

PSIKOLOGI KOGNITIF DALAM PROSES KREATIF

Maria Elena Puspasari

Abstrak: Psikologi kognitif merupakan salah satu kajian dalam psikologi yang mempelajari tentang persepsi, pemahaman, alur pikiran dan proses pemecahan masalah. Psikologi kognitif sering digunakan hanya dalam pembentukan persepsi karya desain tanpa menggunakannya dalam proses pembuatan karya. Dalam Desain Komunikasi Visual (DKV), proses kreatif lekat dengan proses pemaknaan dan penyampaian pesan kepada audience. Perlunya pemahaman desainer mengenai peranan psikologi kognitif dan proses kreatif dalam pembuatan karya. Dengan demikian tujuan dari perancangan desain bukan hanya penyampaian pesan dan pemaknaan karya semata, melainkan adanya perubahan perilaku *audience* sebagai wujud keberhasilan suatu proses kreatif.

Keywords : psikologi, kognitif, desain

Pendahuluan

Ilmu psikologi dalam desain selalu dikaitkan dengan bagaimana mempelajari dan mengetahui pesan didalamnya. Apa makna didalam desain? dan apa pesan yang terkandung didalamnya? (Widyatmoko 2013: 1) hal ini selalu dijadikan pertanyaan dalam penilaian suatu karya desain. Penggunaan psikologi sering di-pergunakan hanya sekedar mengetahui audience untuk keberhasilan menyam-

paikan suatu pesan. Pemahaman ilmu psikologi sebagai pembentukan mental audience merupakan persepsi yang kurang benar, khususnya dalam psikologi kognitif. Dalam psikologi kognitif membahas persepsi terhadap informasi, pemahaman, alur pikiran dan proses pemecahan masalah. Peranan psikologi kognitif erat kaitannya dengan proses kreatif. Pengolahan informasi, pemahaman, alur pemikiran, dan proses pemecahan masalah sangat dekat dengan proses kreatif

Maria Elena Puspasari adalah Staf Pengajar pada Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Tangerang.

e-mail : maria.elena@lecturer.umn.ac.id

pembuatan suatu desain. Proses kreatif merupakan tahapan dari pengolahan data informasi sampai final desain.

Sebelum mengetahui secara detail hubungan psikologi kognitif dalam proses kreatif suatu karya, maka kita akan pelajari dahulu secara singkat teori Psikologi kognitif dan Proses Kreatif dalam desain.

Pengertian Psikologi Kognitif secara Singkat

Psikologi Kognitif sering disamakan dengan makna umum psikologi. Psikologi berasal dari bahasa Yunani *psyche* yang berarti jiwa dan *logos* yang berarti kata. Makna Psikologi secara bebas adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku dan proses mental/ jiwa. Psikologi kognitif merupakan salah satu ilmu dalam psikologi. Istilah psikologi kognitif sendiri merupakan upaya pemahaman berbagai bentuk instrument observasi empiris sistematis manusia yang selanjutnya di konstruksikan menjadi serangkaian teori. Dalam psikologi kognitif membahas persepsi terhadap informasi, pemahaman, alur pikiran dan proses pemecahan masalah (Robert 2008:2).

- Psikologi Kognitif adalah ilmu yang mempelajari proses informasi

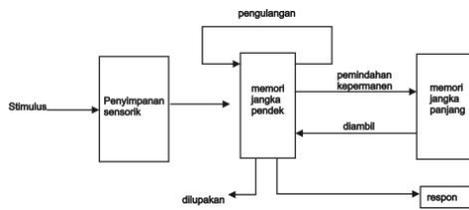
Psikologi kognitif adalah ilmu yang mempelajari pemrosesan informasi, mak-

sudnya adalah dalam psikologi kognitif berkaitan dengan bagaimana cara kita memperoleh dan memproses informasi dengan menyimpan dan memproses di otak, kemudian ditampilkan dalam perilaku. (Robert 2008:10)

Pada proses psikologi kognitif, informasi yang diterima berupa data yang mudah diingat dan dapat memberikan efek besar pada manusia. Kata kunci "mudah diingat" dapat mempermudah *recall memory* sehingga secara cepat manusia dapat mendeteksi kejadian apa, kapan, dsb yang dapat mempengaruhi pemaknaan objek sehingga muncul suatu perilaku atau tindakan. Dalam proses ini peranan sensasi, persepsi, pengalaman, dan memori merupakan terpenting dalam proses kognitif.

Sensasi merupakan pendeteksian suatu rangsangan oleh indra dan stimuli (cahaya). Persepsi adalah interpretasi dari hasil sensasi yang diterima oleh indra. Pengalaman dan pengetahuan dapat membantu proses pemaknaan dan penamaan sebagai tindak lanjut dari proses persepsi.

Adanya atensi atau sesuatu yang menarik perhatian dalam suatu pengalaman akan mempermudah manusia dalam proses mengingat. Hal ini juga mempengaruhi terjadinya memori jangka pendek dan jangka panjang (gambar 1).



Gambar 1 Proses terjadinya memori jangka pendek dan jangka panjang

- Eksperimen dan korelasi dunia nyata

Eksperimen merupakan metoda untuk mendapatkan data observasi dari fenomena yang mau dibahas oleh peneliti (Robert 2008:23). Eksperimen dalam psikologi kognitif mengetahui titik ketertarikan seseorang akan suatu objek dan bagaimana proses menanggapi. Dalam psikologi kognitif ini dapat dimulai dengan mengukur korelasi dengan dunia nyata dan mendokumentasikan kasus unik.

Pengukuran korelasi dunia nyata dilakukan untuk mendapatkan data dari objek teliti manusia. Untuk mengetahui respon diperlukan beberapa eksperimen. Eksperimen berupa gambar, suara maupun tulisan dapat dijadikan data dalam analisis psikofisika. Analisis psikofisika adalah studi ilmiah tentang hubungan antara stimuli dengan sensasi dan persepsi. Ketertarikan individu akan sesuatu hal dapat membantu individu tersebut dalam mempersepsikan dan memaknai stimuli tersebut. Proses tercapainya memori dan

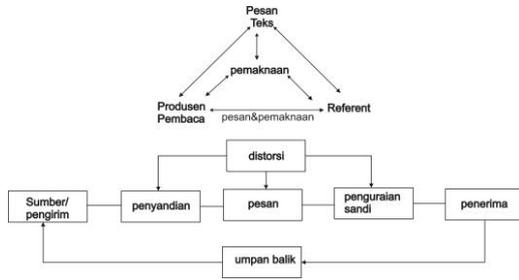
pengalaman akan suatu objek antar individu dapat berbeda. Oleh sebab itu diperlukan suatu cakupan wilayah dalam menganalisis proses psikologi kognitif masyarakat di suatu daerah.

Proses eksperimen dengan mendokumentasikan data berasal dari kasus unik apabila objek penelitian sudah tidak ada (meninggal) atau merupakan kejadian masa lampau serta kegiatan yang tidak bias di nilai oleh akal, budi dan pikiran. Misalnya pada saat perang dunia kedua. Kegiatan eksperimen dipakai dengan cara membandingkan berbagai data visual (foto) dan mulai mengamati kegiatan yang terjadi. Adanya emosi, ekspresi dan gesture dapat dijadikan data analisis untuk mengetahui psikologi kognitif. Sejarah dan budaya dapat dijadikan patokan awal dalam analisis citra pada objek visual. Pengenalan objek dengan analisis kedekatan pola (teori gestalt) dapat membantu menelaah inti pesan atau citra yang ingin ditimbulkan. Analisis pencitraan juga di jadikan data dalam kegiatan observasi.

Proses Kreatif dalam Desain

Desain adalah proses kreatif melalui pemikiran dan pengolahan data dan ditujukan sebagai pemecahan masalah fenomena yang terjadi. Desain dijadikan sarana komunikasi kepada *audience*/

masyarakat (Safanayong 2006: 10). Berhasilnya suatu desain ditandai dengan sampainya pesan yang ingin di sampaikan oleh desainer kepada *audience* (gambar 2). Maka tidak salah apabila banyak yang hanya memperhatikan makna dan pesan dalam menganalisis suatu karya desain padahal dalam proses pembuatan desain tidak hanya memperhatikan makna dan pesan saja melainkan tindakan dan perbuatan *audience* setelah mendapatkan suatu informasi. Dengan adanya tindakan maka dapat diketahui berhasil atau tidaknya rangkaian dalam proses perencanaan kreatif desain.



Gambar 2 Proses komunikasi dalam Desain Komunikasi Visual (safanayong 2006:11)

Suatu desain untuk mencapai kreativitas diperlukan proses di dalamnya. Hasil suatu desain tidak dapat serta merta muncul karena keinginan tanpa landasan yang jelas, oleh karena itu diperlukan proses dalam perancangannya. Menurut Dr.

Muchyar, M.Hum. ada 3 pandangan utama tentang proses kreatif, yaitu : *Designer as a black box* (desainer sebagai kotak hitam), *Designer as a glass box* (desainer sebagai kotak kaca), dan *Designer as Self Organizing System* (desainer sebagai sistem pengorganisasi diri).

Desainer sebagai kotak hitam adalah proses cybernetika yang menghasilkan sebuah solusi kreatif. Namun tidak paham betul akan terjadinya alurnya. Sehingga proses kreatif adalah sebuah misteri intuitif dalam jiwa manusia, secara fisik berupa sebuah proses kerja sistem syaraf, atau semacam tindakan terlatih yang tidak disadari. Karena itu menjelaskan proses kreatif adalah sebuah upaya irasional yang sia-sia.

Desainer sebagai kotak kaca adalah solusi kreatif yang pasti dari hasil proses Informasi-Analisis-Sintesis-Evaluasi dan output yang optimal. Karakteristik dari Glass Box : Sasaran, variabel dan kriteria desain ditetapkan lebih dulu, Analisis harus dilakukan secara lengkap, atau sedikitnya telah dicoba sebelum proses ideasi dilakukan, dan Evaluasi umumnya bersifat logis verbal.

Desainer sebagai sistem pengorganisasian dalam berkreatasi, desainer berupaya membuat model meta-language yang menemukan antara variabel-variabel,

situasi eksternal, *mandatories* serta menetapkan strategi dalam memberikan solusi perancangan. Desain selalu bersifat multifaset dan multidisiplin. Desainer harus membuat bagan atau model pemikiran secara skematik. Model tersebut harus mampu menggambarkan pokok masalah, masalah utama, masalah cabang, masalah ranting dan seterusnya.

Dengan demikian proses kreatif adalah proses pemecahan suatu masalah (*problem solve*) dengan menganalisis data dan teori yang disesuaikan dengan *audience* untuk mendapatkan final desain yang dapat diuji dan dipertanggungjawabkan hasilnya.

Peranan Psikologi Kognitif dalam Proses Kreatif

Pada uraian diatas didapatkan proses kreatif merupakan proses pemecahan masalah dengan menganalisis data dan teori yang disesuaikan dengan *audience* untuk mendapatkan final desain. Proses pemecahan masalah dengan menganalisis data dan teori agar sesuai dengan *audience* perlu adanya pendekatan psikologi kognitif.

Pemahaman masalah dan penggolongan data masalah dalam psikologi kognitif dapat dianalisis dengan psikologi gestalt. Psikologi gestalt

dikenal sebagai pemahaman *insight* dalam memecahkan masalah. Melihat perseptual interaksi memori dan persepsi, dan memecahkan masalah pada sudut pandang berbeda membuat kreatifitas dalam proses kreatif seorang desainer menjadi bebas. Bebas adalah arti dapat melihat dari berbagai sudut pandang dan dapat mengeliminasi solusi yang terbaik. Aktifitas pemecahan masalah melalui beberapa sudut pandang disebut juga konsep *functional fixedness*. Konsep ini lebih menekankan fungsi, tujuan, kegunaan dalam pengambilan keputusan.

Kreativitas adalah suatu aktifitas kognitif yang menghasilkan suatu pandangan baru mengenai permasalahan dan tidak dibatasi pada hasil yang pragmatis (Robert 2006:444). Maka kesuksesan hasil kegiatan kreativitas yang tersusun dalam proses kreatif, dapat diwujudkan dimulai dari pencarian data serta pengetahuan segmentasi pasar dan *audience* sebagai penikmat desain.

Pemahaman akan sensasi dan persepsi, emosi, memori dan pengalaman tiap segmentasi *audience* berbeda. Faktor budaya, lingkungan, daerah, hukum merupakan penunjang pengalaman dan ilmu pengetahuan sebagai latar belakang *audience*.

Psikologi kognitif dalam proses kreatif tidak berhenti pada perancangan konsep karya desain, melainkan berlanjut hingga respon pasar/ *audience* akan karya desain yang dimunculkan. Keberhasilan suatu karya desain dapat dilihat dari perilaku/ tindakan *audience*. Munculnya perubahan perilaku disebabkan adanya atensi dan memori secara berulang. Desain yang mudah diingat dan dapat merubah perilaku *audience*.

Apabila kurang berhasil maka proses kreatif kembali merevisi dan menganalisis pendekatan kognitif pada *audience*. Sehingga proses pemaknaan, penamaan dan pesan yang terdapat dalam desain secara tidak langsung dapat terpenuhi.

Penutup

Psikologi kognitif bukan hanya untuk menilai dan maknai suatu karya, melainkan juga proses kreatif. Proses kreatif adalah proses pemecahan suatu masalah (*problem solve*) dengan menganalisis data dan teori yang disesuaikan dengan *audience* untuk mendapatkan final desain yang dapat diuji dan dipertanggungjawabkan hasilnya.

Psikologi kognitif membantu membantu pemecahan masalah dan pemahaman *audience* untuk mendapatkan formula untuk penyampaian infmasi ke *audience* . Proses kreatif dapat dikatakan berhasil apabila *audience* dapat

memahami dan mengalami perubahan perilaku. Proses kreatif kan diulang kembali apabila tujuan dari perancangan suatu desain belum terpenuhi.

Pendekatan psikologi kognitif dengan memahami sensasi persepsi, atensi dan emosi dapat membantu menganalisa bagaimana suatu pesan dalam desain dapat diterima dengan baik oleh *audience*. Dengan demikian proses pemaknaan yang berujung pada perubahan perilaku *audience*, merupakan tujuan dari proses kreatif suatu desain.

Referensi

Safanayong, Youngky. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.

Solso, Robert, Otto Maclin. Psikologi Kognitif. 2008. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Widyatmoko, Didit. *Metodologi Penelitian Visual dari Seminar ke Tugas Akhir*. 2013. Bandung: CV. Dinamika Komunika