kreatif menjadi kekuatan baru ekonomi Indonesia dimaksudkan untuk meningkatkan daya saing produk ekspor yang saat ini masih didominasi oleh produk ekspor berbasis sumber daya alam menjadi produk ekspor yang berbasis daya nalar, kreativitas, dan inovasi. Peningkatan kemampuan daya nalar, kreativitas dan inovasi dimaknai oleh berkembangnya orang kreatif dan lembaga kreatif dalam melaksanakan kegiatan riset, edukasi dan pengembangan ekonomi kreatif yang ditunjang oleh pembangunan faktor input (kelembagaan, sumber daya, dan jaringan). Sementara itu, makna daya saing ekonomi kreatif adalah kontribusi sektor ekonomi kreatif dalam perekonomian yang ditunjukkan oleh keunggulan produk 16 subsektor ekonomi kreatif hasil litbang yang dihasilkan oleh para pelaku kreatif yang didukung oleh pusat unggulan kreatif, komunitas kreatif, asosiasi dan simpul kreatif.



Gambar 4. Ruang Lingkup dan Keterkaitan Desain dengan Subsektor Ekonomi Kreatif Lainnya  
(Sumber : Buku Ekonomi Kreatif : Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025)

Desain Komunikasi Visual selanjutnya disingkat DKV merupakan salah satu diantara enam belas subsektor ekonomi kreatif Indonesia. Disebutkan dalam buku Rencana Strategis Bekraf 2015-2019 bahwa DKV mempunyai peran dalam mendukung bisnis pengusaha swasta, pemilik merek bahkan kelancaran program-program pemerintah. Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa DKV memiliki dominasi dalam Industri kreatif saat ini. elem dekv masuk dalam bidang desain produk, desain kemasan, film, video, fotografi, penerbitan, periklanan, animasi, dan permainan interaktif.

Dari data statistik dan hasil survei ekonomi kreatif yang bekerja sama dengan badan pusat statistik mengungkapkan bahwa desain komunikasi visual merupakan subsektor dari ekonomu kreatif yang menyumbangkan kontribusi PBD dengan pertumbuhan paling pesat dilanjutkan musik, animasi video dan arsitektur. Bukan saja pertumbuhan PBD namun dekv juga telah melakukan inovasi dam subsektor memimpin diangka 78,26 persen dan melakukan penelitian dan pengembangan sebanyak 44,93%. Hal ini menjadikan DKV menjadi ladang bisnis yang sangat menjanjikan dimasa depan dalam kategori industri kreatif.

## UPAYA PEMAJUAN KEBUDAYAAN DALAM LINGKUP DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Dalam Pasal 32 Ayat 1 UUD 1945 disebutkan bahwa “Negara memajukan kebudayaan nasional Indonesia di tengah peradaban dunia dengan menjamin kebebasan masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan nilai-nilai budayanya.” Atas dasar undang-undang tersebut pemerintah mengeluarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan. Sebelumnya Indonesia pernah melakukan kongres kebudayaan untuk pertama kalinya pada tahun 1948. Kongres tersebut berlanjut hingga Kongres kebudayaan Indonesia ke-V pada tahun 1960 yang kemudian proses ini terputus sepanjang lebih dari tiga dekade dan dilanjutkan kembali pada tahun 1991. Dikemudian hari kongres kebudayaan ini hanya pada pemikiran-pemikiran tunggal yang tertuang dalam acara seminar dan simposium ilmiah saja. Sampai pada Kongres Kebudayaan Indonesia 2003 yang menghasilkan begitu banyak pemikiran dari budayawan dan para pakar ahli namun tidak membuahkan kebijakan serius dari pemerintah. Sehingga pada 31 Agustus 2016, presiden menginstruksikan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk menyusun strategi-strategi kebudayaan dengan mengacu pada Trisakti, yakni dengan memperhatikan bagaimana asas berdaulat dalam politik, mandiri dalam ekonomi dan berkepribadian dalam kebudayaan dapat menjadi roh dari pengelolaan kebudayaan nasional.

Untuk mewujudkan pemajuan kebudayaan sesuai undang-undang No. 5 tahun 2017 pasal 8 menyebutkan akan berpedoman pada :

1. Pokok Pikiran Kebudayaan Daerah kabupaten/kota;
2. Pokok Pikiran Kebudayaan Daerah provinsi;
3. Strategi Kebudayaan; dan
4. Rencana Induk Pemajuan Kebudayaan.

Pasal tersebut memberikan amanat pada pemerintah daerah kabupaten/kota dan pemerintah provinsi untuk menyusun dokumen-dokumen perencanaan pemajuan kebudayaan berupa Pokok Pikiran Kebudayaan Daerah (PPKD) dan kemudian dirangkum dalam dokumen strategi kebudayaan dan rencana induk pemajuan kebudayaan oleh pemerintah pusat.

Sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif, DKV merupakan sektor yang mempunyai peran dalam mengembangkan kebudayaan. Peran ini terlihat dari penggunaan produk DKV dalam meningkatkan kualitas produk kebudayaan. Dalam UU nomor 5 tahun 2017 pasal 5 dijelaskan bahwa yang termasuk dalam objek pemajuan kebudayaan meliputi: a. tradisi lisan; b. manuskrip; c. adat istiadat; d. ritus; e. pengetahuan tradisional; f. teknologi tradisional; g. seni; h. bahasa; i. permainan rakyat; dan j. olahraga tradisional. Yang dimaksudkan dengan peningkatan kualitas adalah menciptakan sebuah produk baik sebagai media publikasi maupun produk media promosi dalam mengenalkan kebudayaan lewat sebuah perancangan poster misalnya. Produk DKV dikenal sebagai produk yang mempunyai fungsi sebagai pemberi informasi, identifikasi dan persuasi (membujuk). Bentuk informasinya berupa media grafis (berbasis cetak), media digital, dan *enviromental* (lingkungan).



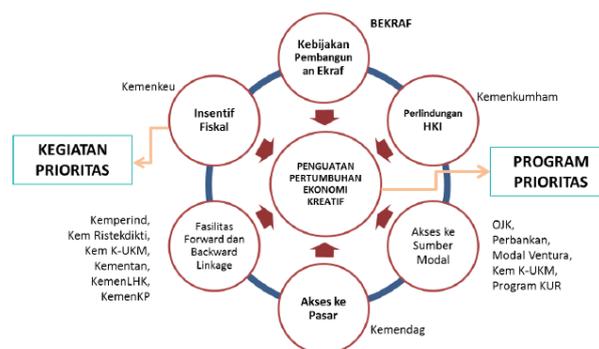
Gambar 5. Produk Desain Komunikasi Visual dalam National Branding “Wonderful Indonesia” dan publikasi Asian Gamers 2018 Jakarta-Palembang di Rusia (Sumber : Wonderful Indonesia Brand Guidelines)

Grafis di atas memperlihatkan peran desain komunikasi visual dalam menciptakan *National Branding* pada level Internasional. Penggunaan unsur fotografi dan grafis visual diharapkan mampu mempersuasi khalayak dalam ini merupakan wisatawan luar negeri untuk menikmati keindahan Indonesia.

### SINERGI BERSAMA DALAM UPAYA PEMAJUAN KEBUDAYAAN

Budaya Indonesia yang begitu melimpah dapat dijadikan objek penelitian, pengembangan, dan perlindungan. Pemajuan kebudayaan merupakan tanggung-jawab bersama. Sebelumnya Masing-masing kementerian baik Kementerian Pariwisata, Perindustrian, Pendidikan dan Kebudayaan sampai BEKRAF mempunyai cara tersendiri dalam menghadapi tantangan tersebut. Dan masing-masing mempunyai rencana strategis dalam menghadapi tantangan akan pentingnya mengangkat kebudayaan bangsa Indonesia sehingga menjadi primadona di tengah gempuran budaya modern.

Melalui tiap perencanaan strategis kementerian harus ada sinergi bersama antar lembaga untuk menciptakan iklim pemajuan secara bersama-sama. Sinergi. Bekraf telah membuat strategi Holistik, integratif, tematik dan spasial dalam membentuk rencana pembangunan nasional dalam ekonomi kreatif (gambar)



Gambar 6. Strategi Holistik, Integratif, tematik, dan Spasial Bekraf (Sumber : Buku Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019)

Di lain sisi SKKNI bidang desain grafis dan desain komunikasi visual diharapkan juga memasukkan penguasaan kebudayaan lokal dalam karya desain dalam upaya kemajuan kebudayaan.

Undang-undang nomor 5 tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan melalui Pokok Pikiran kebudayaan Daerah kabupaten/kota, provinsi, Strategi Kebudayaan

dan Rencana Induk Pemajuan Kebudayaan dapat dijadikan dasar sebagai objek pendidikan, riset dan pengabdian masyarakat oleh pendidikan Desain Komunikasi Visual. Diharapkan dengan adanya acuan tersebut maka pendidikan DKV mempunyai ciri khas atau pembeda diantara lembaga-lembaga pendidikan serupa. Untuk menyelaraskan hal tersebut perlu dilakukan perombakan atau pengembangan KKNi dan SKKNi bidang Desain Grafis dan Desain komunikasi Visual untuk bisa memasukkan kebudayaan lokal berdasarkan Pokok Pikiran Kebudayaan Daerah masing-masing dimana institusi pendidikan tersebut berada

Sebagai gambaran bahwa Pemerintah melalui kementerian perindustrian juga membuat strategi penguatan industri dengan mengeluarkan buku Making Indonesia 4.0. Buku tersebut merupakan rencana induk Indonesia dalam menghadapi industri 4.0. Dalam buku tersebut disebutkan bahwa pemerintah akan fokus terhadap 10 prioritas nasional, satu diantaranya adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia. SDM adalah hal yang penting untuk mencapai kesuksesan Making Indonesia 4.0. Hal ini ditunjukkan dengan rencana merombak kurikulum pendidikan dengan menekankan pada STEAM (*Science, technology, engineering, the art, and mathematicx*). Penyelenggaraan ini tentunya akan melibatkan pemangku kepentingan dengan menyelaraskan kurikulum pendidikan nasional dengan kebutuhan industri di masa mendatang.

### **KESIMPULAN**

Sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif, DKV merupakan sektor yang mempunyai peran dalam mengembangkan kebudayaan. Objek kebudayaan yang dapat dikembangkan dan dijadikan acuan sesuai undang-undang pemajuan kebudayaan meliputi: a. tradisi lisan; b. manuskrip; c. adat istiadat; d. ritus; e. pengetahuan tradisional; f. teknologi tradisional; g. seni; h. bahasa; i. permainan rakyat; dan j. olahraga tradisional. Objek tersebut dituangkan dalam PPKD setiap daerah, sehingga DKV dapat menjadikan PPKD rujukan dalam pemetaan kebudayaan daerah yang ingin dikembangka. dan ditingkatkan kualitasnya

Yang dimaksudkan dengan peningkatan kualitas adalah menciptakan sebuah produk baik sebagai media publikasi maupun produk media promosi dalam mengenalkan kebudayaan. Produk DKV dikenal sebagai produk yang mempunyai fungsi sebagai pemberi informasi, identifikasi dan persuasi (membujuk). Bentuk informasinya berupa media grafis (berbasis cetak), media digital, dan *enviromental* (lingkungan). Kualitas tersebut tidak hanya berupa kualitas atas produk DKV namun juga SDM-nya.

Diharapkan dengan adanya sinergi dan kolaborasi antar-lembaga dalam menciptakan SDM/ Lulusan yang mempunyai kompetensi mengembangkan kebudayaan lokal akan memberikan suatu kekuatan dalam menciptakan SDM berdaya saing global. Karena pada dasarnya desainer komunikasi visual merupakan individu yang diharuskan mampu mengidentifikasi, menginformasikan dan mempersuas khalayak umum sesuai dengan kebudayaan target audien yang diharapkan.

## REFERENSI

- Kardinata, Hanny. *Desain Grafis Indonesia dalam Pusaran Desain Grafis Dunia*. 2015. Jakarta: DGI Press.
- KEPUTUSAN MENTERI TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI REPUBLIK INDONESIA Nomor 109 tahun 2010 *Tentang Penetapan Rancangan Standar Kompetensi Nasional Indonesia Sektor Komunikasi Dan Informatika Sub Sektor Teknologi Dan Informatika Bidang Desain Grafis Menjadi Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia*. 2010
- KEPUTUSAN MENTERI KETENAGAKERJAAN Indonesia Nomor 301 Tahun 2016 *tentang Penetapan Standar Kompetensi Nasional Indonesia Sektor Komunikasi Dan Informatika Sub Sektor Teknologi Dan Informatika Bidang Desain Grafis Menjadi Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia*. 2016
- Purnomo, Agus. *Industri Kreatif, Solusi Kreatif Pengentasan Kemiskinan di Indonesia*. Media UNPAS "Al-Mizan", Edisi No. 138, November 2008, Hal. 5-9, ISSN : 0852-839 X
- PERPRES No. 8 Tahun 2012 *tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia*
- PERMENDIKBUD Nomor 73 Tahun 2013 *tentang penerapan KKNi bidang pendidikan tinggi*
- Tim Penyusun. *Petunjuk Teknis Penyusunan Pokok Pikiran Kebudayaan Daerah Kabupaten/Kota*. 2018. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Tim Bekraf, *Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2016*. 2017. Bekraf
- Tim Bekraf & BPS, *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif, Kerjasama Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik*. 2017.
- Tim Penyusun. *Making Indonesia 4.0*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Tim Penyusun. *Sosialisasi Kurikulum KKNi DKV 2017*. Universitas Mercubuana
- Undang-undang *Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan*. 2017. Hukumonline.com diakses pada 5 Januari 2019.