

MEMBANGUN INDUSTRI KREATIF DARI HASIL PELATIHAN MEDIA PEMBELAJARAN PARA GURU: SEBUAH ALTERNATIF TAWARAN

Dwi Budi Harto

Program Studi Desain Komunikasi Visual, FBS, Universitas Negeri Semarang (Unnes)

Kampus Sekaran Gunungpati Semarang

HP. 085103567052

E-mail: dwibudihartounnes@gmail.com

ABSTRAK

Genderang kompetisi global mulai semarak sejak tahun 2015, walaupun istilah globalisasi telah ada sejak awal abad ke-20. Dalam persaingan global sering pula terjadi pembenturan peradaban oleh pihak-pihak tertentu, yang ingin bermain ‘curang’ dalam kompetisi tersebut. Kompetisi global juga menuntut suatu negara untuk lebih kreatif, sehingga dibuatlah industri kreatif untuk memenangkan persaingan itu. Kreativitas pada industri kreatif menuntut pelaku/komunitasnya memutar otak lebih keras. Salah satu peluang dalam industri kreatif di Indonesia adalah me-manfaatkan kreativitas para guru dalam menciptakan media pembelajaran. Produk/karya para guru sering diang-gap kalah bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh para pelaku industri kreatif non guru. Namun setelah ada pembuktian kualitas produk media pembelajaran dari para guru, melalui analisis karya dan bukti prestasi guru, serta bukti kelebihan yang lain, maka media pembelajaran berbasis keunikan budaya lokal yang dihasilkan oleh guru layak diakui sebagai produk industri kreatif. Media pembelajaran berbasis budaya lokal ini dirancang secara digital/komputerisasi, oleh para ahli sering disebut sebagai multimedia pembelajaran interaktif (MPI). Media pembelajaran ini layak diproduksi apabila memiliki kualitas/mutu tertentu, yang dapat dilihat dari aspek: (1) konten/isi media pembelajaran yang harus sesuai dengan kurikulum yang berlaku; (2) penerapan dan rekayasa software, agar kontinuitas, interaktifitas, dan codingnya berjalan dengan lancar; dan (3) pesan yang disampaikan estetik dan komunikatif terhadap usernya. Langkah berikutnya adalah membentuk teamwork yang solid, agar para guru kreatif tersebut dapat memproduksi media pembelajaran berbasis keunikan budaya lokal Indonesia

Kata Kunci: industri kreatif, media pembelajaran, guru, pelatihan, budaya lokal,

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu pemicu munculnya **industri kreatif** adalah globalisasi teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK). Globalisasi TIK tidak bisa dibendung oleh negara manapun. Globalisasi adalah “politik” negara-negara adidaya dalam upaya menguasai dunia ke-3 (imperialisme). Hal ini telah dimulai sejak masa globalisasi kuno/protoglobalisasi, Christiaan Snouck Hurgronje menggunakan politik *divide et impera* untuk menguasai/menjajah bangsa Indonesia (kolonialisme). Kolonialisme dan imperialisme adalah “saudara kembar setengah identik”. Di era *post modern* ini yang patut dicurigai adalah ideologi/politik globalisasi baru yang tampaknya masih senada dengan *divide et impera* ala Snouck Hurgronje, namun menurut Huntington ideologi ini diberi nama baru menjadi “*the Clash of Civilizations*/benturan antar peradaban”. Dorongan besar atas penguasaan negara lain ini tampaknya banyak didasari alasan ekonomi kapitalisme ala Adam Smith yang terpengaruh teori [ekonomi Marxisan](https://id.wikipedia.org/wiki/Adam_Smith) (Agustiati, 2014: 152-166; Huntington, 2012; https://id.wikipedia.org/wiki/Adam_Smith; Nataatmadja, 1982: 194-222; Chaubet, 2015: 1-19, 75-83; https://id.wikipedia.org/wiki/Christiaan_Snouck_Hurgronje; Jati, 2013: 241-258; Musyaddad, 2003: 35-62 dalam Harto, 2015: 9).

Politik globalisasi ini menyebabkan beberapa negara dunia ke-3 “seakan-akan mewajibkan” warganya untuk bisa menaklukkannya. Sinyal kompetitif politik global ini telah telah ditangkap oleh Lester Thurow. Lester Thurow adalah mantan dekan *Sloan School of Management MIT* dan penulis buku-buku ekonomi dunia, yang pendapatnya banyak dipakai oleh para “pemain global”. Lester Thurow (dalam Schermerhorn, 1993: 239) dalam acara televisi Amerika “*60 Minutes*” pada tanggal 7 Pebruari 1988, menyatakan bahwa: “*A competitive world two possibilities. You can lose. Or, if you want to win, you have to change*”. Dengan demikian, hanya manusia atau bangsa yang unggul dan kreatif yang dapat mengambil manfaat besar dari kompetisi global, me-nyesuaikan diri, dan mengantisipasi gejala-gejala yang dihadapinya. Melihat arus besar politik globalisasi Barat semacam ini, maka semua pihak mulai dari kalangan bawah /rakyat melarat sampai kalangan atas/konglomerat, harus dipersiapkan sebaik-baiknya sebagai “pemain” dalam kompetisi global, jika negara itu tidak ingin kalah dalam “perang” tersebut. Untuk menang dalam perang/kompetisi global perlu peningkatan kualitas SDM.

Pada satu sisi, budaya lokal yang ada di Indonesia ini merupakan modal besar dalam kompetisi global, jika masyarakat pendukung budaya tersebut “*saiyeg saeka prayu*” menyokongnya, dengan kearifan lokalnya mereka

menjalankan 'laku/ngelmu': "*sepi ing pamrih, rame ing gawe*". Bagaimanapun juga, budaya bisa menjadi prioritas pilihan bidang pembangunan bagi negeri ini dalam ikut serta kompetisi global, karena bidang-bidang lain (misalnya: olah raga, planologi, komputer, teknik mesin, teknik sipil, ekonomi, otomotif, dll) telah kalah beberapa langkah dari negara-negara lain. Budaya lokal bisa menjadi prioritas pembangunan karena memiliki keunikan/kekhasan yang tidak dimiliki oleh budaya Barat/modern. Sebagai contoh, Bali dengan segala keunikan cabang-cabang seni budayanya, maka dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara.

Seni rupa tradisi dan bahasa daerah menjadi sebagian contoh keunikan budaya lokal. Bahasa rupa pada karya-karya seni rupa tradisi dan Bahasa Jawa sebagai salah satu potensi keunikan *local genius* yang bisa dikembangkan lebih lanjut. Kaum imperialis yang pernah menjajah negeri ini banyak yang terkagum-kagum akan keindahan karya seni rupa tradisi dan sastra Jawa, serta praktik berbahasa Jawa di lingkungan masyarakat pendukungnya. Oleh karena itu keunikan/kekhasan karya seni rupa tradisi dan Bahasa Jawa ini dimungkinkan dapat dikelola menjadi beberapa kemungkinan *out put* penerapannya, misalnya untuk pariwisata, obyek riset, program acara TV, film dokumenter, film animasi, iklan tayang, media pembelajaran, dan lain-lain.

Pada sisi lain, Indonesia memiliki potensi jumlah penduduk terbesar ke-4 di dunia setelah Cina, India, dan USA (<http://ilmupengetahuanumum.com/10-negara-dengan-jumlah-penduduk-populasi-terbanyak-di-dunia/>). Potensi besar jumlah penduduk ini tidak akan berarti apa-apa, bila tidak dimbangi dengan kualitas SDMnya. Justru besarnya jumlah penduduk dengan kualitas SDM rendah ini akan menjadi beban pembangunan negara tersebut dalam rangka kompetisi global. Oleh karena itu sangatlah penting upaya peningkatan kualitas SDM pada berbagai bidang. Salah satu upaya peningkatan itu bisa disempitkan areanya pada kalangan tertentu, misalnya peningkatan kualitas SDM di kalangan guru-guru SMP dengan wilayah tertentu. Jika dihubungkan dengan paragraf sebelumnya maka sebagai studi kasus, area ini bisa disempitkan lagi sampelnya adalah guru-guru mata pelajaran tertentu sebagai sampel, misalnya guru Bahasa Jawa, SBK, dll. Demikian upaya peningkat-an kualitas SDM bila ingin digarap dengan lebih detail/rinci, sehingga bisa diperoleh *output* yang lebih baik.

Selama ini pelaku industri kreatif memang berasal dari orang yang berada pada **habitat** industri kreatif tersebut, yang rata-rata tidak *nyambi* pada profesi lain. Sehingga, para pelakunya dianggap profesional dan hasil atau produk yang dihasilkannya dianggap berkualitas. Namun di era globalisasi ini masih dimungkinkan dapat menjadi **alternatif tawaran** bahwa pelaku industri kreatif bisa dimungkinkan semula **bukan** berasal dari **komunitas** industri kreatif tersebut, namun bisa juga berasal dari luar habitat/komunitas tersebut (misalnya para **guru**). Hal ini bisa saja terjadi jika para guru (sebagai SDM indutri kreatif) diberikan pelatihan terlebih dahulu. Selama ini kemampuan para guru dipandang sebelah mata dalam menghasilkan produk yang dimungkinkan bisa 'diindustri-kreatifkan/dikomoditaskan'. Tentunya istilah **komoditas** ini bisa dipandang pro dan kontra.

Bentuk kegiatan pelatihan tersebut merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas SDM (dalam kasus ini adalah guru-guru SMP), misalnya pelatihan merancang **media pembelajaran**. Jika dikaitkan dengan "**terminologi** industri kreatif", maka pelatihan ini dapat **dianalogikan** dengan bentuk kegiatan **inkubasi** atau upaya **diseminasi** bagi para calon '*tenant*'. **Output/produk/hasil** pelatihan para guru yang berupa **media pembelajaran** ini, harapannya dapat dipersandingkan dengan produk dari industri kreatif yang dihasilkan oleh para pelaku industri kreatif yang bukan dari para guru. Pada akhirnya tulisan ini **bertujuan** untuk **menawarkan solusi**, dalam rangka **mengangkat output/produk/hasil** pelatihan para guru agar bisa diakui sebagai **output/produk/hasil** dari industri kreatif. Karena selama ini sering ada anggapan bahwa produk **media pembelajaran** yang dihasilkan oleh para guru tidaklah berkualitas. Hal ini disebabkan karena proses perancangannya dianggap kurang serius/untuk *samben* (bahasa Jawa) dan para guru dianggap pula tidak memiliki **kemampuan** untuk merancang **media pembelajaran** secara memadai (standar industri). Proses perancangan/proses kreasi media pembelajaran oleh para guru yang **dianalogikan** dengan proses kreasi para pelaku industri kreatif, justifikasi keunggulannya lebih berpihak kepada para pelaku industri kreatif non guru. Sehingga realisasi di lapangan untuk pendirian industri kreatif yang pelakunya adalah guru (yang dilatih terlebih dahulu/didiseminasi), tidaklah semudah merangkai kata-kata sebagaimana yang ada dalam terminologi industri kreatif tersebut. Banyak **permasalahan** yang perlu dibahas dalam tulisan ini (sebagai solusi) terkait dengan konsep industri kreatif, tujuan industri kreatif, khalayak sasaran industri kreatif, proses pelatihan para guru, produk pelatihan para guru, pemasaran produk, dan lain-lain, jika ingin menyejajarkan pelaku industri kreatif guru dan non guru.

Berdasarkan latar belakang tersebut tampaknya menjadi keharusan untuk menengok kembali *local genius* budaya Indonesia. Karena, jika dibiarkan 10-20 tahun mendatang, maka anak cucu sebagai generasi penerus dimungkinkan akan menjadi "*culture homeless*" (gelandangan budaya yang tidak memiliki identitas budaya. Oleh karena itu tulisan ini **bertujuan** untuk memberikan tawaran dan membangkitkan semangat membangun industri kreatif dari hasil pelatihan media pembelajaran dari para guru yang mengangkat *local genius* sebagai temanya.

Metode Penelitian

Makalah/artikel ini dihasilkan dari berbagai hasil penelitian, studi kepustakaan, pengabdian masyarakat, studi peninjauan dan pengamatan di lapangan. Hasil penelitian yang dimaksud adalah penelitian yang menggunakan paradigma R & D (*Research & Development*), terutama ketika tahap implementasi/diseminasi produk pada industri kreatif (Sugiyono, 2008; Harto, 2016). Studi kepustakaan dilakukan dengan triangulasi data dari berbagai

li-teratur/kepustakaan, cara seperti ini merupakan satu metode penelitian kepustakaan (Zed, 2008). Hasil pengabdian masyarakat yang dimaksud adalah media pembelajaran yang telah dibuat oleh beberapa orang, sehingga data yang ada bisa digunakan sebagai contoh dalam pembahasan ini. Hasil-hasil penelitian dan pengabdian masyarakat ini kemudian diteliti, ditriangulasikan dengan hasil studi peninjauan, yang kemudian dianalisis dan di-simpulkan. Secara metodologis, kerangka berpikir dalam pembahasan ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Model1. Model pembahasan “media pembelajaran” dalam lingkup industri kreatif (dok. Penulis).

Berdasarkan model dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Tujuan utama dari industri kreatif yang sebenarnya adalah ekonomi.
- 2) Pelaku utama industri kreatif adalah mereka yang bekerja selain guru (non guru)
- 3) Media pembelajaran sering diproduksi oleh guru dalam kegiatan belajar mengajar/KBM
- 4) Ditawarkan dalam masyarakat /komunitas industri kreatif, media pembelajaran yang diproduksi guru dimungkinkan pula diindustrikan
- 5) Tawaran ini terutama bagi media pembelajaran yang mengangkat konten budaya lokal, sebagai satu keunikan yang layak untuk dijual.
- 6) Akhirnya, komunitas industri kreatif tersebut bukan hanya mereka dari non guru, tetapi bisa juga dari para guru.

2. PEMBAHASAN

Acuan Pengembangan Industri Kreatif di Indonesia

Istilah industri kreatif telah banyak didefinisikan oleh berbagai kalangan, sesuai dengan perspektif masing-masing. Sehingga, jumlah definisi industri kreatif tersebut akan sebanyak jumlah kepala yang mendefinisikannya. Menurut Departemen Perdagangan RI, yang merujuk pada definisi industri kreatif yang dikemukakan oleh UK DCMS (*United Kingdom-Department Culture, Media & Sport*) Task force 1998 (Pangestu, 2008a: 15 dalam Harto, 2012: 113) sebagai berikut: “*Creatives Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*”. Lebih lanjut Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 ketika melakukan studi pemetaan **Industri Kreatif**, juga mengemukakan definisi yang senada, sebagai berikut: “Industri Kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut” (Pangestu, 2008a: 15 dalam Harto, 2012: 113)

Pada praktiknya sebenarnya industri kreatif sudah lama ada di Indonesia, misalnya saja kegiatan para Empu ketika menciptakan keris. Di masa lalu, para Empu memimpin para cantriknya dengan penuh daya kreatif-mistiknya untuk menciptakan keris agar berpamor unik dan memiliki bentuk yang estetik. Penciptaan keris pada saat itu belum memiliki tujuan *pure* bisnis (*economic oriented*) sehingga keris belum diperjualbelikan secara bebas. Penciptaan keris lebih cenderung sebagai karya seni ‘*kelangenan*’. Memang sejak dahulu bangsa Indonesia dikenal sebagai bangsa yang **kreatif**, lihat saja ungkapan Raffles ketika menulis buku *History of Java*, terkagum-kagum saat menemukan karya seni ciptaan bangsa Indonesia (candi Prambanan) pertama kali. Namun, setelah penjajahan 350 tahun seakan kreativitas anak bangsa ini terhenti. Seiring perkembangan jaman, bangsa ini tidak hanya dijajah secara fisik 350 tahun, namun dijajah pula secara ekonomi oleh bangsa lain (misalnya: PMA/pena-naman model asing, Mc Donald, KFC, dll.). Seiring perkembangan pula, akhirnya bangsa ini tidak lagi sebagai bangsa yang **kreatif**, namun menjadi bangsa yang **konsumtif**. Pada praktik industri kreatif justru karya seni lebih ‘mengabdikan’ kepada kepentingan **ekonomi**, bahkan parahnya menjadi budak dan ‘sapi perah’ agar bisa menghasilkan uang. Misalnya pada bidang pariwisata, sering kali kesenian menjadi ‘mesin penggerak’ untuk mendatangkan wisatawan, agar *income* pariwisata meningkat. Pada hal *income* pelaku seninya sendiri secara

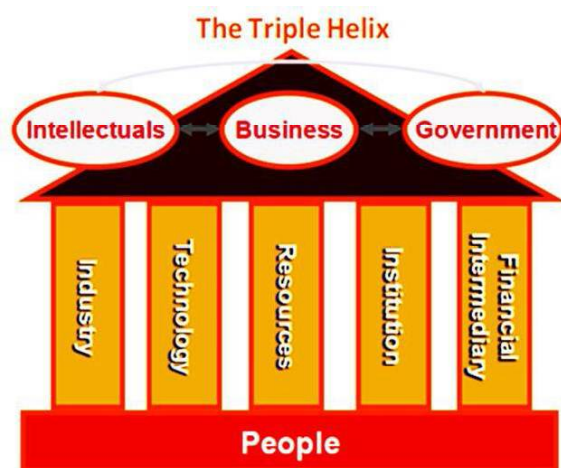
pribadi sangat memprihatinkan. Selain keris, di Indonesia masih banyak kekayaan, keanekaragaman budaya dengan keunikan *local geniounya*, layak untuk dikembangkan menjadi beberapa jenis industri kreatif.

Luasnya peluang bidang industri kreatif dan pengalaman sejarah kreativitas anak bangsa pada masa lalu perlu diwadahi. Sebagaimana telah digambarkan pada model 1, maka industri kreatif yang memiliki tujuan akhir bidang **ekonomi** pun akhirnya diwadahi dengan wadah **ekonomi kreatif**. Pemerintah telah mengubah-ubah nama ‘wadah ekonomi kreatif’ tersebut. Pada era presiden Sby wadah atau muara industri kreatif ada pada **Kememparekraf** (Kementerian Pariwisata dan **Ekonomi Kreatif**) yang dipimpin oleh Mari Elka Pangestu (almh). Namun pada era presiden Jokowi wadah industri kreatif ini telah dipisah dari Kementerian Pariwisata, menjadi badan tersendiri yang diberi nama **Badan Ekonomi Kreatif**, yang dipimpin oleh Triawan Munaf (<http://lifestyle.okezone.com/read/2014/12/05/406/1075049/nama-kementerian-pariwisata-bukan-lagi-kememparekraf>; <http://www.politikindonesia.com/index.php?k=politik&i=61973>; <http://tabloidkabarfilm.com/berita/413/413.html>).

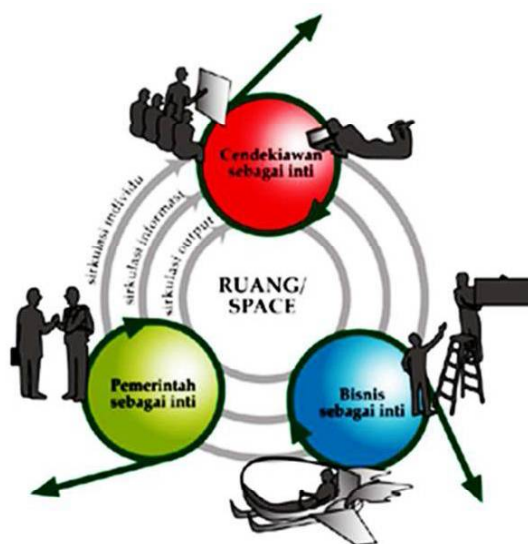
Sebagai **acuan pengembangan** industri kreatif di Indonesia, Menparekraf Mari Elka Pangestu (almh) telah menetapkan **14 sektor industri kreatif** yang akan dikembangkan hingga tahun 2025 (Pangestu, 2008a: 15; <http://ekonomikreatif.blogspot.com/2008/04/berbagai-sudut-pandang-tentang-ekonomi.html>), sebagai berikut: (1) Periklanan (*advertising*); (2) Arsitektur (*architecture*); (3) Pasar Barang Seni (*the art and antiques market*); (4) Kerajinan (*crafts*); (5) Desain (*design*); (6) Fesyen (*designer fashion*); (7) Video, Film, dan Fotografi (*video, film, and photography*); (8) Permainan Interaktif (*interactive leisure software*); (9) Musik (*music*); (10) Seni Pertunjukan (*the performing arts*); (11) Penerbitan dan Percetakan (*publishing*); (12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software and computer services*); (13) Televisi dan Radio (*television & radio*); dan (14) Riset & Pengembangan (R & D). Namun pada era presiden Jokowi, **16 sektor acuan pengembangan industri kreatif** ini telah diperluas oleh Triawan Munaf (Kepala Badan Ekonomi Kreatif) menjadi **16 sektor**, yaitu: Aplikasi & Pengembangan Games, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Fashion, Film-Animasi-Video, Fotografi, Kerajinan Tangan, Kuliner, Musik, Penerbitan, Penerbangan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, serta Konten Televisi dan Radio (<http://lifestyle.okezone.com/read/2016/03/15/406/1336561/triawan-munaf-kembangkan-16-industri-kreatif>). Walaupun tidak disebut secara eksplisit, namun posisi “**media pembelajaran**” yang menjadi fokus tulisan ini dapat dimasukkan pada sektor DKV (Desain Komunikasi Visual), yang di dalamnya bisa berkonten atau dikaitkan pula dengan sektor Film-Animasi-Video. Sehingga, **media pembelajaran** yang dihasilkan oleh para guru bisa diakomodasi sebagai produk yang termasuk dalam 16 sektor acuan pengembangan industri kreatif di Indonesia. Harapan di masa mendatang, industri kreatif ini dapat bersaing di tingkat global.

Pelatihan Media Pembelajaran Para Guru dalam Konteks *Triple Helix*

Program “*Triple Helix*” sebenarnya diadaptasi dari Barat oleh Departemen Perdagangan dalam upaya mengembangkan Industri Kreatif. *Triple Helix* ini melibatkan 3 komponen: intelektual, bisnis, dan pemerintah. Li-



Model 2: Model Pengembangan Ekonomi Kreatif (Pangestu, 2008a: 50)



Model 3: Pola Iteraksi *Triple Helix* Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia (Pangestu, 2008a: 57)

hat model 2 dan model 3. Berdasarkan 2 model ini maka untuk membangun dan mengembangkan industri kreatif yang nantinya berujung pada ekonomi kreatif, keberhasilannya sangat bergantung

pada 3 komponen tersebut. Perguruan tinggi dalam hal ini bertindak sebagai salah satu komponen yaitu *intellectuals/ cendekiawan*. Terkait dengan fokus pembahasan “media pembelajaran yang dihasilkan oleh para guru”, maka para guru ini sebenarnya telah dekat dengan kaum cendekiawan, terutama pada saat diadakannya 2

darma dari tridarma perguruan tinggi, yaitu penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Perguruan tinggi yang terlihat intensif dan 'mesra' dalam pembinaan para guru adalah perguruan tinggi yang dulunya bekas/eks LPTK (Lembaga Pendidikan Tenaga Keguruan), misalnya: Unnes (dahulu IKIP Semarang), Unesa (dahulu IKIP Surabaya), UM (dahulu IKIP Malang), dll. Kemesraan pembinaan para guru ini telah berjalan sangat lama karena perguruan tinggi LPTK inilah yang memproduksi pa-ra guru. Beragam bidang studi yang dibina oleh perguruan tinggi LPTK ini, termasuk di dalamnya pembinaan secara khusus tentang perancangan media pembelajaran yang dibuat oleh para guru. Seiring perkembangan tek-nologi (TIK), media pembelajaran yang dulunya dibuat oleh guru secara manual, akhirnya juga berubah menjadi digital. Perguruan tinggi LPTK juga melakukan pembinaan/pelatihan terkait dengan media pembelajaran digital ini. Berubahnya mandat perguruan tinggi LPTK menjadi perguruan tinggi yang juga mempelajari ilmu murni (tidak hanya ilmu keguruan) (misalnya berubahnya IKIP Semarang menjadi Unnes/Universitas Negeri Semarang), maka menuntut pula penguasaan ilmu murni oleh para dosennya, termasuk penguasaan teknologi informasi/TI. Penguasaan TI oleh para dosen ini selain sebagai pengembangan keilmuan, tetapi juga sangat membantu terkait dengan pembinaan kompetensi guru dalam merancang media pembelajaran. Apalagi beberapa perguruan tinggi mantan LPTK ini juga memiliki prodi yang secara teknis berkaitan dengan perancangan media pembelajaran, misalnya prodi DKV (Desain Komunikasi Visual) dan prodi TI, yang tentunya akan lebih dapat membina/mela-tih para guru dalam merancang media pembelajaran. Pelatihan dan pembinaan ini kembali dilakukan melalui 2 darma dari tridarma perguruan tinggi (penelitian dan pengabdian kepada masyarakat).

Pelatihan media pembelajaran kepada para **guru** bisa juga dilakukan oleh kalangan intelektual/perguruan tinggi yang memiliki ilmu murni (bukan ilmu kependidikan), melalui penelitian dosen dengan paradigma R & D. Biasanya dilakukan dengan sedikit 'menyiasati' proposal penelitian yang menjadikan guru sebagai obyek dalam penelitian, misalnya para guru bertindak sebagai calon *tenant* dalam industri kreatif. Bentuk penelitian R & D semacam ini, biasanya dilakukan secara multi tahun. Pada saat melakukan pelatihan media pembelajaran kepada para guru bisa dilakukan saat implementasi penelitian, melalui diseminasi. **Diseminasi** (*dissemination*) adalah suatu kegiatan disusun secara sistematis yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh informasi, timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut. Para pelaku industri kreatif perlu mendapatkan informasi penting dari hasil penelitian para akademisi. Harapannya, hasil-hasil penelitian tidak tertumpuk sebagai laporan penelitian saja, namun dapat diimplementasikan di lapangan. Selain pelatihan, pelaku industri kreatif juga perlu mendapatkan pembinaan, pendampingan, dan bahkan pada produk-produk yang dihasilkan oleh industri kreatif di masa lalu perlu disentuh pembaharuan dan pengembang-annya. Pembaharuan dan pengembangan ini akan didapatkan oleh komunitas industri kreatif, berdasarkan hasil penelitian para akademisi. **Diseminasi** dalam industri kreatif dapat disejajarkan dengan proses **inkubasi** pada industri. Kalangan industri sebagai kelompok target dalam proses inkubasi itu. Tujuan **inkubasi** adalah agar ha-sil riset dari perguruan tinggi dapat disebarluaskan dan dikembangkan oleh industri kreatif tersebut (sebagai **inkubator**nya). Analog dengan pemikiran industri kreatif sebagai inkubator, maka dalam pelatihan dan pengem-bangan media pembelajaran, kelompok targetnya adalah para guru bidang studi yang terkait dengan budaya lokal. Sehingga, para guru ini bisa menjadi inkubator industri kreatif sesuai bidang studinya. Kelompok target ini diharapkan memiliki kesadaran akan pentingnya budaya lokal yang dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajar-an dalam era TIK ini. Diseminasi/inkubasi ini merupakan upaya inovatif dengan prediksi jauh ke depan, agar hasil penelitian dari akademisi dapat dimanfaatkan oleh kelompok target dalam merancang media pembelajarandalam rangka persaingan global industri media pembelajaran di masa mendatang (diadaptasi dari Harto, 2016).

Peningkatan kompetensi guru dalam merancang media pembelajaran melalui diseminasi ini merupakan tujuan jangka pendek, untuk skala yang lebih luas dalam jangka panjang diharapkan dapat meningkatkan kualitas SDM industri. Sehingga diharapkan ada peningkatan kualitas SDM industri kreatif dari level TKI (Tenaga Kuli Indonesia) berubah menjadi TKI (Tenaga Kreatif Indonesia). Tentunya hal ini bisa berhasil jika *triple helix* yang sudah dicanangkan pemerintah ini dapat bersinergi, berjalan dengan baik. Dengan demikian harapan pemerintah yang mengkolaborasikan 3 komponen dalam industri kreatif (*intellectuals/akademisi, government, dan business/swasta*) dalam *triple helix*, di kemudian hari diharapkan dapat tercapai (Pangestu, 2008: 50, 57, 99).

Guru sebagai Kreator Media Pembelajaran dalam Konteks Industri Kreatif

Telah diuraikan pada poin 2.2 bahwa guru dapat disejajarkan sebagai calon *tenant* dalam industri kreatif. Guru-guru yang kreatif layak disebut sebagai kreator dalam bidang-bidang tertentu, termasuk dalam merancang media pembelajaran. Sebutan guru sebagai kreator ini bukan tanpa alasan, karena berdasarkan pengalaman pe-nulis sebagai juri dalam lomba perancangan media pembelajaran berbasis TI (MPI: Multimedia Pembelajaran Interaktif), maka terlihat kualitas karya MPI dari para guru yang bisa dibanggakan (contoh-contoh karya MPI para guru ini akan diuraikan pada poin 2.4). Banyak para guru yang mendapatkan penghargaan tingkat lokal, nasional dan bahkan internasional terkait dengan media pembelajaran ini. Misalnya saja bapak Joko Triono, Mampuono, Ahmad Rifani, Saloom RD, Yosie Kristin, Purnomo Basuki, Siska Yuniati, dan lain-lain adalah contoh-contoh nama guru yang berhasil menjadi juara dalam lomba media pembelajaran berbasis TI (Teknologi Informasi). Karya-karya media pembelajaran mereka layak dimasukkan sebagai produk industri kreatif (disarikan dari <http://gurubar.com/2016/09/01/para-pemenang-dan-profil-15-besar-lomba-mobile-edukasi-lomba-mobile-edukasi-kihajar-2016/>; <http://majalahteras.com/yosie-guru-inovatif-ciptakan-media-pembelajaran>; [770](http://news.</p></div><div data-bbox=)

abasrin.com/2014/12/inilah-pemenang-lomba-pembuatan-media.html; <http://www.igi.or.id/sekjen-mengambil-alih-sagusatab-dari-ketum-igi.html>; <http://rochmaniac.blogspot.co.id/2009/12/gamelan-laptop.html>).

Terkait dengan media pembelajaran, sebenarnya banyak sekali industri kreatif yang mengkhususkan diri pada pembuatan/perancangan media pembelajaran ini, misalnya: Akal Interaktif, Elex Media Komputindo, Pesona Edukasi, Pustekom Diknas, dan lain-lain. Produk-produk media pembelajaran ini rata-rata dikemas menjadi game edukasi. Di pasaran juga sudah banyak produk-produk media pembelajaran yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut, namun ada kecenderungan mereka lebih memilih media pembelajaran untuk PAUD dan anak-anak balita. Menjadi tantangan industri kreatif saat ini untuk lebih meluaskan target peserta didik dalam merancang media pembelajaran, misalnya mulai dari SD hingga perguruan tinggi.

Selain itu, media pembelajaran yang dibuat oleh industri kreatif saat ini kurang bisa dipakai oleh guru dalam kegiatan belajar mengajar/KBM di kelas. Karena, media pembelajaran yang dibuat oleh industri kreatif tersebut cenderung sebagai *suplemen* dari buku teks yang telah beredar di pasaran, sehingga lebih bersifat sebagai pengayaan dalam materi pembelajaran. Dengan kata lain media pembelajaran yang dihasilkan oleh industri kreatif saat ini kurang tepat guna dan kurang tepat sasaran. Oleh karena itu perlu dirancang media pembelajaran yang lebih aplikatif bagi guru, bukan sebagai media pendamping guru dalam mengajar. Harapannya, media pembelajaran yang dirancang dapat dipakai minimal dalam 1 semester, 1 bidang studi, dalam 1 satuan pendidikan. Sehingga, media pembelajaran ini memang benar-benar harus mengacu kepada isi kurikulum yang berlaku saat itu. Sebagaimana diketahui bahwa isi kurikulum dalam satu bidang studi saja, saat ini sering berganti-ganti seiring dengan pergantian menteri dalam pemerintahan ‘rezim’ tertentu. Berkaitan dengan hal tersebut maka perancang media pembelajaran dituntut cerdas dan cermat dalam menguasai konten/materi pembelajaran untuk bisa diangkat menjadi sebuah media pembelajaran berbasis digital, agar sesuai tuntutan kurikulum.

Seorang guru adalah seorang dalang dalam KBM, tentunya secara konten dia menguasai materi pembelajaran sesuai kurikulum yang berlaku. Oleh karena itu guru yang cerdas dan berpengalaman sangat memungkinkan bisa merancang media pembelajaran yang baik. Jika guru-guru semacam ini (guru yang memiliki kompetensi dan kualitas seperti juara dalam merancang media pembelajaran/lihat nama-nama guru pada contoh sebelumnya), maka dia dianggap layak sebagai kreator media pembelajaran dalam industri kreatif. Guru-guru kreatif semacam ini hendaknya dihimpun sebagai pelaku industri kreatif atau tergabung dalam komunitas industri kreatif.

Pada satu sisi ada beberapa ketimpangan di masyarakat terkait dengan kemampuan para guru tersebut dalam perancangan media pembelajaran. Pada satu kasus, guru semacam ini hanya ‘jago’ dalam merancang media pembelajaran, tetapi kurang bisa mengelola keahliannya itu lebih jauh. Sehingga kemampuan guru ini ‘dimanfaatkan’ oleh pihak lain demi keuntungan dan popularitas pihak tersebut. Sang guru kreator kurang diperhatikan hak kekayaan intelektualnya, sehingga guru tersebut sering ‘dikadali’ oleh pihak yang memanfaatkannya. Berdasarkan kasus ini sudah selayaknya hak kekayaan intelektualnya diperhatikan dalam industri kreatif.

Media pembelajaran yang tepat guna dan tepat sasaran bukan hanya sekedar berisi sampel-sampel cuplikan materi dan pengayaan materi pembelajaran, namun harus dipikirkan pula sampai pada tahapan evaluasi. Sehingga media pembelajaran ini sekaligus berfungsi sebagai media latihan bagi para siswa dan sekaligus sebagai media evaluasi kompetensi siswa dalam kurun pembelajaran, bidang studi, dan dalam satuan pendidikan tertentu, sesuai kurikulum yang berlaku saat itu. Dengan demikian, perancangan media pembelajaran oleh guru perlu dipikirkan pula bentuk dan jenis soal yang akan dijadikan media evaluasi dalam pembelajaran tersebut. Ada beberapa kriteria penyusunan soal untuk evaluasi pembelajaran yang harus dipertimbangkan oleh seorang guru. Jika seorang guru ini merangkap sebagai *tenant* dalam industri kreatif, maka semakin banyak pertimbangan yang harus diperhatikan dalam perancangan media pembelajaran. Berdasarkan uraian ini maka para guru dengan kualifikasi tertentu, sangat layak dimasukkan sebagai pelaku dalam komunitas industri kreatif, terutama berkontribusi terkait konten/materi pembelajaran dalam perancangan media pembelajaran. Ini perlu dikelola lebih lanjut.

Analisis Media Pembelajaran Hasil Karya Para Guru Berbasis Budaya Lokal dan Kompetitornya.

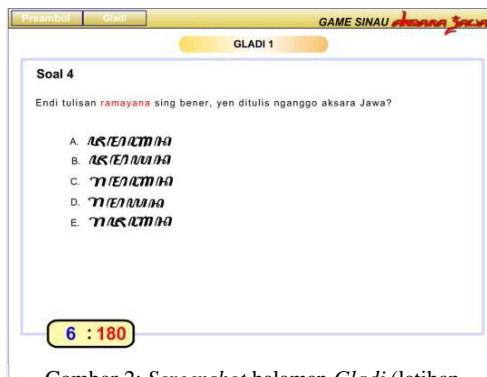
Media pembelajaran berbasis budaya lokal hasil karya para guru yang layak disejajarkan dengan media pembelajaran karya pelaku industri kreatif (non guru)/kompetitornya, dapat dilihat pada contoh-contoh berikut ini:

a. Media Pembelajaran Bahasa Jawa kelas 3 SD:



Gambar 1: Screenshot halaman pembuka media evaluasi pada media pembelajaran Bahasa Jawa kelas 3 SD.

Pada gambar 1 s.d. 3 menunjukkan screenshot halaman dari media evaluasi pada media pembelajaran Bahasa Jawa kelas 3 SD. Media pembelajaran ini dibuat oleh Retno Dwi Harini, S.Pd., dkk. setelah diberi pelatihan oleh dosen-dosen DKV Unnes. Secara kronologis, media pembelajaran ini dimulai dari halaman opening & intro, dilanjutkan dengan menampilkan SK, KD, dan tujuan pembelajarannya. Lalu dilanjutkan dengan pemberian materi membaca aksara Jawa, dan diakhiri dengan *gladi*/latihan membaca aksara Jawa. Tiga screenshot tersebut menunjukkan halaman-halaman latihan membaca huruf Jawa berbentuk *game* edukasi, yang dirancang sesuai dengan kurikulum yang berlaku. Latihan ini disertai penskoran setelah siswa selesai mengerjakan semua soalnya, sehingga hasil skornya bisa dijadikan umpan balik kepada siswa.

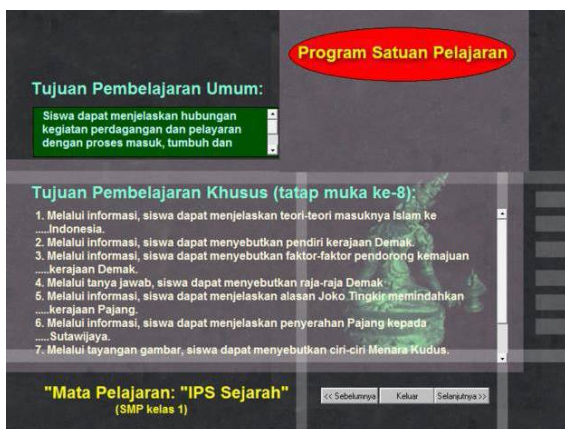


Gambar 2: Screenshot halaman Gladi (latihan berbentuk *multiple choice test*) media evaluasi pada media pembelajaran Bahasa Jawa kelas 3 SD.



Gambar 3: Screenshot halaman Gladi (latihan berbentuk isian jawaban singkat) media evaluasi pada media pembelajaran Bahasa Jawa kelas 3 SD.

b. Media Pembelajaran IPS Sejarah kelas 1 SMP:



Gambar 4: Screenshot halaman awal “TIK & TIU” media pembelajaran IPS Sejarah kelas 1 SMP

Media pembelajaran ini cukup lengkap komponennya, walaupun estetika tampilannya simpel. Media ini dibuat oleh Gatot Santosa, dkk sebagai guru matapelajaran IPS Sejarah. Diawali dengan halaman TIK & TIU (kurikulum KTSP), dilanjutkan dengan materi pembelajaran berupa foto-foto artefak, narasi suara, dan diakhiri dengan video tampilan beberapa artefak dalam Sejarah Islam di Indonesia. Yang menarik, media pembelajaran ini benar-benar menampilkan konten budaya lokal seperti halnya yang ditampilkan dalam media pembelajaran Bahasa Jawa (uraian sebelumnya). Kekhasan budaya lokal diuraikan ciri-cirinya dalam media ini, baik dalam bentuk foto maupun video. Selain itu media ini juga diberikan keterangan untuk pertemuan pembelajaran ke berapa, sehingga para guru akan mudah menggunakannya. Patut disayangkan, media ini belum dilengkapi dengan media evaluasi dari mata pelajaran tersebut.

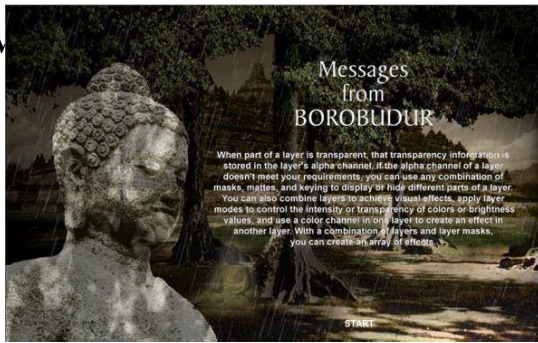


Gambar 5: Screenshot halaman materi “Masjid Agung Demak”, media pembelajaran IPS Sejarah kelas 1 SMP



Gambar 6: Screenshot halaman videodari media pembelajaran IPS Sejarah kelas 1 SMP.

c. M

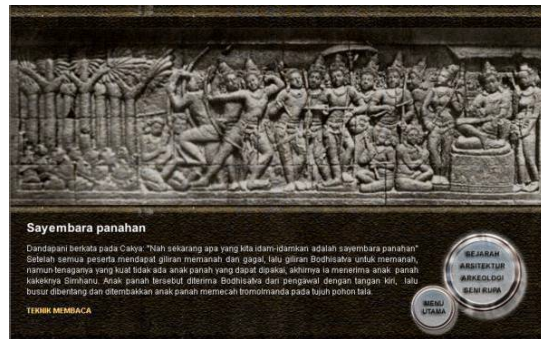


Gambar 7: Screenshot halaman awal-intro, media pembelajaran SBK:Seni Rupa kelas2 SMA.

Media pembelajaran tersebut dibuat oleh Acep Dany dari Bandung. Ini merupakan media pembelajaran SBK (Seni Budaya dan Keterampilan). Telah berlaku turun-temurun (walaupun berbeda pemerintahan), cabang-cabang seni (seni musik, tari, rupa, & teater) selalu disatukan dalam satu mata pelajaran (misalnya SBK). Sungguh tidak memadai, pembelajaran Seni Rupa yang ada di dalam SBK harus diperebutkan oleh minimal 3 cabang seni. Ini memprihatinkan. Apalagi seni rupa yang memiliki wilayah kajian yang sangat luas, akhirnya tidak bisa tertampung dalam 1 mata pelajaran. Apalagi di tambah dengan beberapa materi seni rupa yang lagi *up to date* mengharuskan guru untuk berpikir cerdas bagaimana memilih, memilah, dan mengelola keragaman materi tersebut menjadi sebuah media pembelajaran yang tepat dan berdayaguna sesuai kurikulumnya.



Gambar 8: Screenshot halaman bahasa rupa, media pembelajaran SBK:Seni Rupa kelas2 SMA.



Gambar 9: Screenshot halaman relief Sayembara Memanah, media pembelajaran SBK:Seni Rupa kelas2 SMA.

d. Media Pembelajaran Penjaskes kelas 3 SD:



Gambar 10: Screenshot halaman Game Srikandi dari media pembelajaran Penjaskes untuk kelas3 SD.

Media pembelajaran ini dibuat dengan konsep belajar sambil bermain. Konten budaya lokal yang ditampilkan adalah tokoh Srikandi, dibuat oleh Mampuono. Tokoh Srikandi ini 'diplesetkan' sebagai tokoh yang bertugas memerantas nyamuk Aedes Aegypti. Nyamuk ini terkait dengan materi Penjaskes.

Kekurangan dari media pembelajaran ini adalah ketiaktjelasan TIK & TIU atau SK & KDnya, tidak ditampilkan materi pembelajaran secara runtut. Evaluasi yang berupa game hanya mengasah keterampilan memainkan keyboard & mouse, tidak terkait aspek kognitif dari substansi materi pembelajaran.

e. Media Pembelajaran SBK-Seni Musik kelas 2 SMP:



Gambar 11: Screenshot halaman awal media pembelajaran SBK-Seni Musik “Cerdas Terampil Bermain Gamelan” untuk kelas 2 SMP.

Media pembelajaran ini dibuat oleh Joko Triyono seorang guru Seni Musik SMP. Keprihatinan akan lunturnya generasi muda dalam bermain gamelan, maka dibuatlah game digital. Diharapkan, siswanya dapat bermain gamelan yang identik dengan mahalnya perangkat tersebut. Media ini cenderung berbentuk *game* budaya lokal yang unik, sehingga banyak mempengaruhi peneliti berikutnya dalam riset. Sayangnya karena sesuatu hal, nasib atau nama Joko Triyono ini masih kalah beruntung dan kalah terkenal dengan nama peneliti kemudian yang menjadi *followernya*.

Kekurangan dari media pembelajaran ini adalah ketidakjelasan SK-KDnya, tidak ditampilkan materi pembelajaran secara runtut. Evaluasi yang berupa *game* hanya mengasah keterampilan menjodoh-jodohkan (*puzzle*) yang cenderung untung-untungan. Keunggulan media ini adalah adanya latihan gamelan (psikomotorik) secara digital.

f. Media Pembelajaran SBK-Seni Musik kelas 3 SD:



Gambar 12: Screenshot halaman awal media pembelajaran SBK-Seni Musik “TALUD” untuk kelas 3 SD.

Media pembelajaran yang dibuat oleh Harti dan Arry (guru SBK di Semarang) ini, lebih cenderung sebagai *game*, karena di dalamnya terdapat sejenis permainan ular tangga. Bahkan media ini lebih mirip dengan *beberan* pada media sosialisasi P4 pada jaman Orde Baru, dengan ciri adanya pemberian pertanyaan *multiple choice test* kepada pemainnya. Walaupun diberi pengantar materi audio tentang lagu-lagu dolanan/daerah, namun bentuk *multiple choice test*nya cenderung bersifat kognitif, tidak mengarah kepada psikomotorik atau afektif. Padahal pembelajaran Seni Musik biasanya cenderung psikomotorik atau afektif. Dengan demikian *game* yang dirancang sebagai media evaluasi ini juga kurang tepat sasaran.

Kekurangan lainnya adalah tidak dicantumkannya SK-KD dan tujuan pembelajarannya, runtutan materi tiap pertemuan juga tidak ada, walaupun sudah ada sedikit materi pelajaran berupa audio dan teks. Media evaluasi yang berupa ular tangga dengan *multiple choice test* seharusnya dikembangkan menjadi bentuk lain yang lebih variatif.

Jika uraian sebelumnya tentang media pembelajaran yang dibuat guru-guru, maka di kemudian hari dimungkinkan akan disaingi oleh kompetitornya. Kompetitor tersebut bisa berasal dari kalangan guru atau yang lebih berat berasal dari kalangan non guru. Berikut ini adalah media pembelajaran yang dibuat oleh para kompetitor:

g. Media Pembelajaran Sejarah-tidak jelas untuk kelas berapa:



Gambar 13: Screenshot halaman awal media pembelajaran tentang “Percandian” untuk kelas berapa (?)

Meskipun tidak jelas untuk satuan pendidikan yang mana (?), kelas berapa (?), dan semester berapa (?), namun media pembelajaran ini sudah dilengkapi dengan TIU & TIK. Melihat TIU & TIK yang ditampilkan, tampaknya media pembelajaran ini untuk siswa bukan untuk mahasiswa. Di akhir pembelajaran ada media evaluasinya.

Media pembelajaran ini dibuat oleh Pustekkom (Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan) Jakarta, namun tidak jelas untuk satuan pendidikan yang mana, kelas berapa. Namun jika dilihat substansi materinya, media ini lebih tepat untuk siswa SMA mata pelajaran IPS-Sejarah, dan bahkan juga bisa untuk mahasiswa jurusan Sejarah/Arkeologi.

Secara garis besar media ini bisa tampil estetik, dan secara teknis memiliki aksesibilitas sedang. Karena, untuk beberapa jenis spesifikasi komputer/laptop media ini agak lambat diakses. Namun demikian sebagai kompetitor, media ini memang sudah layak dijual. Hanya ada beberapa konsep/materi pembelajaran yang harus diluruskan, misalnya animasi tentang pendirian candi. Tentang pendirian candi, tim perancang hanya menampilkan 1 sumber saja, padahal secara ilmiah banyak pendapat tentang pendirian candi.

h. Media Pembelajaran Bahasa Daerah untuk kelas 1 SD:



Gambar 14: Media pembelajaran Bahasa Daerah kelas 1 SD dirancang oleh Studio 46, ditampilkan 3 screenshot pada interface media evaluasi berbentuk *multiple choice test*, dikemas menjadi KUIS MATRIX seperti game “Want to be Millionaire”.

Seperti halnya media pembelajaran yang dibuat kompetitor ke-1 (poin g), media pembelajaran ini juga ber-basis budaya lokal. Media pembelajaran ini tidak dilengkapi dengan SK-KD, TIU-TIK, dan materi pembelajaran, namun langsung menuju pada media evaluasi yang berbentuk game. Kelebihannya, selain dapat digunakan untuk latihan siswa, media ini dapat pula digunakan untuk tes akhir mata pelajaran Bahasa Daerah (khususnya Bahasa Jawa). Selain itu media ini juga diakhiri dengan penskoran, sebagai umpan balik atas kemampuan siswa. Kelebihan media ini telah diperhitungkan dalam perancangannya, karena telah disediakan sekitar 200 soal *multiple choice test* yang ditampilkan secara acak/array dalam *coding*/pemrogramannya. Sehingga secara tidak langsung siswa dipaksa lebih banyak belajar tentang materi Bahasa Jawa, jika ingin mendapatkan skor yang tinggi.

i. Media Pembelajaran Hasil Rancangan Akal Interaktif:



Gambar 15: Screenshot media pembelajaran buatan Akal Interaktif

Beragam tema media pembelajaran yang diproduksi oleh Akal Interaktif. Rata-rata temanya adalah tema yang ada pada pembelajaran tematik bagi anak-anak TK (Taman Kanak-Kanak), misalnya: rumahku, keluargaku, kebersihan, dll. Karena Akal Interaktif memang mengkhususkan rancangannya untuk anak usia dini.

Media pembelajaran ini tidak dilengkapi dengan SK-KD, TIU-TIK, dan materi pembelajaran, namun langsung menuju pada belajar sambil bermain yang berbentuk game yang meminimalisir narasi berbentuk teks. Karena anak TK memang belum diajarkan membaca dan menulis. Tanpa SK-KD, dll memang cocok dipakai oleh anak TK, namun bila digunakan oleh gurunya yang sudah bisa membaca, hal ini kurang tepat. Kesesuaian tema ini harus dicek dalam kurikulumnya.

Bentuk Media Pembelajaran (Buatan non Guru) yang Ditawarkan sebagai Produk Industri Kreatif

Ada beberapa syarat media pembelajaran yang berkualitas (lihat: Arsyad, 2012; Kadaruddin, 2015). Media pembelajaran yang layak diproduksi dalam industri kreatif harus memiliki kualitas tertentu (lulus QC: *Quality Control*). Kualitas produk yang dimaksud dapat dilihat dari aspek: (1) konten/isi media pembelajaran yang harus sesuai dengan kurikulum yang berlaku; (2) penerapan dan rekayasa *software*, agar kontinuitas, interaktifitas, dan *coding*nya berjalan dengan lancar; dan (3) pesan yang disampaikan estetis dan komunikatif terhadap *user*nya.

Media pembelajaran tersebut dibuat dengan memperhatikan analisis SWOT dari hasil analisis kebutuhan, serta memperhatikan analisis SWOT dari media pembelajaran yang telah dibuat kompetitornya. Khusus untuk tema budaya lokal, maka media pembelajaran ini harus memperhatikan keunikan dan kekhasan budaya lokal.

Realisasinya dalam industri kreatif adalah dengan memperhatikan manajemen atau pengelolannya, karena pelaku industri kreatif yang ditawarkan adalah guru (memiliki kesibukan di luar kegiatan industri kreatif). Guru-guru yang dikelola sebagai pelaku industri kreatif harus dipilih yang memenuhi kriteria: (1) bisa menghasilkan media pembelajaran yang tidak kalah kualitasnya dengan media pembelajaran yang dihasilkan oleh pelaku industri kreatif non guru; (2) guru-guru yang memenangkan lomba media pembelajaran berbasis komputer (MPI); (3) guru-guru yang bisa membagi waktu (sebagai guru dan non guru); (4) para guru yang menguasai konten pembelajaran sesuai dengan kurikulum yang berlaku; (5) guru-guru yang menguasai *hardware* dan *software* perancangan MPI; dan (6) para guru yang kreatif, bisa mengkolaborasi pengetahuan tentang konten materi pembelajaran dan kecakapannya dalam penguasaan *hardware* dan *software* perancangan MPI, serta mampu bekerja secara tim (*teamwork* yang solid). *Teamwork* solid ini dapat dibina melalui MGMP di daerah masing-masing.

Pada akhirnya media pembelajaran yang dihasilkan oleh *teamwork* industri kreatif dari guru harus diujicobakan terlebih dahulu, sehingga layak untuk diperjualbelikan dan diproduksi massal. Kemudian perlu dianalisis khalayak sasaran dari produk media pembelajaran yang akan dipasarkan, yaitu guru. Sisi berikutnya yang perlu diperhatikan adalah *maintenance* produk, meskipun produk tersebut telah dipasarkan. Karena, ketika di lapangan dimungkinkan akan terjadi hal-hal yang di luar perhitungan. Hal ini perlu dianalisis kelebihan dan kekurangan-nya sekaligus dianalisis cara menjaga *brand image* dari produk yang dipasarkan tersebut.

3. PENUTUP

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa media pembelajaran yang dihasilkan oleh para guru layak untuk dijadikan produk dalam industri kreatif. Kelemahan media pembelajaran yang dibuat oleh para guru maupun non guru adalah kurangnya kronologi/alur penyusunan media tersebut. Secara kronologis *interface* media pembelajaran yang baik harus memenuhi alur sbb.: (1) *opening screen*; (2) intro (*optional*); (3) *hardware & software requirements*; (4) SK-KD, TIU-TIK; (5) materi pembelajaran pada tiap jam tatap muka; (6) simpulan/ringkasan materi; (7) tes/ujian; dan (8) *credit title*/penutup. Industri kreatif media pembelajaran yang pelakunya para guru dapat diwujudkan apabila mengikuti/sesuai dengan uraian poin 2.5, serta memperhatikan keberlangsungan komponen/faktor lain yang ada dalam sistem pengelolaan *triple helix*.

PUSTAKA

- Arsyad, Azhar. (2013). Media pembelajaran. Jakarta: Rajawali Pers
- Harto, Dwi Budi. (2012). Kreativitas dan Eksistensi Film Animasi dalam Ekonomi Kreatif di Indonesia (artikel dalam Prosiding Seminar Nasional “Perguruan Tinggi Seni dalam Era Ekonomi Kreatif”). Surakarta: ISI Pres Surakarta.
- Harto, Dwi Budi, dkk. (2015). Model Film Animasi Khas Indonesia Berbasis Revitalisasi Bahasa Rupa Relief Lalitavistara Borobudur sebagai Pengembangan Industri Kreatif dan Media Publikasi Wisata (Laporan Penelitian Hibah Bersaing tahun ke-1). Semarang: LP2M Universitas Negeri Semarang (Unnes).
- Harto, Dwi Budi, dkk. (2016). Model Film Animasi Khas Indonesia Berbasis Revitalisasi Bahasa Rupa Relief Lalitavistara Borobudur sebagai Pengembangan Industri Kreatif dan Media Publikasi Wisata (Laporan Penelitian Hibah Bersaing tahun ke-2). Semarang: LP2M Universitas Negeri Semarang (Unnes).
- Huntington, Samuel P. (2012). Benturan Antar Peradaban dan Masa Depan Politik Dunia. Jakarta: Qalam
- Kadaruddin. (2015). Media dan Multimedia Pembelajaran. Yogyakarta: Deepublish
- Pangestu, Mari Elka. (2008a). Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, Studi Industri Kreatif Indonesia (Buku 2). Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Pangestu, Mari Elka. (2008b). Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, Rencana Pengembangan 14 Subsektor Industri Kreatif 2009-2015 (Buku 3). Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Pangestu, Mari Elka. (2008c). Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, Program Kerja Pengembangan Industri Kreatif Nasional 2009-2015 (Buku 4). Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Parrish, David. (2005). Membangun Industri Kreatif. Yogyakarta: Zora Book.
- Schermerhorn, John R. (1993). Management for Productivity. www.quotevaid.com/a-competitive-word-offers-two-possibilities-you-can-lose-or-if-you-want-to-win-you-have-to-change/ (diakses 12 Mei 2010).
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Zed, Mustika. (2008). Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.