

Desain dan Kebahagiaan: Menemukan Strategi Desain di Era 5.0 (*Design and Happiness: Finding a Design Strategy in The 5.0 Era*)

Harifa Siregar

Mahasiswa S3 Program Studi *Moving Image Studies*,
Georgia State University, Atlanta – Georgia, Amerika Serikat

E-mail penulis korespondensi: harifasiregar@gmail.com

Abstrak

Makalah ini menawarkan strategi desain untuk menjawab kebutuhan era 5.0 dimana akan terintegrasinya dunia digital (*cyber*) dan dunia nyata (*physical*). Pada era ini strategi desain yang baik tidak hanya mempertimbangkan nilai ekonomi, fungsional, dan estetik, tetapi juga dapat memenuhi unsur psike penggunanya. Salah satu elemen psikis tersebut adalah kebahagiaan seperti yang ditemukan dalam karya-karya Stefan Sagmeister, desainer grafis asal Amerika Serikat. Makalah ini menggunakan teori psikoanalisis dalam mengkaji sosok Sagmeister, konsep kreatif, dan bentuk desain yang digarapnya. Karya Sagmeister yang dikerjakan ditempat umum dengan menggunakan material yang unik seperti koin, tisu, dan buah-buahan serta penempatannya yang mempertimbangkan interaksi dengan alam sekitar menjadi contoh yang baik dalam kaitannya dengan strategi desain di era 5.0. Melalui analisis terhadap karya Sagmeister disimpulkan bahwa desain di era 5.0 merupakan desain yang mampu memproyeksikan “realitas batin” sang desainer, Realitas batin yang bersumber dari motivasi desainer untuk mempertimbangkan interaksi antara sebuah bidang keilmuan dengan masyarakat di sekitarnya. Melalui strategi ini keilmuan desain dapat berkontribusi dalam menghasilkan jalan keluar dari permasalahan-permasalahan sosial kemasyarakatan.

Kata kunci: Strategi Desain, Stefan Saigmeister, Teori Psikonalisis, Kebahagiaan, Era 5.0.

Abstract

This paper offers a design strategy with the 5.0 era of integrating the cyber and the physical world. In this era, a good design strategy considers economic, functional, and aesthetic values and needs to fulfill the psychological elements of the user. One of these psychic elements is happiness, as shown in Stefan Sagmeister's works, a graphic designer from the United States. This paper uses psychoanalytic theory in studying the figure of Sagmeister, his creative concepts, and the form of designs he works on. Sagmeister's work; which uses unique materials such as coins, toilet paper, and fruits, and its placement that considers the interaction with the surrounding environment; is an excellent example of design strategies in the 5.0 era. Through an analysis of Sagmeister's work, design in the era of 5.0 is a design capable of projecting the "inner reality." The reality that comes from designer's motivation to consider the interaction between an academic field and its surrounding community. Through this strategy, design as an academic field can contribute to producing solutions to society's social problems.

Keywords: Design Strategy, Stefan Sagmeister, Psychoanalytic Theory, Happiness, 5.0. Era.

PENDAHULUAN

Stefan Sagmeister gemar sekali membuat daftar. Desainer grafis yang juga berkarya melalui media film dan typografi dikenal sebagai desainer yang mampu mengeksplorasi beragam media dan gaya dalam menerjemahkan gagasan desainnya. Sagmeister banyak bekerja dengan klien dari beragam latar belakang: musisi, bisnis hingga museum. Sagmeister menyebutkan bahwa salah satu modal bagi kreatifitasnya adalah dengan membuat catatan. Semua hal yang menarik dan penting ditulis olehnya di dalam buku hariannya sebagai hal-hal yang membuat dirinya bahagia. Kebahagiaan menjadi begitu penting bagi desainer grafis ini karena melalui kebahagiaan ia merasa bisa menikmati kehidupannya sebagai seorang manusia, hal yang menurutnya berada di atas posisinya sebagai desainer.

Karya Sagmeister kerap *nyeleneh*. Keluar dari aturan umum sebuah karya desain grafis. Ketika banyak orang masih berpikir bahwa desain perlu berperilaku sebagaimana desain itu seharusnya, maka Sagmeister justru melangkah keluar dan memberi contoh, bahwa desain bisa berlaku

selayaknya karya seni. Sagmeister tidak terpatok pada satu ragam atau gaya desain tertentu. Media yang digunakannya beragam: koin, buah-buahan seperti pisang, semangka, dan melon, hingga kain dan tisu gulung. Poin menarik dari karya Sagmeister adalah kemampuan karya-karya tersebut untuk membuka dimensi lain dari bertemunya kebutuhan masyarakat akan desain. Sagmeister mampu menerjemahkan desain tidak hanya dalam utilitasnya, tetapi juga dalam konteks estesisnya. Melalui pemilihan media yang unik dan realisasi konsep desain yang baik, karya Sagmeister berkomunikasi tidak hanya dengan target dari desain itu sendiri sebagaimana diharapkan oleh klien juga dengan masyarakat luas yang sekedar melihat atau bersinggungan dengan karya tersebut.

Beragam penghargaan yang diterima oleh Sagmeister membuktikan bahwa desain tidak selalu harus dilihat dari kacamata utilitarian. Desain juga bisa mengambil posisi “*nyeleneh*” sebagaimana karya seni. Hal yang membuktikan bahwa desain telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat saat ini. Desain telah menjelma menjadi kekuatan luar biasa yang menerobos semua ruang publik dan pribadi manusia modern. Jika kemudian desain telah berada disemua kategori kehidupan manusia, bagaimana posisi desain di era 5.0? Apakah desain hanya menjadi sebuah unsur pelengkap dalam era tersebut? Apakah kemudian desain ditempatkan sebagai sebuah bidang keilmuan yang mandiri? Atau desain harus berada di dalam semua bidang keilmuan dan menjadi bagian yang menyatu dengan ilmu-ilmu lainnya?

Pertanyaan-pertanyaan di atas dapat menjadi titik awal untuk menghasilkan strategi dan konsep desain dalam menyongsong era 5.0. Sebuah era yang, merujuk ke Deguchi dkk., mengoptimalkan bertemunya dua dunia: dunia maya (*cyber*) dan dunia nyata (*physical*), tidak hanya dalam tingkatan individual atau personal, melainkan juga dalam tingkatan masyarakat (*society*) (Deguchi dkk. dalam Laboratory, 2020). Menilai rumusan tersebut, maka penting bagi konsep dan strategi keilmuan desain untuk menawarkan titik temu untuk bersosialisasi dengan masyarakat bersama-sama dengan bidang keilmuan lainnya. Tanpa konsep desain yang baik, niscaya penemuan atau perkembangan bidang keilmuan lain akan mandek dan tidak bisa bertemu dengan kebutuhan masyarakat.

Menilai hal tersebut, makalah ini menawarkan sebuah rumusan strategi desain dengan mengambil inspirasi dari proses kreatif di belakang karya-karya Stefan Sagmeister sebagaimana yang kerap diceritakannya baik dalam tulisan, wawancara, atau penjelasan karya sebagaimana dimuat dalam situs resminya (www.sagmeister.com). Proses kreatif tersebut akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan teori psikonalisis sebagaimana dikemukakan oleh Sigmund Freud dan Jacques Lacan. Pertimbangan dari penggunaan teori ini terletak pada adanya keselarasan antara motif atau dorongan (dalam teori psikoanalisis disebut sebagai gejala/*symptom*) dalam proses kreatif Sagmeister dengan ketidaksadaran yang menjadi kajian utama dari teori psikonalisis. Kebiasaan Sagmeister menuliskan hal-hal menarik dalam catatannya tanpa tahu untuk apa dan akan dijadikan apa merupakan salah satu tanda penting. Kecenderungan manusia untuk gampang lupa dipahami Sagmeister sebagai tantangan dalam proses kreatif. Melalui kegiatan menulis, Sagmeister mampu mengingat apa yang menarik perhatiannya dan menggunakan catatan tersebut sebagai sebuah pengingat untuk berkarya.

Meskipun kemudian karya yang dihasilkan oleh Sagmeister cenderung tidak umum dalam ranah desain, namun fokus utama bagi Sagmeister adalah untuk membuat khalayak luas. Karya-karya yang dapat dinikmati oleh masyarakat, tidak hanya target dari karya-karya tersebut. Keputusan ini menarik untuk dikaji dalam hubungannya dengan rumusan era 5.0 yang berusaha menghasilkan *super smart society* melalui integrasi teknologi dan nilai sosial kemasyarakatan (Deguchi dkk., 2020). Masyarakat yang merupakan kumpulan dari individu-individu yang dalam kacamata psikonalisis berarti juga adalah kumpulan dari ketidaksadaran. Oleh karena itu, strategi yang dirancang perlu untuk mempertimbangkan dimensi psikis dari individu dalam masyarakat tersebut.

KAJIAN TEORI

Merujuk ke Donald Norman yang menyatakan bahwa desain pantas untuk berada dalam *core* bidang keilmuan desain (Norman, 2007). Sebuah pernyataan yang tepat. Akan tetapi, lanjut Norman, akan lebih tepat jika bukan desain yang dibawa masuk ke dalam dunia bisnis, tapi dunia

bisnis yang dibawa masuk ke dalam bidang desain (ibid). *Core* ilmu bisnis yang seharusnya mendekati desain dalam kaitannya dengan kata pemasaran. Desain yang dibawa masuk ke dalam dunia bisnis sangat mungkin untuk menghasilkan karya desain yang tidak lagi berpijak pada alam sekitar dan realitas sosial, akan tetapi terus menerus menjadi sebuah usaha menghasilkan keuntungan materiil (uang).

Bisnis adalah hitung-hitungan, untung-rugi, laku atau tidak. Ketika desain dibawa masuk ke dalam pengertian itu, maka desain bukan lagi sebuah dunia penciptaan yang kaya dengan ide, kreatifitas, dan imajinasi, tetapi oleh kekakuan perhitungan ekonomi. Desain mungkin tidak akan kehilangan sisi estetis dan kaidah efisiensinya, tetapi kehilangan “hati nurani” untuk turut serta membahagiakan dan membangun kehidupan masyarakat yang lebih baik. Oleh karena itu, lebih baik jika bisnis yang dimengerti dalam kacamata desain daripada desain yang dimengerti dari kacamata bisnis. Argumentasi Norman tepat ketika menyatakan bahwa inilah saatnya *a science of design*. Desain sebagai sebuah bidang keilmuan, bukan lagi bidang keahlian. Oleh karena itu, tangan-tangan para desainer, atau mereka yang bergelut di dalam praktik desain, sepantasnya tidak hanya digunakan untuk merancang produk desain (baik itu gambar, kriya atau lainnya), juga untuk membaca, meneliti, memahami, mengambil jarak, memverifikasi, dan melahirkan sebuah kajian yang berkaitan dengan desain dan irisannya dengan keilmuan lain. Desainer pantas juga untuk berdialektika, seperti halnya para filsuf. Melalui cara semacam ini persimpangan-persimpangan keilmuan yang berkaitan dengan desain dapat dengan penuh dimaksimalkan untuk menghasilkan kebahagiaan lahir dan batin.

Profesor Bambang Sugiharto dalam kuliah Seni dan Peradaban di FSRD ITB pernah menyatakan bahwa manusia itu terikat pada kultur, bukan pada natur. Pernyataan ini benar adanya ketika melihat lingkungan yang kini tinggal bersama. Manusia adalah produk dari kebudayaan yang menghidupi dan dihidupi. Walaupun manusia berasal dari alam dan akan terus menerus memiliki interaksi dengan alam. Manusia bukan mahluk alam. Manusia sejauh ini adalah mahluk budaya. Oleh karena itu, bisa dilihat dari sejarah peradaban manusia yang terus menerus menghadapi konfrontasi dengan alam. Dunia yang kini semakin lama semakin kehilangan sumber daya alamnya. Manusia mengerahkan banyak cara, tenaga, dan upaya, bahkan melakukan hal yang keji dalam rangka memperoleh akses terhadap sumber daya alam. Menilai kenyataan semacam itu, apalagi dalam menyongsong era 5.0, ada baiknya jika desain tidak memposisikan diri sebagai sebuah perangkat bisnis semata. Akan menjadi sesuatu yang baik bila ilmu desain digunakan untuk mendesain bisnis yang baik dan berguna, bermanfaat dan bernilai positif bagi kelanjutan kebudayaan dan kelanggengan alam.

Green design, desain berdimensi *hybrid* yang memadukan unsur modern dan material alami adalah contoh yang baik terhadap bagaimana bidang desain berperan serta membangun kondisi yang lebih baik bagi keberlanjutan hidup. Berintegrasinya bisnis, teknologi, sains, dan sisi spiritualitas manusia sebagai mahluk berakal budi dan memiliki moral adalah apa yang harus dipahami oleh para desainer ke depannya. Pandangan semacam ini penting mengingat bahwa apa yang dirancang hari ini akan digunakan, dinikmati, dan dijadikan referensi di masa yang akan datang. Oleh karena itu, perlu kiranya untuk memikirkan seberapa jauh efek dari tindakan masa kini di masa yang akan datang. Jika manusia ingin memperbaiki dan beramah tamah dengan alam, maka bukan alam yang sebenarnya harus diperbaiki secara harfiah. Manusia harus sadar dan mau untuk memperbaiki kebudayaan mereka. Menghilangkan dan mengeliminasi unsur-unsur negatif yang menghasilkan efek tidak menyenangkan bagi keberlanjutan hidup dan kondisi lingkungan sekitar.

Di sisi lain, penting untuk diingat kontribusi teori psikoanalisis dalam membongkar nilai psikis dari sosok seorang desainer dan karya desainnya. Psikoanalisis sebagai ilmu yang mempelajari ketidaksadaran mampu menghadirkan diskusi terhadap motif lain dari seorang individu dalam menjalani hidupnya. Sebagaimana dikemukakan oleh Sigmund Freud (2010), Robert Bocoock (2002), Jacques Lacan (1999), Tony Thwaites (2007), dan Slavoj Zizek (1995, 2007), teori psikoanalisis berkontribusi besar dalam membaca unsur ketidaksadaran dan pola kreatifitas kerap muncul secara spontan. Keinginan dasar manusia sebagai mahluk hidup untuk meraih kebahagiaan dan menghindari penderitaan juga dengan seksama telah dijelaskan sebagai bagian dari ketidaksadaran. Begitu juga dengan seorang Stefan Sagmeister dan karya-karyanya yang “*out of*

the box” akan lebih kaya pembahasannya jika dilihat menggunakan lensa teori psikoanalisis.

METODE PENELITIAN

Secara umum tulisan ini menggunakan metode deskriptif argumentatif dalam menganalisis pribadi dan karya Stefan Sagmeister. Hal pertama yang dilakukan adalah menganalisis filosofi desain Sagmeister melalui tulisan dan wawancara yang pernah dilakukan. Langkah selanjutnya adalah mengaitkan wawancara tersebut dengan karya yang dihasilkan Sagmeister. Selanjutnya argumentasi Sagmeister dan karya-karyanya dikaji menggunakan teori psikoanalisis sebagaimana telah disebutkan pada poin sebelumnya.

Teori psikoanalisis secara garis besar berupaya membaca dan memetakan pola ketidaksadaran seseorang melalui penggalian informasi berupa motif, *slip of tongue*, ataupun ujaran-ujaran lain yang mampu menggambarkan alam ketidaksadaran. Pada praktiknya psikoanalisis merupakan pekerjaan yang panjang dan memakan waktu yang tidak sebentar. Berdasarkan fakta tersebut, tulisan ini tidak berupaya menganalisis secara mendalam dan menyeluruh terhadap ketidaksadaran (atau pola ketidaksadaran) seorang Stefan Sagmeister melainkan memberikan ulasan dasar terhadap aspek dinamis dari kreatifitas desainer serta hubungannya dengan kebahagiaan sebagai topik utama dari tulisan.

Ketidaksadaran dan kebahagiaan lalu menjadi hal penting untuk dikedepankan sebagai sebuah strategi desain terutama pada era 5.0. ketika terdapat kecenderungan dunia dikuasai (atau memberikan kekuasaan) kepada unsur teknologi informasi. Secara metodologi, simpulan dari tulisan ini berkaitan dengan kondisi dasar manusia sebagai makhluk hidup, terbelah antara realitas fisik dan psikis. Dua elemen yang tidak ditemui sampai sejauh ini pada perangkat teknologi informasi. Menilai landasan metodologisnya maka kemudian tulisan tidak akan mengaitkan era 5.0, namun akan lebih membahas hubungan antara sosok desainer (Sagmeister), karyanya, dan unsur ketidaksadaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kembali Ke Sagmeister

Things I have learned in my life so far adalah buku karya Stefan Sagmeister. Sagmeister adalah seorang desainer grafis kelahiran Austria yang kemudian malang melintang di kancah perdesainan dunia. Sagmeister bahkan dikategorikan sebagai desainer grafis nomor satu saat ini (<http://www.thejakartapost.com/news/2009/01/22/stefan-sagmeister-designing-passionate-life-lessons-spoken-language-design.html>). Apa yang membuat Sagmeister begitu mumpuni? Dirinya bisa jadi contoh nyata premis yang penulis ajukan di atas. Karya Sagmeister merambah dunia bisnis dan teknologi tanpa kehilangan kaidah idealis. *Design for design's sake, and not necessarily for commerce.*

Sagmeister memang banyak bekerja sebagai desainer pada industri komersial, akan tetapi Sagmeister punya cara untuk melepaskan diri dari tuntutan komersil dan menegaskan identitas desainnya (mengenai siapa kliennya, Sagmeister tidak pernah menjelaskan secara terperinci. Kecuali untuk beberapa grup musik yang pernah bekerja sama dengannya). Sagmeister dalam pandangan penulis adalah salah satu contoh sempurna bagaimana seorang desainer membawa bidang ilmu lain masuk ke dalam ranah desain.

Biro desainnya Sagmeister Inc. yang berlokasi di New York tidak hanya sekedar membantu memecahkan problem klien. Kantor yang didirikan tahun 1993 juga membantu klien dengan ide-ide brilian dan produk desain cemerlang yang futuristik dan belum pernah dihasilkan sebelumnya. Desain Sagmeister memang unik, seringkali menyentak kesadaran meskipun begitu sederhana. Sagmeister menggunakan banyak media untuk menyatakan ide desainnya. Mulai dari pisang hingga ribuan koin yang diatur sedemikian rupa. Penempatannya (*placement*) seringkali berada ditempat yang mencolok mata. Karya Sagmeister pun hampir mirip dengan seni instalasi yang biasa dilakukan para seniman. Akan tetapi, Sagmeister tetap menyatakan bahwa ia adalah desainer

grafis. Karyanya murni desain karena memang ada klien yang setuju membiayai dan menyetujui karya tersebut sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka.

Salah satu karya unik Sagmeister adalah sebuah instalasi tipografi kerja sama dengan seniman Jepang, Ken Milki, yang bertuliskan “*Money does not make me happy*”. Karya itu kemudian dipajang di luar sebuah kasino. Ironis mungkin, mengingat kasino adalah tempat orang mempertaruhkan uang untuk mencari uang yang mereka anggap bisa menghadirkan kebahagiaan. (Untuk contoh dari karya Sagmeister yang dijadikan contoh pada tulisan ini dapat dilihat pada <https://sagmeister.com/>)

Obsessions Make My Life Worse and My Work Better

Obsesi seringkali menjadi kata kunci kehidupan manusia. Entah obsesi yang tertuang dalam bentuk mimpi, harapan, cita-cita, ataupun bentuk lainnya. Sagmeister pun begitu. Layaknya manusia biasa ia memiliki obsesi-obsesi tertentu terkait dengan kehidupannya, pekerjaannya, dan tujuan besar desainnya.

Perbedaan terbesar antara obsesi Sagmeister dan orang-orang lain adalah ia mampu menerjemahkannya menjadi sebuah karya desain yang memukau. Mengumpulkan sejumlah relawan, ribuan koin mata uang Euro, membuat pola di sebuah jalanan di kota Amsterdam, Belanda. Hasilnya adalah apa yang bisa dilihat pada karya *Obsessions Make My Life Worse and My Work Better*.

Sebuah penerjemahan dari kata obsesi yang kerap membuat hidup lebih buruk, namun pekerjaan lebih baik. Sebuah kata yang Sagmeister ambil dari daftar yang biasa ditulis dalam buku hariannya. Karya tersebut hanya bertahan beberapa jam saja karena orang-orang yang lewat memulungi koin-koin tersebut. Akhirnya karya tersebut disapu oleh pihak berwenang Amsterdam karena dianggap mengganggu ketertiban umum. Sagmeister tidak memusingkan masalah tersebut. Baginya tidak penting berapa lama karya tersebut bertahan. Yang utama, pada satu masa karya tersebut membuat Sagmeister pernah, dan akan tetap, merasa bahagia. Dan itu yang Sagmeister harapkan juga terjadi pada orang lain yang turut menikmati karyanya.

Sesederhana itu kah Sagmeister memaknai karyanya? Memaknai keseluruhan dari kerja keras desainnya? Dalam banyak wawancara Sagmeister kerap berkata bahwa pada dasarnya semua karya desainnya menyimpulkan *nothing* (Sagmeister: 2008). Tidak ada apa-apa, tanpa pesan atau embel-embel lainnya.

Betulkah seperti itu? Entahlah. Bagi penulis dan banyak kalangan lain, Sagmeister tidak menyimpulkan *nothing*. Sagmeister membawa banyak pesan yang pelan, halus, namun bisa begitu keras dan menyentak. Desain yang Sagmeister hasilkan mampu melibas batas antara desain yang dekat dengan unsur keseniman dan desain yang berorientasi bisnis. Uang baginya, tidak membawa kebahagiaan. Uang bagi Sagmeister adalah efek samping, bukan tujuan utama, dari kecintaannya terhadap sebuah dunia bernama desain.

Sagmeister dan Ketidaksadaran

Disebutkan di awal tulisan bagaimana Sagmeister adalah seorang penulis daftar. Segala macam hal yang menarik dan membahagiakannya ditulis dalam buku hariannya. Yang menarik kemudian adalah Sagmeister mengambil kata-kata dari daftar tersebut untuk ia jadikan karya desain.

Sagmeister awalnya mungkin tidak sadar untuk apa membuat catatan-catatan kecil tersebut. Merujuk ke teori psikoanalisis sebagaimana dikemukakan Freud dan Lacan, ketidaksadarannya yang memaksanya menulis, untuk sekedar menjadi pengingat, bisa juga melepas beban pikiran. Kemudian, yang menarik adalah Sagmeister mampu mengangkat ketidaksadaran itu menjadi sebuah karya yang sadari betul kegunaannya. Sebuah obsesi yang *make my life worse and my work better*.

Unsur ketidaksadaran telah lama menjadi isu dalam kehidupan sosial manusia. Lepas dari fungsi awalnya untuk membantu manusia keluar dari gangguan kejiwaan, irasionalitas ternyata berkait erat dengan kenyataan beradaptasi manusia dan lingkungan sekitar. Hal yang tentu berkenaan dengan faktor kebudayaan juga. Daftar yang Sagmeister hasilkan pun begitu. Ditulis sebagai

peringat karena ada kecenderungan tidak pernah tahu kapan akan lupa. Melalui keistimewaan personal yang Sagmeister miliki, mampu tidak sekedar menjadikan daftar tersebut sebuah peringatan, juga sebuah karya desain grafis yang unik.

Jacques Lacan mengatakan, bawah sadar terstruktur seperti bahasa (Lacan: 1999). Melalui struktur bawah sadar yang tidak disadari, Sagmeister mendapatkan ide-ide karya grafisnya. Karya yang kemudian tidak sekedar menjadi representasi ketidaksadaran seorang desainer, juga bagi yang melihat dan turut menikmati karya-karya tersebut. Contohnya karya *Obsession* di jalanan kota Amsterdam. Seberapa jauh sebenarnya masing-masing pernah mengingat-ingat apa saja yang menjadi obsesi? Bagaimana kemudian obsesi itu memiliki pengaruh begitu kuat di dalam diri? Tidak itu saja tentunya, kerap obsesi yang tidak disadari pengaruhnya menghasilkan perasaan yang disebut frustrasi, kecewa, bisa juga bahagia.

Sagmeister menggali dalam, masuk ke relung terhalus jiwanya untuk menemui kenyataan dan berani jujur kepada dirinya sendiri. *Keeping a diary supports a personal development*, tulisnya. Ia yakin, menuliskan sesuatu pada satu waktu membantu dirinya mengembangkan dirinya. Bahkan bisa saja, menemukan dirinya, yang sempat hilang “ditelan” sebuah kata bernama obsesi. Kejujuran yang, pada kasus Sagmeister, menghasilkan *fine results*. Kebahagiaan adalah salah satunya.

SIMPULAN

Kunci dari semua karya grafis Sagmeister adalah kebahagiaan. Sebuah kata penting untuk tetap ada, untuk tetap membuat hidup, setidaknya, sedikit menyenangkan. Tidak perlu berhitung kalkulasi matematis. Tak usah risau dengan perkara untung-rugi. Menghasilkan yang terbaik adalah menghasilkan yang membahagiakan. Baik bagi sang desainer, dalam kasus tulisan ini, ataupun bagi yang sekedar melihat, menyaksikan, menyimak, dan menonton.

Sagmeister mampu membawa dirinya keluar dari irasionalitas ketidaksadaran, untuk lantas menemukan dirinya dalam posisi sadar yang utuh. Sadar yang tidak terkontaminasi beban-beban obsesi. Hal ini memang bukan perkara gampang. Tapi kiranya, masih mungkin untuk dikerjakan. Apalagi di dalam era 5.0. yang diharapkan dapat memaksimalkan peran teknologi dalam menghasilkan jawaban bagi permasalahan sosial.

Keilmuan desain dan desainer sebaiknya membuka diri untuk menyadari ketidaksadaran. Menerima mimpi sebagai mimpi dan obsesi sebagai obsesi. Kiranya desain mampu membawa perubahan yang kecil, namun memiliki arti bagi keberlangsungan kebudayaan yang baik. Tak perlulah kiranya berpikir untuk menghasilkan angka statistik yang positif. Menyelamatkan jutaan rupiah ke kantong masing-masing. Atau mungkin menjaga hutan belantara tetap menjadi hutan belantara. Cukuplah kiranya, desain, menghasilkan kebahagiaan. Jika *nothing* adalah apa yang ada pada karya Sagmeister, bukankah sesungguhnya *nothing* juga yang ada pada apa yang kita nilai penting selama ini?

REFERENSI

Buku:

- Bocock, Robert. (2002). *Sigmund Freud. Key Sociologist*. London, United Kingdom: Routledge.
- Freud, Sigmund. (2010). *The Interpretation of Dreams*. Philadelphia, USA: Basic Books.
- Laboratory, H.-Ut. (2020). *Society 5.0: A People-centric Super-smart Society*. Springer Nature.
- Lacan, Jacques. (1999). *Ecrits*. New York, USA: W.W. Norton and Company.
- Norman, Donald. (2007). *The Design of Future Things*. Basic Books.
- Sagmeister, Stefan. (2008). *Things I Have Learned in My Life so Far*. USA: Harry N Abrams Inc.
- Thwaites, Tony. (2007). *Reading Freud Psychoanalysis as Cultural Theory*. London, United Kingdom: SAGE Publications Ltd.
- Wilber, Ken. (2001). *A Theory Of Everything. An Integral Vision for Business, Politics, Science, and Spirituality*. Boston, USA: Shambhala.
- Zizek, Slavoj. (1995). *Looking Awry. An Introduction to Jacques Lacan through Popular Culture*. Massachusetts, USA: The MIT Press.

Zizek, Slavoj. (2007). *How to Read Lacan*. London, United Kingdom: W.W. Norton and Company.

Video:

TED.COM.Stefan Sagmeister 2004.

http://www.ted.com/index.php/talks/stefan_sagmeister_on_what_he_has_learned.html

TED.COM.StefanSagmeister 2008.

http://www.ted.com/talks/stefan_sagmeister_shares_happy_design.html

Situs Internet:

<http://www.thejakartapost.com/news/2009/01/22/stefan-sagmeister-designing-passionate-life-lessons-spoken-language-design.html>. Diunduh 12 Februari 2014.

www.designboom.com

www.sagmeister.com

<http://visualclinique.blogspot.com/2007/08/stefan-sagmeister.html>. Diunduh 30 Desember 2016.