

**STRATEGI MENGEMBANGKAN KREATIVITAS INDIVIDU  
DALAM ORGANISASI**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :  
HALIDA MUTIAH  
NIM. 110710225**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2011**

**STRATEGI MENGEMBANGKAN KREATIVITAS INDIVIDU  
DALAM ORGANISASI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Psikologi Universitas Airlangga Surabaya



**Disusun Oleh :  
HALIDA MUTIAH  
NIM. 110710225**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2011**

## **SURAT PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa apa yang tertulis dalam skripsi ini adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 30 Juni 2011

HALIDA MUTIAH  
NIM. 110710225

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi ini telah disetujui oleh  
Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi  
Surabaya, 30 Juni 2011

Budi Setiawan Muhammad, S.Psi., M.Psi.

NIP. 197507292003121003

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji pada hari Kamis, 7 Juli 2011 dengan susunan dewan penguji

Ketua,

Dr. Cholicul Hadi, M.Si  
NIP. 196403231989031002

Sekretaris,

Anggota,

Sami'an, S.Psi., M.Psi.  
NIP. 197704042003121002

Budi Setiawan M., S.Psi., M.Psi.  
NIP. 197507292003121003

## HALAMAN PERSEMBAHAN

... untuk orang-orang yang aku cintai dengan sepenuh hati:  
Mama. Papa. Mbak Ifa (almh). Abang Syarif. Fakhri & Aira.

&

... untuk seluruh *civitas akademika* Fakultas Psikologi  
Univesitas Airlangga tanpa terkecuali. Semoga karya kecil ini  
membawa manfaat

## KATA PENGANTAR

*In the name of Allah, The Most Gracious The Most Merciful.* Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan rahmat-Nya kepada kita semua, atas ijin-Nya pula penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pembaca. Penulis juga menyadari bahwa karya ini dapat terselesaikan bukan karena usaha penulis sendiri, tetapi juga atas kerjasama dan bantuan banyak pihak. Dalam kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak di bawah ini yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini :

1. Mama dan Papa, guru besar *University of Life* yang mengajarkan tentang kesabaran, keteguhan hati, kerja keras dan religiusitas dalam kesederhanaan. Tidak akan ada balas budi yang menyamai pengorbanan kalian. Terimakasih. Terimakasih. Terimakasih.
2. Dekan Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Bapak Dr. Seger Handoyo, M.Si yang memberikan kesempatan dan dukungan kepada *civitas akademika* Fakultas Psikologi Universitas Airlangga untuk mengembangkan kemampuan menulisnya
3. Dosen pembimbing penulisan skripsi Bapak Budi Setiawan Muhammad, M.Psi yang bersedia menjadi partner berdiskusi menjawab segala

kebingungan peneliti dan mengenalkan peneliti pada konsep psikologi modern tentang *personal brand*, *social media marketing* dan perilaku konsumen yang KEREN BANGET!

4. Ibu Atika Dian Ariana, S.Psi selaku dosen pembimbing akademik penulis selama empat tahun masa studi di Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, yang paling *gawuuul* dan lucu.
5. Para “dosen tiri” berhati mulia: Bu Aryani Tri Wrastari, M.Ed (ReEvAss); Mas Rudi Cahyono M.Psi; dan Pak Samian, M.Psi yang mengajarkan kepada penulis tentang urutan berpikir ilmiah yang runtut serta kesediannya memberikan masukan pada karya penulis. Khusus Pak Sam, terimakasih atas “*shock therapy*” siang bolongnya. Sungguh pelajaran yang sangat berharga (Errrr!!!). Juga Mas Dimas Aryo Wicaksono, S.Psi yang bersedia mendengarkan keluh kesah dan kesulitan peneliti serta memberikan masukan konstruktif via *Yahoo Messenger* jauh-jauh dari Skotlandia sana.
6. Almarhumah Mbak Anisa Musyrifah. Aku tidak pernah menyesal menerbengkalaikan skripsi selama 1 semester untuk merawat dan menjagamu untuk terakhir kalinya. Kau tahu aku menyayangimu lewat kata yang tak pernah terucap. Abang Tufail Syarif, insinyur *belagu* yang selalu mengganggu dan merepotkan. Terimakasih atas dukungannya, terutama kerajinannya mengisi ATM-ku. Hehehe. *I love you both!*
7. Mas Iwan, Fakhri dan Aira. Terimakasih atas dukungan moralnya. Selamanya kalian akan menjadi bagian terpenting dalam hidupku.



8. Mas Dynand Fariz selaku pimpinan *Jember Fashion Carnaval Council* yang memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian disana. Juga terimakasih telah mengajarkan kepada penulis tentang kerja keras, kesederhanaan hidup dan pengabdian tanpa pamrih kepada bangsa. Beliau sungguh putra Indonesia yang sangat membanggakan.
9. Jajaran manajemen JFCC: Pak Suyanto, Mas Iwan, Mas Hendy, Bu Danik, Bu Rina, Mbak Enny Ayunir, Mas Alfian dan Ocha atas kesediannya menerima kedatangan penulis dengan tangan terbuka. Mereka adalah orang-orang terhebat yang pernah penulis temui. Terimakasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar bersama di JFCC.
10. Seluruh anggota JFCC, JFC Marching Band dan karyawan Dynand Fariz Centre terutama Jun, Sonya, Mas Adin, Ivan dan Dimas. Terimakasih atas kesediaannya berbagi cerita dan pengalaman. Kalian benar-benar pekerja keras. *Keep up the good work, guys!*
11. Om Ahmad Arham, SE yang bersedia menjadi orang tua pengganti selama penulis melakukan penelitian di Jember.
12. *My best partner in crime ever*: Ifrisa Wardini dan Fari Setia Kurniawan S kesediannya direpotkan penulis membantu ini dan itu. Tanpa kalian, aku akan selalu merasa asing di Jember.
13. Teman-teman organisasi: BEM KBM Psikologi UA periode 2009-2010 dan 2010-2011, Panitia SD/PC 2009, Psychofest 2010 & para AssMa Psikodiagnostik VI. Senang bisa bekerjasama dengan orang-orang hebat seperti kalian.

14. Para *partner* “gembel intelektual” di Jakarta: Rizqy Amelia Zein, S.Psi, Jonny Eko Yulianto, S.Psi, Dwi Krisdianto dan Adinda Nurul T. Senang berpetualang dan belajar menulis bersama kalian semua ☺
15. Personel Manis Manja Grup (Isrida, Hana dan Dao), Kutil and The Sarap (Hana, Dao, Alip, Mbak Fahma dan Papi Surya), dan para personel Unit Pelayanan Psikologi yang selalu menjadi teman bersenang-senang, berbagi sedih dan galau serta kesediannya memungut penulis menjadi “anak pungut ilegal” UPP untuk ikut belajar disana.
16. The Rainbow, geng abal-abal semasa SMA (Ria, Arin, Silmi, dan John) yang tetap solid dan eksis sampai hari ini. Terimakasih untuk dukungan dan bantuannya pada penulis saat mengalami masa-masa sulit di Surabaya.
17. Arya, Haris, Abe dan yang disetarakan. *I remain you as my best friend* ☺
18. Seluruh *civitas akademika* Fakultas Psikologi Unair tanpa terkecuali. Terimakasih telah membuat suasana Psikologi seperti rumah yang menyenangkan.

Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, untuk segala masukan dan semangat yang diberikan selama ini. Akhir kata, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang tidak dapat penulis balas, dan memberikan kemudahan kepada kita semua. Amin.

Surabaya, 30 Juni 2011

Penulis.

**DAFTAR ISI**

Halaman Judul	ii
Surat Pernyataan	iii
Halaman Persetujuan	iv
Halaman Pengesahan	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Bagan	xiv
Abstrak	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Fokus Penelitian	9
I.3. Signifikansi Penelitian	9
I.4. Tujuan Penelitian	10
I.5. Manfaat Penelitian	10
I.5.1. Manfaat Teoritis	10
I.5.2. Manfaat Praktis	10
<b>BAB II PERSPEKTIF TEORITIS</b>	
II.1. Kajian Pustaka	12
II.1.1. Kreativitas	12
II.1.1.1. Pengertian Kreativitas	12
II.1.1.2. Kondisi Yang Mempengaruhi Kreativitas	13
II.1.1.3. Skema Model Kreativitas	14
II.1.1.4. Faktor-Faktor Yang Merangsang Kreativitas	18
II.1.2. Kreativitas Dalam Organisasi	23
II.1.2.1. Memanajemeni Kreativitas	24
II.1.2.2. Program Organisasi Untuk Meningkatkan Kreativitas	26
II.2. Perspektif Teoritis	27

II.2.1. Teori Medan	28
II.2.2. Konstruk Utama Dalam Teori Medan	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
III.1. Tipe Penelitian	33
III.2. Unit Analisis	36
III.3. Subjek Penelitian	36
III.4. Partisipan Penelitian	38
III.5. Teknik Penggalan Data	39
III.6. Teknik Pengorganisasian dan Analisis Data	42
III.7. Teknik Pemantapan Kredibilitas Penelitian	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
IV.1. Setting Penelitian	48
IV.2. Deskripsi Lokasi Penelitian	50
IV.3. Sekilas Tentang JFCC	51
IV.3.1. Sejarah JFCC	51
IV.3.2. Organization Profile	55
IV.3.2.1. Visi dan Misi	55
IV.3.2.2. Konsep 4E Dalam JFCC	55
IV.3.3. Tata Tertib JFCC	56
IV.4. Pelaksanaan Penelitian	61
IV.5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas Individu Di JFCC	65
IV.6. Strategi Mengembangkan Kreativitas Individu Dalam Organisasi	80
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
V.1. Kesimpulan	85
V.2. Saran	86
V.2.1. Saran Bagi Organisasi Lain	86
V.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	88
<b>LAMPIRAN:</b>	
Cerita Naratif	91
Catatan Lapangan	120

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1: Faktor-faktor Yang Menstimulasi Kreativitas

19

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1: <i>The SystemView of Creativity</i>	15
Bagan 2: Strategi JFCC Mengembangkan Kreativitas	84

**ABSTRAK**

Halida Mutiah, 110710225, Strategi Mengembangkan Kreativitas Individu Dalam Organisasi, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya, 2011.

xvi + 90 halaman, 44 lampiran.

*Penelitian ini bertujuan untuk membuat sebuah deskripsi tentang bagaimana strategi organisasi dalam Jember Fashion Carnaval Council untuk mengembangkan kreativitas individu. Banyak orang yang masih memandang kreativitas sebagai suatu proses mental saja, padahal kreativitas sebagian besar porsinya dibentuk oleh budaya dan lingkungan sosial. Oleh karena itu kreativitas bukan merupakan merupakan hasil dari proses individual saja melainkan produk dari hasil interaksi dengan sistem sosial. Artinya, lingkungan memegang peranan yang cukup besar dalam menstimulasi kreativitas individu. Begitu pula yang terjadi di JFCC.*

*Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan narrative analysis untuk mempelajari life-sphere yang ada dalam JFCC. Metode narrative analysis ini bertujuan menganalisis strategi organisasi dalam mengembangkan kreativitas dengan jalan mendengarkan dan mengumpulkan cerita yang terkait dengan pengalaman individu bersama lingkungannya. Pendekatan naratif ini memandang cerita dari subjek yang terlibat dan berinteraksi langsung dengan sistem budaya setempat sebagai dasar untuk mengkonstruksi pengetahuan.*

*Hasil analisis data penelitian menemukan bahwa lingkungan memiliki porsi yang paling besar dalam mengembangkan kreativitas individu. JFCC memiliki suatu sistem yang runtut dan saling terkait satu sama lain dalam upayanya mendidik individu menjadi seorang kreator.*

**Kata kunci:** strategi organisasi, kreativitas

Daftar Pustaka: 25 (1994 2009)

## ABSTRACT

Halida Mutiah, 110710225, Strategy To Promote Individual Creativity In Organization, Paper, Faculty of Psychology Airlangga University Surabaya, 2011. xvi + 90 pages, 44 attachment.

*This study aims to create a description of how the organization's strategy in Jember Fashion Carnaval Council promote individual creativity. Many people still view creativity as a mental process only, whereas most of the creativity portion shaped by cultural and social environment. Therefore, creativity is not the result of individual processes but rather the product of the interaction with the social system. That is, environment plays a fairly large in stimulating individual creativity. Similarly, occurring in JFCC.*

*This study used a qualitative approach with narrative analysis to study the life-sphere is in JFCC. Method of narrative analysis aims to analyze the organization's strategy in developing creativity by listening and collecting stories related to the individual's experience with its environment. This narrative approach to looking at the story of the subject involved and interact directly with the local cultural system as the basis for constructing knowledge.*

*Results of analysis of research data found that the environment has the greatest portion in developing individual creativity. JFCC have a system that coherently and interlinked with each other in an attempt to educate individuals to become a creator.*

**Key words:** *organizational strategy, creativity*

**Bibliography:** 25 (1994 2009)



# BAB I

## PENDAHULUAN

*“All children are artists. The problem is how to remain an artist once he grows up”, Pablo Picasso*

*“Creativity is a habit, not genetic”, Yoris Sebastian*

### I.1. Latar Belakang

Revolusi digital hadir dalam era globalisasi untuk memanjakan masyarakat dalam hal kecepatan akses informasi. Ketika ruang dan waktu bukan merupakan halangan lagi dengan adanya revolusi digital, maka jalinan komunikasi antar manusia dalam berbagai belahan dunia juga akan ikut terakomodasi didalamnya. Kondisi semacam ini sangat memungkinkan manusia untuk saling bertukar informasi, ide, bahkan barang dengan individu di belahan dunia lain secara lebih intensif (McMichael, 2004). Dampaknya yang tak terhindarkan dari revolusi digital ini adalah globalisasi. Globalisasi, mau tidak mau menyeret manusia untuk bergulat dengan kondisi yang turbulen dan fluktuatif.

Kecepatan akses informasi membuat dunia ini seolah tak lagi bundar. *The world is flat*. Karena semua hal dapat saling terhubung tanpa perlu lagi memikirkan dimensi jarak. Imbasnya, dengan adanya globalisasi maka ruang lingkup persaingan bisnis tidak hanya meliputi cakupan wilayah regional namun lebih luas bahkan sampai tingkat dunia. Tidak ada satupun yang mampu mengelak dari hantaman badai globalisasi.

Selalu ada dua konsekuensi dari perubahan dan kemajuan zaman. Perubahan akan selalu membawa dampak positif dan negatif yang saling beriringan. Globalisasi menawarkan konektivitas dengan mudah tanpa perlu terhalang oleh ruang dan waktu. Revolusi digital hadir dalam era globalisasi untuk memanjakan masyarakat dalam hal kecepatan akses informasi. Di sisi lain, mereka yang belum siap untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat akan tergerus dan tersisih. Ini adalah konsekuensi logis dari globalisasi. Hanya mereka yang mampu bersainglah yang bisa tetap bertahan.

Robins (1990, dalam Hutahaean, 2005) memberikan suatu pernyataan mengenai keberhasilan untuk menghadapi persaingan. Menurutnya ada dua pilihan yaitu kalah bersaing atau berinovasi. Bertolak dari pemikiran yang demikian maka secara otomatis industri harus ikut dalam arena kompetisi dan dituntut untuk mampu merespon setiap perubahan dengan tepat jika ingin dapat tetap bertahan dan tumbuh.

Martins & Martins (2002) menyatakan bahwa inovasi memiliki pengaruh tersendiri untuk merubah nilai, pola pikir dan perilaku yang sebelumnya telah terpola yang selanjutnya akan ikut mempengaruhi performa kerja industri dalam kesehariannya. Untuk menciptakan inovasi baru ini diperlukan adanya daya kreativitas dari industri itu sendiri. Kylene & Shani (2002) dalam tulisannya menyatakan bahwa mayoritas industri menggantungkan pertumbuhan perusahaan pada ide, desain, solusi, produk dan jasa yang muncul dari pemikiran kreatif.

Data yang dihimpun dari Dirjen Aplikasi Telekomunikasi Departemen Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Cahyana Ahmadjayadi

menyatakan bahwa dari total jumlah perusahaan yang ada di Indonesia hanya 5.17% saja yang bergerak dalam bidang industri kreatif (Fitria, 2009). Pemerintah melalui Departemen Perdagangan telah mengidentifikasi 14 sub sektor industri kreatif antara lain: arsitektur, desain, kerajinan, layanan komputer dan peranti lunak, mode, musik, pasar seni dan barang antik, penerbitan dan percetakan, periklanan, permainan interaktif, riset dan pengembangan, seni pertunjukan, televisi dan radio, serta video, film, dan fotografi (Firmansyah, 2009). Artinya, sampai saat ini jumlah industri yang mengedepankan kreativitas sangatlah kurang dibandingkan dengan jumlah total industri yang ada di Indonesia. Padahal kreativitas akan sangat mempengaruhi kemampuan dan daya saing dipasar bebas.

Ide kreatif dapat menjadi modal awal bagi organisasi untuk bersaing dan bertahan menghadapi persaingan (Amabile, 1988; Woodman, Sawyer & Griffin, 1993 dalam Zhou, 2003). Martins & Martins (2002) menyatakan bahwa inovasi memiliki pengaruh tersendiri untuk merubah nilai, pola pikir dan perilaku yang sebelumnya telah terpola yang selanjutnya akan ikut mempengaruhi performa kerja industri dalam kesehariannya. Untuk menciptakan inovasi baru ini diperlukan adanya daya kreativitas dari industri itu sendiri. Kylan & Shani (2002) dalam tulisannya menyatakan bahwa mayoritas industri menggantungkan pertumbuhan perusahaan pada ide, desain, solusi, produk dan jasa yang muncul dari pemikiran kreatif.

Dalam konteks yang lebih luas, gagasan baru saja tidaklah cukup memadai. Gagasan baru harus memiliki nilai guna dan mampu menjadi solusi

untuk memecahkan permasalahan. Individu pada dasarnya memiliki potensi untuk menjadi pribadi yang kreatif dan dapat mengeluarkan ide-ide. Permasalahannya adalah kreativitas bukan merupakan sesuatu yang dapat muncul secara spontan (Leonard & Sensiper 1998, dalam Kylene *et.al* 2002). Ada banyak faktor eksternal yang ikut berperan serta dalam menstimulasi dan memaksimalkan daya kreativitas.

Banyak orang yang masih memandang kreativitas sebagai suatu proses mental saja, padahal kreativitas sebagian besar porsinya dibentuk oleh budaya dan lingkungan sosial. Oleh karena itu kreativitas bukan merupakan hasil dari proses individual saja melainkan produk dari hasil interaksi dengan sistem sosial (Csikszentmihalyi, 1999 dalam Henry, 2001). Theresa Amabile (1998 dalam Henry, 2001), seorang peneliti yang fokus dalam bidang kajian tentang kreativitas menyatakan bahwa lingkungan yang positif dapat menjadi sarana yang kondusif untuk memunculkan kreativitas. Kemampuan untuk berinovasi akan sangat membantu merespon setiap perubahan yang mungkin saja terjadi di dunia yang penuh persaingan.

Indonesia, sebagai negara berkembang memang telah banyak mencatatkan prestasi-prestasi yang gemilang di kancah Internasional. Namun demikian, eksplorasi terhadap kekayaan bangsa ini terbilang masih sangat minim. Bangsa ini memiliki sumber daya melimpah, baik itu manusia maupun alamnya. Ada banyak potensi terselubung yang sebenarnya bisa digali dan dimanfaatkan untuk memajukan Indonesia. Sayangnya sejauh ini potensi tersebut belum dikembangkan secara maksimal untuk menunjang daya saing bangsa. Radio Magno dari

Kebumen, merupakan salah satu contoh karya cipta anak bangsa yang mampu menembus pasar internasional namun tetap dengan identitas “asli Indonesia”.

Berangkat dari sebuah keprihatinan bahwa Indonesia sebagai negara berkembang belum bisa banyak bicara dan menorehkan prestasi gemilang di kancah internasional, tercetus ide untuk mengangkat topik penelitian yang mengusung isu anak bangsa dengan *grass root understanding*. Dalam bidang industri, walaupun ada beberapa yang telah berhasil menembus pasar internasional namun jumlah tersebut masih dirasakan kurang. Ide untuk mengusung isu ini juga kemudian menjadi semakin kuat setelah mengikuti Shared Learning Magister Pengembangan dan Perubahan Organisasi (SL-MPPO) jilid 2 Fakultas Psikologi Universitas Airlangga yang menghadirkan nara sumber berprestasi gemilang namun tetap membawa semangat nasionalisme dan kesederhanaan Indonesia. Mereka adalah satu dari sedikit anak bangsa yang memiliki *global competences* dengan *grassroot understanding*.

Industri yang berkecimpung di dunia *mode* dan *fashion* merupakan salah satu contoh sektor bisnis yang memiliki tuntutan untuk selalu kreatif dan berinovasi yang cukup besar. Pergerakan arus informasi, *up date* berita yang sangat cepat, perubahan kondisi dan permintaan pasar yang sangat fluktuatif serta keharusan untuk selalu menyesuaikan *output* dengan situasi, kondisi dan selera pasar terkini adalah tekanan tersendiri bagi industri *mode*. Oleh karena itu, industri yang bergerak di bidang *mode* memiliki tekanan persaingan yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan industri di sektor lainnya.

Adalah Dynand Fariz, sebagai putera daerah yang menjadi pelopor terkenal Indonesia di kancah internasional. Gagasannya untuk mengadakan Jember Fashion Carnaval (JFC) terbukti mampu menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara *trendsetter* dunia dalam bidang *fashion*. Tiap tahunnya, ratusan ribu penonton baik lokal maupun internasional hadir ke kota kecil Jember yang sebelumnya tidak begitu dikenal untuk menyaksikan perhelatan akbar tersebut.

Berawal dari berdirinya Rumah Mode Dynand Fariz pada tahun 1998 sebagai realisasi dari keinginan Dynand Fariz sebagai pendidik di bidang *fashion* yang akhirnya mulai melakukan gebrakan dengan mengadakan Pekan Mode Dynand Fariz dengan berkeliling kampung dan alun-alun Jember (“History JFC”, 2011), Jember Fashion Carnaval akhirnya mampu menggaungkan namanya di kancah dunia internasional padah tahun 2003 dengan bantuan publikasi seorang reporter majalah Reuters. Rumah Mode Dynand Fariz, yang sekarang diambil alih oleh Jember Fashion Carnaval Council (JFCC) untuk mengelola perhelatan JFC adalah salah satu organisasi yang memiliki daya saing tinggi namun tetap mengedepankan prinsip *grassroot*. Mereka sama sekali tidak menghilangkan nilai-nilai ke-Indonesiaannya.

Ada banyak sisi unik yang bisa diungkap dari JFCC ini sendiri. Mulai dari sisi historisnya sampai pada pencapaian-pencapaian yang telah berhasil didapatkan. Satu hal yang unik dari JFCC sebagai organisasi yang bertanggung jawab mengadakan JFC, sebuah perhelatan kelas dunia adalah konsep 4E yang mereka usung didalamnya. Organisasi ini adalah organisasi nirlaba yang beranggotakan orang-orang yang peduli terhadap perkembangan dunia *fashion*

tanah air namun mengusung konsep 4E (*Education, Entertainment, Exhibition* dan *Economic Benefit*) dalam setiap penyelenggaraanya (“Konsep 4E”, 2011).

Sebagai lembaga yang sukses mengorganisir perhelatan akbar dalam dunia fashion kelas dunia, JFCC dapat di golongkan sebagai organisasi dengan *global competence* namun memiliki *grassroot understanding*. Mengapa? Tema-tema yang diangkat dalam karnaval sebagian besar adalah hasil eksplorasi sumber daya Indonesia. Juga dalam kegiatannya, organisasi ini sama sekali tak menghilangkan unsur *education* dalam konsepnya. JFCC memberikan *in-house training* kepada para peserta JFC tentang pengetahuan merancang busana, fashion runway, fashion dance, presenter, rias dan make up dan melalui ajang kompetisi (olimpiade) terlahir SDM yang percaya diri (“Konsep 4E”, 2011). JFCC adalah salah satu *role model* organisasi kelas dunia dengan SDM kreatif di dalamnya yang mengusung misi edukasi untuk ikut memajukan Indonesia. Sejauh ini, tak banyak organisasi yang memiliki kesadaran akan tanggung jawab sosialnya seperti ini.

Berangkat dari keunikan JFCC sebagai organisasi kelas dunia namun tetap tidak menghilangkan identitas aslinya sebagai bagian dari Indonesia, maka peneliti tertarik untuk mempelajari dinamika interaksi yang terjadi di dalamnya. Kreativitas dan kepedulian akan perkembangan dunia mode tanah air yang dimiliki oleh organisasi ini menjadikan organisasi tersebut memiliki nilai tambah tersendiri. Faktanya, organisasi ini mampu mencatatkan diri sebagai organisasi yang mampu bertahan bahkan melakukan inovasi baru menghadapi gempuran gelombang organisasi. Kunci kesuksesannya adalah kreativitas.

Permasalahannya adalah, tidak semua organisasi mampu memberikan ruang, menstimulasi, mengembangkan dan memanfaatkan potensi kreatif karyawannya untuk mendongkrak pertumbuhan organisasi itu sendiri. JFCC, sebagai lembaga yang berkecimpung di dunia *mode* dan *fashion* terbilang sukses mengelola potensi kreatif individu-individu yang bergabung didalamnya dengan memberikan *in-house training* dan kesempatan untuk berkreasi. Oleh karena itu, bagaimana strategi organisasi untuk membentuk individu-individu yang kreatif adalah kajian yang cukup penting untuk diulas.

Tipe penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus intrinsik dan metode analisa data menggunakan analisis naratif (*narrative analysis*). Metode *narrative analysis* ini bertujuan menganalisis aspek budaya organisasi dalam JFCC dengan jalan mendengarkan dan mengumpulkan cerita yang terkait dengan pengalaman individu bersama lingkungannya (Ezzy, 2005). Pendekatan naratif ini memandang cerita dari subjek yang terlibat dan berinteraksi langsung dengan sistem budaya setempat sebagai dasar untuk mengkonstruksi pengetahuan. Mengapa? Karena tujuan dari metode ini adalah untuk memahami makna yang dikonstruksi individu sebagai bagian dari lingkungan tertentu. Sehingga cerita tentang diri seseorang merupakan perpaduan antara pengalaman yang diperolehnya dari budaya tempat dia hidup dan akumulasi pengalaman yang dijalaninya sendiri di lingkungan tersebut (Takwin, 2007).



## **I.2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana strategi Jember Fashion Carnival Council dalam mengembangkan kreativitas individunya?”

## **I.3. Signifikansi Penelitian**

Berikut ini adalah signifikansi penelitian terhadap topik yang diajukan:

- a. Keunikan *Jember Fashion Carnival Council* (JFCC) sebagai organisasi yang menggagas diselenggarakannya Jember Fashion Carnival baik dari sisi historis maupun dari prestasi yang telah dicapainya menjadikan organisasi ini layak dijadikan role model bagi industri lain lain dengan menembus persaingan internasional namun tetap mengusung tanggung jawab sosial dalam bidang edukasi.
- b. Penulis menemukan beberapa jurnal yang menuliskan tentang bagaimana menstimulasi kreativitas individu dalam sebuah tim. Penelitian kebanyakan dilaksanakan di wilayah Amerika yang merupakan negara industri. Namun peneliti tidak menemukan adanya penelitian yang dilakukan pada industri domestik bertaraf internasional yang mengusung edukasi sebagai bagian dari visinya.
- c. Hasil penelitian dapat memberi masukan bagi industri atau organisasi lain yang ada di Indonesia dengan memberikan gambaran langkah operasional munculnya kreativitas individu dalam lingkup organisasi sekaligus

menjadi sarana propaganda semangat *go international* dengan nasionalisme dan tanggung jawab sosial yang besar seperti yang telah dilakukan oleh JFCC.

#### **I.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat sebuah deskripsi strategi tentang bagaimana Jember Fashion Carnaval Council dalam mengembangkan kreativitas individu.

#### **I.5. Manfaat Penelitian**

##### **I.5.1. Manfaat Teoritis**

1. Memberikan sumbangan wawasan, pengetahuan dan informasi mengenai bagaimana merangsang munculnya kreativitas individu dalam *setting* organisasi.
2. Menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya.

##### **I.5.2. Manfaat Praktis**

1. Bagi dunia Industri dan Organisasi, memberikan informasi nyata mengenai pentingnya membangun budaya kreatif dalam sebuah organisasi sehingga segala potensi yang dimiliki oleh individu-individu di dalamnya dapat terksplorasi secara maksimal.

2. Memberikan masukan bagi dunia industri kreatif Indonesia tentang bagaimana model pengelolaan organisasi yang dapat mengembangkan kreativitas individunya dengan menjadikan Jember Fashion Carnival Council sebagai *role model*.

## BAB II

### PERSPEKTIF TEORETIS

*“If you learn by the book, you are the people. If you learn by the experience, you are the master”*, *Anonymous*

#### II.1. Kajian Pustaka

##### II.1.1. Kreativitas

###### II.1.1.1. Pengertian Kreativitas

Ada banyak figur yang dianggap memiliki kreatifitas tinggi di dunia perfilman. Sebut saja Riri Riza, Mira Lesmana, Garin Nugroho dan Deddy Mizwar. Mereka dianggap memiliki kemampuan untuk memformulasikan cerita ke dalam sebuah film dengan apik sehingga karya-karya yang dihasilkan dinilai masyarakat sebagai karya yang berkualitas. Sebut saja Garin Nugroho, sutradara penuh bakat yang telah meraih berbagai penghargaan di dalam maupun luar negeri, adalah seseorang yang sangat kreatif. Kreativitas beliau dapat terlihat dari karya-karyanya yang cenderung lain dari pada yang biasanya. Ditengah-tengah suasana dunia perfilman dan sinetron Indonesia yang cenderung menonjolkan kemewahan & tema-tema yang jauh dari realitas (dunia mimpi), Garin mampu melahirkan film-film yang berkisah tentang realitas kehidupan dan dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Lebih dari itu, Garin dapat memadukan antara kemampuan mengeksplorasi berbagai realitas yang ada ke dunia film atau sinetron dengan prinsip-prinsip seni. Sehingga hal-hal yang sederhana menjadi menarik dan penting, meskipun di Indonesia belum banyak orang yang memahami hal itu.

Secara tidak langsung kekhasan karyanya banyak dipengaruhi oleh daya kreativitas sehingga cerita yang tertuang dalam film dapat dikemas secara berbeda.

Amabile (1983, dalam Kylen et.al, 2002) mendefinisikan kreativitas sebagai *the development of ideas that are unique or novel and are deemed to be useful in a work situation*. Kemampuan individu untuk mengemukakan gagasan-gagasan baru yang unik dan baru dan bermanfaat dalam situasi kerja. Menurut para ahli, kreativitas memiliki kemampuan untuk melihat segala sesuatu dengan cara yang berbeda, yang biasanya tidak dilihat oleh orang lain. Proses kreativitas melibatkan adanya ide-ide baru yang berguna, dan tidak terduga namun dapat diimplementasikan (Papu, 2008).

#### **II.1.1.2. Kondisi Yang Mempengaruhi Kreativitas**

Seorang peneliti terkenal, Theresa Amabile menarik kesimpulan dari riset yang selama 22 tahun dilakukannya tentang kondisi yang memungkinkan seseorang untuk memunculkan kreativitas dalam organisasi. Kreativitas akan muncul apabila tiga komponen utama dimiliki secara bersamaan: *expertise*, *creative thinking skills* dan *motivation*.

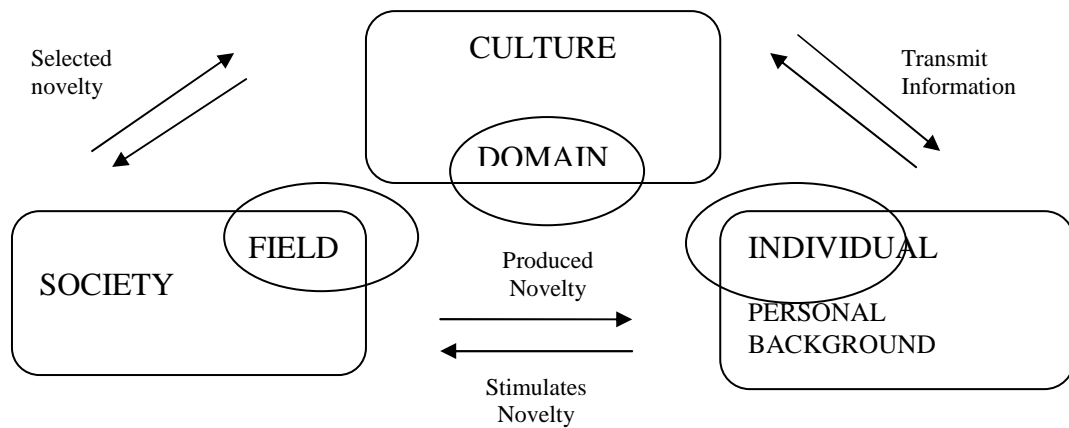
*Expertise* yang dimaksudkan disini adalah informasi-informasi penting yang dimiliki oleh seseorang yang berupa fakta. Semakin banyak fakta yang diketahui maka akan semakin banyak potensi ide yang dapat dikembangkan menjadi sebuah inovasi. *Creative thinking skills* merujuk pada seberapa fleksibel dan imajinatif seorang individu dalam mencari pendekatan yang paling efektif untuk menyelesaikan masalahnya. Jika seseorang semakin giat menggali berbagai

alternative solusi yang mungkin digunakan untuk memecahkan masalahnya maka semakin besar potensinya untuk menjadi pribadi yang kreatif. Komponen yang terakhir adalah *motivation* yang dipengaruhi oleh seberapa besar individu tertarik pada suatu bidang. Individu akan lebih terpacu daya kreativitasnya ketika dirinya dimotivasi oleh kepuasan dan tantangan pribadinya untuk menyelesaikan tugas.

Selain faktor internal, ada pula beberapa faktor eksternal yang dapat menstimulasi munculnya kreativitas individu dalam sebuah organisasi. Salah satunya adalah kondisi lingkungan yang mendorong individu untuk mencapai tujuan (*stimulate the setting of a goal*). Artinya, organisasi memberikan orientasi yang jelas pada pekerjaannya di awal tentang target apa yang ingin dituju oleh organisasi kedepannya. Kondisi lainnya yang juga akan membenwa pengaruh yang cukup signifikan dalam memunculkan kreativitas individu adalah dengan konflik dan tekanan yang menyudutkan individu. Dengan demikian individu akan merasa tertantang untuk menunjukkan performa terbaiknya (Dubrin, 2006).

### **II.1.1.3. Skema Model Kreativitas**

Kebanyakan orang seringkali menganggap bahwasanya kreativitas adalah sepenuhnya proses mental. Padahal kreativitas lebih lebih dibentuk oleh budaya dan kehidupan sosial individu itu sendiri. Lingkungan sosial memiliki dua aspek utama yaitu kebudayaan yang dinamakan **domain** dan aspek sosial yang disebut **field**.



**Bagan 1: *The system view of creativity* (Csikszentmihalyi, 1999)**

Kreativitas muncul ketika seseorang berani membuat perubahan dalam domain, sebuah perubahan yang akan dibawa sepanjang waktu. Ada kalanya individu dapat membuat perubahan bukan hanya karena kualitas personalnya namun juga karena mereka memiliki kesempatan untuk bebas melakukan eksperimen terhadap ide-idenya (Csikszentmihalyi, 1999 dalam Henry, 2001)

a. Konteks Kultural

Csikszentmihalyi (1999 dalam Henry, 2001) mengemukakan pendapat bahwa “*creativity presupposes a community of people who share ways of thinking and acting, who learn from each other and imitate each other’s action*”. Kreativitas dipandang sebagai sesuatu yang dapat ditularkan kepada orang lain dengan cara belajar, mengamati dan mengimitasi perilaku orang lain dalam kelompok. Dengan kata lain individu memiliki kapabilitas untuk menjadi kreatif dalam kultur dimana orang-orang di sekitarnya mengizinkan kreativitas itu tumbuh.

## b. Konteks Sosial

Sebuah ide dapat dikategorikan sebagai sesuatu yang kreatif haruslah berdasarkan nilai sosial yang dianut (*socially valued*). Tanpa adanya kerangka acuan dari nilai sosial yang dianut, akan sangat sulit untuk membedakan antara sebuah gagasan yang “aneh” dengan gagasan yang benar-benar aneh. Diperlukan adanya validasi yaitu dengan konsensus dari masyarakat untuk mengklasifikasikan sebuah karya menjadi suatu hal yang diakui sebagai hasil dari kreativitas. Selama karya atau ide yang dikemukakan belum mendapatkan validasi sosial dari masyarakat, karya tersebut hanya dapat diklasifikasikan sebagai karya asli (*original*), bukan sebuah karya yang kreatif.

Saat ini semua orang mengakui bahwasanya van Gogh yang terkenal dengan lukisannya merupakan salah satu figur seniman yang kreatif. Namun perlu diingat bahwa ratusan tahun yang lalu orang menilai karya van Gogh tidak lebih dari sekedar karya hasil halusinasi seorang petapa. Karya ini baru dinilai dan dikategorikan sebagai sebuah karya lukisan yang kreatif setelah para seniman, kritikus dan kolektor menginterpretasikan karya ini sebagai mahakarya yang memiliki nilai estetika tinggi.

Dalam kaitannya dengan munculnya kreativitas, konteks kehidupan sosial individu dapat menjadi salah satu faktor yang ikut menentukan. Komunitas sosial dengan corak utama feodalisme jelas akan menjadi penghambat tumbuhnya kreativitas individu karena tidak adanya kesempatan untuk mengemukakan ide-ide baru. Komunitas sosial yang dijajah oleh penguasa juga akan turut



menghambat munculnya kreativitas. Lingkungan sosial semacam ini memiliki kecenderungan untuk enggan menerima perubahan karena sesuatu yang baru memiliki potensi atau kecenderungan untuk menjadi penguasa dan menggeser kekuasaan sebelumnya. Oleh karena itu, kompleksitas dari lingkungan sosial juga memiliki pengaruh terhadap seberapa besar toleransi norma sosial terhadap inovasi-inovasi baru yang lahir dari proses kreativitas.

### c. Proses Kreativitas Individual

Dalam berbagai riset psikologis yang sebelumnya telah dilakukan dikemukakan pendapat bahwasanya kreativitas merupakan sifat bawaan individu. Hal ini dirasa sesuai karena orang-orang yang inovatif adalah orang yang memiliki tendensi untuk berani melanggar peraturan. Sejak lahir manusia memiliki tendensi naluriah selalu ingin tahu akan segala hal. Kualitas personal dalam individu akan secara langsung mempengaruhi kreativitas dari individu yang bersangkutan. Individu yang memiliki latar belakang lingkungan yang sangat memungkinkan dirinya untuk menjadi kreatif tidak dijamin akan tumbuh menjadi pribadi yang kreatif kelak. Dirinya harus memiliki keberanian untuk mengemukakan ide-idenya dalam domain sehingga orang lain dapat mengetahui dan menjustifikasi bahwa ide yang dikemukakannya merupakan ide yang kreatif.

Berikut ini beberapa kualitas individual yang dianggap mempengaruhi munculnya kreativitas:

1. Dalam domain tertentu (musik atau matematika) faktor genetik juga memiliki peranan penting dalam mengarahkan minat dan bakat

individu ke dalam domain dan membantu individu untuk menguasainya.

2. Motivasi intrinsik sangat diperlukan untuk memberikan energi kepada individu untuk menyerap segala bentuk stimulus yang menstimulasi daya kreativitasnya dalam lingkungan juga untuk mendorong keberanian untuk mengambil resiko untuk berinovasi

Kemampuan kognitif seperti halnya penguasaan, fleksibilitas dan orientasi pada penemuan akan sangat berkaitan dengan keberhasilan individu mengimplementasikan gagasan barunya.

#### **II.1.4. Faktor-faktor Yang Merangsang Kreativitas Individu**

Ellen Martins & Nico Martins (2002) dalam penelitiannya mengemukakan ada tujuh determinan dalam budaya organisasi yang akan sangat mempengaruhi kreativitas dan inovasi. Determinan yang dikemukakan oleh tersebut sebenarnya tidak jauh berbeda dengan determinan yang dikemukakan oleh Theresa Amabile (dalam Henry, 2001) yaitu: *challenge, freedom, resources, supervisory encouragement, organizational support*, dan *encouraging risk-taking*.

Namun demikian, Martins & Martins (2002) lebih menjabarkan determinan budaya organisasi yang mempengaruhi munculnya kreativitas dan organisasi. Oleh karena itu determinan budaya organisasi yang mempengaruhi kreativitas pada penelitian ini mengacu pada determinan yang dikemukakan oleh Ellen & Nico (2002) yaitu:

**Tabel 1.**  
**Faktor-Faktor Yang Mestimulasi Kreativitas**  
**(Martins & Martins, 2002)**

Strategy	Purposefulness	Trust Relationship	Behaviour that encourages innovation	Working environment	Customer orientation	Management support
- Customer focused marketing orientation	- Understanding of vision, mission, goals and objectives	- Trust - Support for change	- Idea generating - Risk taking - Decision making	- Intergration of goals and objectives - Conflict handling - Cooperative teams - Participation - Control of own work - Developing better work methods	- Flexibility in customer service - Improvement of service - Understanding of customer needs	- Open communication - Availability of equipment and resources - Tolerance of mistakes - Adaptation of rules and regulations
- Integration of core value	- Invovement - Availability of standards					
- Reaction on change						
- Knowledge of management with a future perspective						

**Strategy.** Faktor ini merujuk pada strategi yang digunakan oleh organisasi dalam mestimulasi kreativitas. Orientasi strategi tercakup dalam:

- a. *Customer focused marketing orientation.* Organisasi secara aktif melakukan riset tentang trend dan kebutuhan pasar untuk menjanging konsumen potensial.
- b. *Integration of core value.* *Core value* dari visi dan misi yang diusung oleh organisasi benar-benar diintergrasikan kedalam aktivitas keseharian.
- c. *Reaction of change.* Kesiapan organisasi untuk menghadapi perubahan dalam situasi yang turbulen.
- d. *Knowledge management with future perspective.* Dukungan dari pihak manajemen organisasi yang terus mendukung tumbuhnya kreativitas dan inovasi.

**Purposefulness.** Faktor ini mengacu pada tujuan pokok berdirinya organisasi.

Orientasinya mencakup:

- a. *Understanding vision, mission, goals & objectives.* Anggota organisasi memahami visi, misi serta tujuan jangka panjang dan pendek organisasi sehingga seluruh anggota organisasi bergerak untuk mencapai tujuan yang sama.
- b. *Involvement.* Merujuk pada kepedulian dan keterlibatan individu secara aktif untuk ikut ambil bagian dalam upaya pencapaian tujuan organisasi.
- c. *Availability of standard.* Adanya standar pengukuran pencapaian kerja individu sebagai bagian dari proses evaluasi. Senge et.al (1999 dalam Martins, 2002) menyatakan bahwa menetapkan target tertentu yang harus dicapai akan meningkatkan daya kreativitas individu.

**Trust Relationship.** Kepercayaan yang dibangun antara karyawan dan pihak manajemen organisasi, tercermin dari adanya keterbukaan dan kekeluargaan antar elemen dalam organisasi.

- a. *Trust.* Adanya sikap saling terbuka antara manajemen dan karyawan satu sama lain. Keterbukaan akan berdampak pada timbulnya rasa aman dan nyaman sehingga terbentuk atmosfer yang positif sebagai tempat yang potensial bagi kreativitas untuk berkembang. Dengan kata lain, kreativitas individu akan muncul jika budaya organisasi memiliki level kepercayaan yang tinggi.

- b. *Support for change.* Dukungan untuk selalu fleksibel dalam menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar. Derajat kepercayaan akan mempermudah terjadinya perubahan dalam organisasi.

***Behaviour that encourages innovation.*** Merupakan dukungan atas segala bentuk kontribusi yang dapat menstimulasi munculnya kreativitas.

- a. *Idea generation.* Kesempatan untuk mengemukakan ide yang dimiliki, tawaran sejumlah reward untuk ide kreatif yang disampaikan juga dorongan untuk selalu berinisiatif menemukan solusi baru untuk memecahkan masalah.
- b. *Risk taking.* Memberikan kesempatan untuk mengambil resiko dalam merealisasikan ide baru dan memastikan bahwa proses eksperimen demi menemukan pemecahan atas suatu masalah adalah hal yang dapat diterima. Namun demikian, organisasi juga perlu menghitung dan menyeimbangkan potensi resiko yang diambil dalam melakukan eksperimen ide agar tidak terjebak dalam kegagalan yang berimbas fatal pada kelangsungan organisasi.
- c. *Decision making.* Keterlibatan anggota organisasi dalam proses pengambilan keputusan akan memperbesar kemungkinan munculnya gagasan-gagasan kreatif sebagai alternatif keputusan.

***Working environment.*** Berkaitan dengan kondisi lingkungan kerja organisasi tempat individu berinteraksi satu sama lain.

- a. *Integration of goals and objectives*. Pencapaian tujuan pribadi yang selaras dan mendukung tujuan organisasi. Keselarasan antara kepentingan pribadi dengan tujuan organisasi akan membantu munculnya kreativitas.
- b. *Conflict handling*. Penanganan konflik yang terjadi di dalam organisasi secara konstruktif akan menstimulasi munculnya kreativitas. (Terblanche, 1990 dalam Martins, 2002) menyatakan bahwa konflik penting dalam organisasi untuk meningkatkan efektivitas kinerja organisasi.
- c. *Cooperative teams*. Terbangunnya tim yang kooperatif dan dapat bekerjasama dengan baik dalam melaksanakan tugas.
- d. *Participation*. Mengacu pada kebebasan untuk menyampaikan ide dan keterlibatan dalam proses pengambilan keputusan untuk organisasi.
- e. *Developing better work methods*. Inisiatif untuk memperbaiki sistem kerja dalam organisasi dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas.

***Customer orientation***. Fokus untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan.

- a. *Improvement of services*. Peningkatan mutu pelayanan demi meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh organisasi.
- b. *Understanding of customer needs*. Memahami betul kebutuhan dan keinginan pelanggan.

***Management support***. Manajemen organisasi yang mendukung sistem kerja yang menstimulasi munculnya kreativitas.

- a. *Open communication*. Terjalannya komunikasi secara terbuka antara karyawan, manajemen dan antar departemen di dalamnya ikut berpengaruh terhadap munculnya kreativitas.
- b. *Availability of equipment and resources*. Ketersediaan fasilitas dan sumber daya yang dapat digunakan oleh karyawan untuk mengembangkan idenya.
- c. *Tolerance of mistakes*. Pemberian toleransi atas kesalahan yang dilakukan dalam mengintegrasikan ide atau gagasan baru. Toleransi atas kesalahan yang dilakukan akan memperbesar kesempatan individu dalam organisasi untuk bereksperimen terhadap idenya.
- d. *Adaptation rules and regulations*. Kemampuan mengadaptasikan peraturan menjadi lebih fleksibel untuk menghadapi perubahan yang terjadi.

### **II.1.2. Kreativitas dalam Organisasi**

Secara umum, kreativitas di dalam sebuah organisasi diartikan sebagai sebuah gagasan baru yang dapat dimanfaatkan. Namun demikian, dalam konteks kreativitas, gagasan yang baru tidaklah cukup. Nilai guna dari ide kreatif yang dikemukakan merupakan syarat utama yang harus dipenuhi oleh sebuah ide untuk didefinisikan sebagai hasil kreativitas dalam organisasi (Zhou *et.al*, 2003).

Pada dasarnya kreativitas dapat terjadi di semua bentuk organisasi atau perusahaan sejauh organisasi tersebut menghargai atau mendorong individu-individu untuk berkreasi. Jika tidak, maka individu yang kreatif akan menjadi frustrasi dan selanjutnya terjebak dengan rutinitas yang ada (Papu, 2008).

#### **II.1.2.1. Memanajementi Kreativitas**

Amabile (1999, dalam Henry 2001) dalam risetnya menemukan ada enam kategori umum dalam praktek manajerial yang mempengaruhi kreativitas. Dengan pengkategorian ini kita dapat melihat apa yang dapat dilakukan seorang manajer untuk memunculkan kreativitas karyawannya.

*a. Challenge*

Dari sekian banyak hal yang dapat dilakukan seorang manajer untuk menstimulasi kreativitas, yang paling efektif adalah dengan memberdayakan orang-orang yang tepat pada tugas yang cocok (*matching people with the right assignment*). Seorang manajer dapat menyesuaikan karakteristik individu dengan jenis tugas yang akan dikerjakan sehingga kreativitas akan muncul sesuai dengan bidangnya. Dengan memberikan tugas yang tepat juga akan memunculkan motivasi intrinsiknya untuk berinovasi. memberikan tantangan yang tepat dan sesuai dengan kemampuan individu merupakan bagian dari upaya untuk memunculkan atmosfer kreatif.

*b. Freedom*

Kunci dari munculnya kreativitas adalah dengan memberikan individu yang bersangkutan kebebasan yang tetap dalam koridor. Artinya kebebasan yang diberikan kepada individu adalah terkait cara menyelesaikan tugas yang diberikan, bukan kebebasan untuk memilih tugas apa yang ingin dikerjakan. Kebebasan dalam proses menjalankan tugas akan sangat membantu munculnya kreativitas karena dengan memberikan kebebasan untuk memilih cara apa yang sesuai bagi masing-masing individu dalam



menyelesaikan tugasnya tidak hanya akan memunculkan motivasi intrinsik dari dalam diri individu namun juga rasa saling memiliki terhadap organisasinya. Kebebasan dalam proses penyelesaian tugas memberikan kesempatan kepada individu untuk menyelesaikannya dengan pendekatan atau cara yang paling dirinya sukai dan kuasai. Oleh karena itu kebebasan yang tetap terkoridori akan sangat membantu menstimulasi kreativitas individu.

*c. Resources*

Dua sumber yang mempengaruhi kreativitas adalah waktu dan uang. Seorang manajer perlu mengalokasikan kedua sumber ini secara hati-hati seperti menyesuaikan individu dengan tugas yang diberikan serta banyaknya anggaran dana yang diberikan untuk melaksanakan proyek tersebut.

*d. Supervisory Encouragement*

Seorang pekerja akan merasa termotivasi untuk memunculkan ide kreatifnya ketika dirinya merasa bahwa sumbangsiah upaya yang dirinya lakukan penting bagi perusahaan. Oleh karena itu penting bagi sebuah organisasi untuk terus memberikan dukungan positif kepada anggotanya atas segala upaya yang telah mereka lakukan.

*e. Organizational Support*

Organisasi tempat individu bekerja juga perlu mendukung kreativitas pekerjanya. Dukungan yang diberikan dapat berupa reward yang diberikan untuk setiap ide kreatif yang dikemukakan oleh anggotanya. Hal ini

diharapkan dapat meningkatkan motivasi anggota organisasi dalam menggali ide kreatifnya.

*f. Encouraging Risk Taking*

Individu dalam sebuah struktur organisasi seringkali enggan untuk memunculkan ide-ide yang terlintas di kepala mereka karena resiko untuk melakukan inovasi akan sangat besar. Oleh karena itu penting bagi organisasi untuk meningkatkan toleransi terhadap probabilitas kegagalan yang mungkin terjadi ketika mencoba melakukan sebuah inovasi.

### **II.1.2.2. Program Organisasi untuk Meningkatkan Kreativitas**

Beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh sebuah organisasi untuk meningkatkan kreativitas anggotanya adalah sebagai berikut (Dubrin, 2006):

*a. Creativity Training*

Langkah ini adalah dengan menggunakan penyedia jasa pelatihan kreativitas yang spesialisasi bidangnya pada pelatihan kreativitas karyawan.

*b. Brainstorming*

Metode yang paling dikenal dalam upaya untuk membangkitkan kreativitas seseorang adalah dengan *brainstorming*. Metode ini biasanya digunakan dalam sebuah kelompok untuk mencari solusi atas sebuah permasalahan yang tanpa terlalu banyak hal yang dipertimbangkan. Respon-respon solusi yang dikemukakan bersifat spontan dan beraneka ragam. *Brainstorming* biasanya akan menghasilkan banyak sekali ide yang

walaupun tidak pada taraf yang detail, namun sangat efektif untuk membantu melatih berpikir kreatif.

*c. Idea Quotas*

Sebuah teknik memunculkan kreativitas yang sedang populer adalah dengan memberikan quotes kepada anggota yang memberikan gagasan kreatif. Oleh karena itu, dengan mengaplikasikan metode ini kreativitas bukan sekedar isu untuk ditingkatkan namun juga menjadi sebuah target untuk dicapai.

*d. Suggestion Program*

Untuk mengakomodasi kreativitas individu dalam organisasi, seringkali perusahaan menggunakan *suggestion program*. Tidak sama halnya dengan *idea quotas* yang diimplementasikan untuk mengakomodasi ide baru, *suggestion program* digunakan untuk menampung gagasan kreatif dari karyawan atau anggota terkait dengan proses, kebijakan, produk atau pelayanan yang diberikan oleh organisasi selama ini.

## **II.2. Perspektif Teoretis**

Berdasarkan tema penelitian yang diambil oleh peneliti yang mengacu pada identifikasi pola perilaku, maka peneliti menggunakan perspektif Teori Medan dari Kurt Lewin.

### **II.2.1. Teori Medan**

Teori Medan secara erat berhubungan dengan psikologi Gestalt. Teori medan dalam ilmu Fisika dikembangkan oleh Michael Faraday, James Maxwell dan Heinrich Hertz pada abad 19 untuk menunjukkan fenomena listrik, magnet dan gravitasi yang mempengaruhi medan di sekitarnya. Konsep medan ini kemudian diadopsi oleh ilmu psikologi menjadi Psikologi Gestalt yang memfokuskan diri pada pembahasan mengenai konsep persepsi, berfikir, dan belajar. Memakai asumsi Gestalt, Lewin mendasarkan pengembangan teorinya berdasarkan tiga asumsi yaitu (Alwisol, 2008:299):

1. Dasar pemahaman psikologi bukan elemen (rincian tentang jiwa), tetapi saling berhubungan membentuk pola konfigurasi. Elemen digambarkan untuk saling memahami kesalingterhubungannya satu sama lain, bukan untuk mendeskripsikan wujud dan ukurannya.
2. Kesalingterhubungan antar elemen menjadi dasar kesalingterhubungan yang lain, sehingga dapat dideskripsikan kecenderungan kepribadian bergerak menuju kesatuan gestalt.
3. Psikologi dipahami dalam bentuk teori medan (*field theory*), dimana *field* adalah sistem pengaturan diri yang ditentukan oleh kesalingterhubungan antar bagian-bagian dari unsur yang mendukung sistem.

Lewin menggambarkan manusia sebagai pribadi yang berada dalam kondisi psikologis dengan pola hubungan dasar tertentu. Fokus kajiannya adalah pada hubungan antara segala sesuatu dalam jiwa manusia, hubungan antara bagian dengan bagian dan antara bagian dengan keseluruhan sistem (Alwisol, 2008). Bagian-bagian atau elemen tersebut tidak berdiri sendiri namun terorganisasi

dalam suatu kesatuan atau keseluruhan (*part-whole relationship*). Pada intinya teori medan berusaha untuk menggambarkan situasi saat ini (medan) dimana manusia berperilaku di dalamnya.

Dalam tradisi Gestalt, Lewin berpendapat bahwa kepribadian harus dipandang dalam konteks lapangan dinamis interaksi individu-lingkungan. Psikologi harus mampu memahami interaksi spesifik individu dengan lingkungan untuk membuat prediksi yang bermakna (Brennan, 2006). Teori Medan yang dicetuskan oleh Lewin dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$B = f(P.E) = f(Lp)$$

Perilaku (*behavior*) merupakan fungsi subjek (*person*) dan lingkungan (*environment*) yang merupakan fungsi *Life sphere*.

Teori ini digunakan untuk mencoba menjelaskan proses interaksi yang terjadi dalam sebuah organisasi dalam kaitannya dengan upaya untuk mestimulasi munculnya daya pikir kreatif dari individu di dalamnya, bagaimana lingkungan di sekitar individu memiliki andil dalam memunculkan kreativitas. Kondisi *life-sphere* tempat individu bekerja akan mempengaruhi bentuk perilaku yang dilakukan, tidak lepas dari peran lingkungan yang melingkupi medan psikologisnya.

### **II.2.2. Konstruk Utama Dalam Teori Medan**

Untuk menerapkan metode konstruksi terhadap fenomena psikologi, peneliti harus membangun elemen-elemen konstruksi dan teknik untuk menyatukan elemen-elemen tersebut dalam suatu sistem. Dalam teori medan, elemen-elemen atau konstruk-konstruk tersebut adalah:

## 1. *Life Space*

*Life space* dari suatu individu terdiri atas individu tersebut dan lingkungan psikologis yang mengelilinginya. Unsur penting dari *life space* adalah segala sesuatu yang memiliki eksistensi terhadap individu atau kelompok saat itu. Selanjutnya tugas peneliti adalah menentukan secara spesifik hal-hal apa saja yang eksis pada kehidupan seseorang atau kelompok untuk menentukan metode observasi dan pengukuran yang tepat untuk menggambarkan *life space* dari seseorang atau kelompok.

Lewin mengakui bahwa *life space* sebagian ditentukan oleh masa lalu, tetapi masa lalu tidak berkaitan secara langsung dengan perilaku. *Life sphere* merupakan semua bagian dari *life space* yang dapat dibedakan dari beberapa bagian *life space*. *Life sphere* dapat berupa pekerjaan, keluarga, persahabatan dan sejenisnya. Derajat perbedaan *life space* seseorang bergantung pada sejumlah variabel seperti usia, tingkat intelegensi dsb.

Terdapat dua dimensi dari *life space* yaitu *fluidity* (fluiditas) dan karakteristik *reality-irreality*. Fluiditas pada derajat *life sphere* dapat dibedakan antara satu dengan yang lainnya. Selanjutnya dimensi *irreality* meliputi bayangan (*imagery*) dan fantasi, sedangkan dimensi *reality* meliputi aspek-aspek yang lebih objektif dan lebih konkret dari *life space*. Derajat *reality* secara psikologis berkaitan dengan masa depan, meliputi apa yang diharapkan oleh seseorang, sedangkan derajat *irreality* meliputi harapan dan ketakutan akan masa depan. Dari sudut pandang dinamis, derajat *irreality* lebih lunak (*fluid*) dibandingkan dengan derajat *reality*.

## 2. *Behavior and Locomotion*

*Behavior* (perilaku) merupakan segala perubahan dalam *life space*. Perilaku berkaitan dengan gerakan orang secara sadar dalam *life space*. Perilaku dapat dilihat sebagai lokomosi (perpindahan) seseorang dalam *life space*. Terdapat dua bentuk lokomosi yaitu lokomosi secara fisik (*bodily locomotion*) dan perpindahan psikologis (*psychologically locomotion*) dimana individu dapat mendekati atau menghindari tujuan (*goal*) tertentu.

## 3. *Force*

*Force* (daya) merupakan sesuatu yang menyebabkan perubahan. Daya memiliki arah dan kecenderungan untuk berubah. Perubahan dapat terjadi jika dalam suatu wilayah ada valensi tertentu. Valensi dapat bersifat negatif atau positif tergantung pada daya tarik atau daya tolak yang ada ada wilayah tersebut.

Peneliti menggunakan perspektif Teori Medan Lewin karena teori ini mengakomodasi semua bahasan dalam kajian pustaka yang mengulas tentang peran lingkungan sosial dan *life sphere* dalam mempengaruhi sikap dan tingkah laku individu.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

*“People live surrounded by their own story. It provides a way of understanding human experience that is consistent with the way that the people make sense of their own lives”, Douglass Ezzy*

#### **III.1. Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan karena penelitian ini bertujuan untuk memberikan deskripsi terhadap sebuah fenomena. Pendekatan kualitatif dalam penelitian digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang diperoleh di lapangan dalam rangka untuk memahami dan memaparkan fenomena dalam kehidupan sosial (Newmann, 1994).

Paradigma kemudian menjadi salah satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari penelitian kualitatif. Paradigma penelitian sendiri merupakan kerangka filosofi yang akan digunakan dalam penelitian. Paradigma penelitian diibaratkan sebagai kaca mata yang akan digunakan oleh peneliti untuk mengkaji topik permasalahan yang akan diteliti.

Audifax (2008) menjabarkan secara umum paradigma penelitian yang dapat digolongkan dalam kategori sebagai berikut:

- a. Menurut kategorisasi Guba dan Lincoln: *Positivist, post Positivist, Critical Theory, dan Constructivism*



- b. Menurut kategorisasi Sarantakos: *Positivist*, *Critical Theory*, dan *Interpretive*
- c. Menurut kategorisasi George Ritzer yang didasarkan pada logika realitas ilmu sosial: Paradigma Fakta Sosial, Perilaku Sosial, dan Definisi Sosial

Berdasarkan empat sub paradigma diatas maka peneliti menggunakan paradigma *social constructionist* berdasarkan kategorisasi Guba & Lincoln. Kenneth Gergen, figur yang dianggap kontributor kunci dari *social constructionist* menyatakan bahwa penyelidikan *social constructionist* pada prinsipnya berkenaan dengan mempertegas proses dimana manusia mulai mendeskripsikan, menjelaskan atau selain mempertanggungjawabkan dunia (termasuk dirinya) dimana mereka hidup (Gergen, 1959 dalam Wicaksono, 2007).

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Pendekatan studi kasus membuat peneliti memperoleh pemahaman secara utuh dan terintegrasi mengenai interrelasi berbagai fakta dan dimensi dari kasus khusus tersebut. Poerwandari (2009) membedakan studi kasus menjadi tiga yaitu:

- a. Studi kasus intrinsik: penelitian dilakukan karena ketertarikan atau kepedulian pada suatu kasus khusus. Penelitian dilakukan untuk memahami secara utuh kasus tersebut tanpa ada upaya untuk menggeneralisasi
- b. Studi kasus instrumental: penelitian pada kasus unik tertentu, digunakan untuk memahami isu dengan lebih baik dan memperhalus teori

- c. Studi kasus kolektif: suatu studi kasus instrumental yang diperluas sehingga mencakup beberapa kasus. Tujuannya adalah untuk mempelajari fenomena dengan lebih mendalam

Peneliti menggunakan tipe penelitian studi kasus intrinsik karena tujuan penelitian adalah untuk memahami secara utuh dan khusus tentang bagaimana JFCC mengembangkan kreativitas individu tanpa mengupayakan adanya generalisasi.

Teknik analisa data pada penelitian ini menggunakan analisis naratif (*narrative analysis*). Analisis naratif ini lebih banyak menekankan pengolahan data yang berkuat dengan cerita/pengalaman hidup. Maka dalam proses penggalian data, subjek diminta untuk banyak bercerita tentang pengalaman dan pandangannya terhadap suatu hal. Analisis naratif ini memandang cerita dari sudut pandang subjek sebagai dasar utama untuk mengkonstruksi pengetahuan.

Analisis naratif ini meyakini bahwa pengetahuan merupakan akumulasi dari pengalaman dan perjalanan hidup, yang dapat digali dengan bercerita (Ezzy, 2005). Tujuan dari metode ini adalah untuk memahami makna yang dikonstruksi individu sebagai bagian dari budaya tertentu. Sehingga cerita tentang diri seseorang merupakan perpaduan antara pengalaman yang diperolehnya dari budaya tempat dia hidup dan akumulasi pengalaman yang dijalaninya sendiri di lingkungan tersebut (Takwin, 2007)

Pendekatan naratif bekerja pada unit subjek penelitian yang lebih kecil, untuk mengetahui lebih dalam tentang pengalaman-pengalaman yang dialami. Pendekatan naratif lebih memfokuskan diri untuk mengetahui kekhususan pengalaman-pengalaman yang dimiliki oleh subjek. Pendekatan naratif tidak

menggunakan teknik sampling dalam menentukan subjeknya. Subjek dipilih secara *purposive*, menyesuaikan dengan tujuan penelitian. Metode naratif ini digunakan untuk menggali pemaknaan subjektif individu terhadap interaksi sosialnya, dengan individu lain atau sistem sosialnya (Emerson et.al, 2004).

### **III.2. Unit Analisis**

Unit analisis berkaitan dengan masalah penentuan apa yang dimaksud dengan “kasus” dalam penelitian yang bersangkutan, yaitu suatu masalah yang membuat peneliti tertarik melakukan penelitian dan berusaha mencari lebih dalam suatu hal yang diangkat menjadi permasalahan penelitian yang ingin diteliti. Unit analisis tersebut adalah:

1. Bagaimana kondisi lingkungan organisasi sehingga dapat menjadi tempat yang kondusif bagi individu di dalamnya untuk memunculkan kreativitasnya.
2. Bagaimana relasi yang terjadi antara individu dalam organisasi, karena kondisi *life-sphere* dimana individu berada akan sangat mempengaruhi perilaku individu yang bersangkutan di dalamnya.

### **III.3. Subjek Penelitian**

Prosedur pemilihan sampel dalam penelitian kualitatif umumnya memiliki karakteristik:

1. Diarahkan khususnya tidak pada jumlah sampel yang besar, melainkan kasus-kasus tipikal sesuai kekhususan masalah penelitian

2. Tidak ditentukan secara kaku sejak awal, tetapi dapat berubah, baik dalam hal jumlah maupun karakteristik sampelnya, sesuai dengan pemahaman konseptual yang berkembang dalam penelitian
3. Tidak diarahkan pada keterwakilan (dalam arti jumlah/peristiwa acak)

Dengan karakteristik seperti yang telah disebutkan diatas, jumlah sampel penelitian kualitatif tidak dapat ditentukan secara tegas di awal penelitian (Poerwandari, 2009).

Penelitian ini menggunakan teknik penentuan subjek dengan kriteria tertentu (purposif) karena peneliti ingin mengidentifikasi hal-hal khusus dari topik penelitian. Selain itu, teknik ini berguna untuk menentukan subjek yang memenuhi kriteria penelitian yang akan dilakukan terkait dengan iklim organisasi yang dimiliki oleh sebuah organisasi tertentu. Adapun beberapa kriteria penentuan subjek penelitian ini adalah:

1. Organisasi menunjukkan kapabilitasnya untuk bertahan ditengah gempuran arus globalisasi

JFCC memiliki sejarah mampu bertahan selama sepuluh periode dan kemampuannya untuk menarik ratusan ribu penonton serta ratusan fotografer baik dari dalam maupun luar negeri untuk menyaksikan pameran hasil karya punggawa JFCC

2. Subjek penelitian merupakan organisasi yang bergerak di bidang *fashion* dan *mode*

Industri *mode* merupakan salah satu organisasi yang dituntut untuk selalu mampu membaca *trend* pasar saat ini. Oleh karena itu

organisasi yang bergerak dibidang ini memiliki tuntutan yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan industri di sektor lainnya untuk menjadi kreatif dan inovatif.

3. Subjek mengedepankan kreativitas dalam membuat setiap karyanya  
Setiap karya yang dihasilkan oleh JFCC merupakan produk yang dibuat dari bahan dasar daur ulang, yang bahkan menjadi ciri khas dan kekhususan dari karyanya. JFCC lebih menekankan pada kreativitas individu untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia dan mengubahnya menjadi bahan karya yang memiliki nilai lebih.

#### **III.4. Partisipan Penelitian**

Partisipan dalam penelitian ini ditentukan sesuai dengan konteks penelitian, karena pada penelitian kualitatif tidak menekankan pada banyaknya jumlah partisipan namun lebih menekankan pada aspek kecocokan dengan konteks penelitian. Dalam segi jumlah, kuantitas partisipan dalam penelitian ini tidak ditentukan di awal melainkan menggunakan sistem *snowball*. Artinya, peneliti menentukan partisipan penelitian berikutnya atas dasar rekomendasi dari partisipan sebelumnya. Akan tetapi peneliti tetap memiliki kriteria awal yang akan digunakan sebagai pedoman dalam menentukan partisipan yang tepat dengan konteks penelitian. Adapun kriteria partisipan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Partisipan tercatat sebagai anggota / manajemen organisasi

- b. Partisipan terlibat secara aktif dalam berbagai kegiatan dalam organisasi
- c. Partisipan tergolong individu yang senior dalam organisasi sehingga mengetahui lebih dalam tentang sistem kerja yang dimiliki oleh organisasi

Kriteria diatas tidak bersifat kaku karena akan menyesuaikan dengan situasi di lapangan.

### **III.5. Teknik Penggalan Data**

Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data untuk menunjang peneliti memperoleh pemahaman yang lebih lengkap tentang subjek yang diteliti. Adapun metode yang digunakan adalah:

#### ***Wawancara***

Wawancara adalah percakapan dan tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Wawancara kualitatif dilakukan bila peneliti bermaksud untuk memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti, dan bermaksud melakukan eksplorasi terhadap isu tersebut, suatu hal yang tidak dapat dilakukan melalui pendekatan lain (Poerwandari, 2009:127).

Adapun wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pedoman umum. Dalam proses wawancara ini, peneliti dilengkapi pedoman wawancara yang sangat umum, yang mencantumkan isu-isu yang harus diliput tanpa menentukan urutan pertanyaan, bahkan mungkin tanpa

bentuk pertanyaan eksplisit. Pedoman wawancara digunakan untuk mengingatkan peneliti mengenai aspek-aspek yang harus dibahas, sekaligus menjadi daftar *checklist* apakah aspek-aspek relevan telah dibahas atau ditanyakan. Selain itu, tema pertanyaan yang akan dibahas adalah tema yang memiliki probabilitas untuk berkembang sejalan dengan pelaksanaan proses wawancara nantinya. Setiap subjek dalam organisasi terkait yang nantinya akan diwawancarai mungkin saja memiliki pengalaman, persepsi dan pandangan yang berbeda tentang strategi organisasi yang membantu menstimulus kemampuan berpikir kreatif masing-masing individu.

Berikut ini beberapa topik penting yang yang perlu dibahas dalam proses wawancara dengan partisipan yaitu:

- a. Biodata subjek (jabatannya dalam organisasi, lama bergabung di JFCC)
- b. Awal mula bergabung di JFCC (darimana mendapat info, alasan & motivasi bergabung dengan JFCC)
- c. Perlakuan yang didapat saat pertama kali datang ke JFCC
- d. Cerita tentang bagaimana proses belajar di organisasi. Bagaimana dirinya belajar & bagaimana organisasi mendidiknya menjadi kreatif
- e. Pengalaman tak terlupakan selama bergabung di JFCC
- f. Rencana kedepan bersama JFCC

Topik-topik pembicaraan diatas sifatnya tidak kaku dan mengikat. Pembicaraan akan berkembang dan menyesuaikan seiring berjalannya proses wawancara.

### *Observasi*

Observasi adalah metode pengumpulan data yang paling umum dilakukan oleh peneliti, utamanya yang meneliti tentang perilaku manusia. Observasi merupakan metode untuk mengungkap fenomena subjek dari kacamata peneliti (Poerwandari, 2009: 118). Observasi memiliki peranan penting dalam proses penelitian yaitu menjadi bagian dari alat validasi hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam hal ini peneliti mengobservasi langsung pola interaksi yang terjadi dalam organisasi serta bagaimana realisasi dari peraturan yang ditetapkan dalam sebuah sistem dapat diadopsi untuk menstimulasi kreativitas individu di dalamnya. Selain itu observasi juga memungkinkan diperolehnya data baru yang mungkin tidak terungkap dalam proses wawancara terkait dengan pola interaksi yang terjadi dalam organisasi.

Observasi juga memungkinkan peneliti untuk melihat hal-hal yang kurang diamati oleh orang lain, khususnya orang yang berada dalam lingkungan yang sedang diteliti karena dianggap sebagai sebuah fenomena yang “biasa”. Metode ini juga memungkinkan peneliti untuk membangun kesan-kesan pribadi terhadap proses interaksi yang terjadi di dalamnya karena penelitian secara tidak langsung mengharuskan peneliti untuk berinteraksi dengan sistem organisasi. Oleh karena itu peneliti harus jeli dalam mengamati dan menganalisa fenomena yang terjadi selama proses observasi berlangsung yang dirasa memiliki kaitan dengan pokok permasalahan yang sedang dibahas yaitu strategi menciptakan iklim kreatif dalam organisasi.



### III.6. Teknik Pengorganisasian dan Analisis data

Dalam menganalisis data pada penelitian ini, peneliti merujuk pada model analisis data yang dikemukakan oleh Poerwandari (2009: 147-167), yaitu:

#### a. Organisasi Data

Pengolahan data dan analisis data sesungguhnya dimulai dengan mengorganisasikan data. Highlen dan Finley (1996) mengemukakan bahwa organisasi data yang sistematis memungkinkan peneliti untuk:

1. Memperoleh kualitas data yang baik
2. Mendokumentasikan analisis yang dilakukan
3. Menyimpan data dan analisis yang berkaitan dalam penyelesaian penelitian

#### b. Koding

Koding digunakan untuk mengorganisasikan dan mensistematisasikan data secara lengkap dan mendetail sehingga data secara lengkap dan mendetail sehingga data memunculkan gambaran tentang topik yang dipelajari. Koding merupakan dua aktivitas yang dilakukan secara simultan: reduksi data secara mekanis dan kategorisasi data secara analitis kedalam tema-tema. Adapun langkahnya terdiri dari:

### **Langkah 1**

Peneliti membaca beberapa kali (minimal 2 kali) transkrip dari masing-masing subjek sehingga mengetahui secara baik, mengerti dan merasakan materi yang telah dicapai

### **Langkah 2**

Peneliti membedakan unit kecil yang disebut *meaning units* (MU). Ini tidak mengikuti aturan grammar, tetapi sebagai teks pengganti. Pada langkah kedua ini berarti pemilihan telah dibuat.

### **Langkah 3**

Peneliti mentransformasikan masing-masing MU dari bahasa subjek ke bahasa peneliti. Bahasa subjek dirumuskan ke dalam bahasa yang relevan dengan pertanyaan penelitian (dengan kata-kata peneliti sendiri)

### **Langkah 4**

Peneliti mensintesis transformasi MU kedalam struktur yang tersituasikan (format rangkuman). Kategori ini mungkin kelihatan nyaris berbeda tergantung pada fenomena yang dijadikan referensi. Seorang mendeskripsikan bagaimana (noesis) fenomena diekspresikan, mengekspresikan dirinya dan apa (noesis) fenomenanya. Kategori ini dikembangkan dengan proses pemeriksaan secara berulang data kasar secara berkelanjutan

### **Langkah 5**

Peneliti bergerak dari struktur yang tersituasikan kepada sebuah tema atau struktur yang lebih umum. Level abstraksi untuk penyajian hasil, ditentukan berdasarkan prinsip yang jelas, sehingga dicapai hasil tanpa detail yang terlalu luas. Tujuannya adalah untuk direfleksikan pada level yang lebih abstrak. Hasil dari analisis ditunjukkan dalam form dari kategori yang berbeda secara kualitatif yang mana akan diterangkan dan dicontohkan dengan merujuk pada kutipan yang dihasilkan dari materi empiris

#### **c. Analisis Data**

Setelah langkah-langkah penyusunan koding, peneliti dapat mulai menganalisis substansi data yang telah dikumpulkan. Disinilah analisis mulai dilakukan.

### **III.7. Teknik Pemantapan Kredibilitas Penelitian**

Istilah yang pertama dan yang paling sering digunakan peneliti kualitatif adalah kredibilitas. Kredibilitas studi kualitatif terletak pada keberhasilannya mencapai maksud mengeksplorasi masalah atau mendeskripsikan setting, proses, kelompok sosial atau pola interaksi yang kompleks (Poerwandari, 2009). Hal yang juga menjadi tolak ukur kredibilitas sebuah penelitian kualitatif terletak pada keakuratan deskripsi data yang diperoleh.

### ***Validitas***

Konsep validitas dalam penelitian kualitatif sedikit berbeda dengan penelitian kuantitatif. Validitas dalam penelitian kualitatif dicapai melalui orientasi dan upayanya mendalami dunia empiris dengan menggunakan metode yang paling tepat untuk pengambilan dan analisis data. Konsep yang dapat digunakan untuk memvalidasi hasil penelitian kualitatif yaitu (Sarkantos, 1993 dalam Poerwandari, 2009):

- a. Validitas kumulatif, yang dicapai bila temuan-temuan dari studi lain mengenai topik yang sama menunjukkan hasil yang kurang lebih serupa.
- b. Validitas komunikatif, yang dapat dicapai dengan cara mengkomunikasikan kembali hasil analisa data yang telah didapat dari proses penelitian kepada responden penelitian.
- c. Validitas argumentatif, yang dicapai apabila presentasi temuan dan kesimpulan dapat diikuti dengan baik rasionalnya, serta dapat dibuktikan dengan melihat kembali ke data mentah.
- d. Validitas ekologis, yang menunjuk pada kondisi alamiah dari partisipan yang diteliti sehingga data yang didapat dalam penelitian merupakan potret lingkungan subjek yang natural dan sebenarnya.

Peneliti menggunakan keempat konsep validasi penelitian diatas. **Validitas kumulatif** penelitian ini dicapai karena hasil penelitian tentang bagaimana mengembangkan kreativitas individu tidak terlalu jauh berbeda dengan konsep yang diuraikan dalam konsep teoritis Martins & Martins (2001), namun

memiliki langkah yang lebih mendetail. **Validitas komunikatif** dicapai peneliti dengan mengkomunikasikan kembali temuan di lapangan kepada partisipan yang telah diwawancarai. Karena peneliti terjun langsung ke lapangan selama 1 bulan dan berkesempatan untuk berinteraksi secara langsung dalam lingkungan organisasi maka konfirmasi temuan lebih mudah untuk dilaksanakan. **Validitas argumentatif** dicapai peneliti dengan melihat bahwa temuan penelitian dapat cukup menjawab pertanyaan penelitian. Yang terakhir, **validitas ekologis** dicapai peneliti karena peneliti berinteraksi langsung selama 1 bulan dalam kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian sehingga data yang didapat dalam penelitian merupakan potret lingkungan subjek yang natural dan sebenarnya

### ***Kredibilitas Penelitian***

Kredibilitas penelitian kualitatif terletak pada keberhasilannya mencapai maksud mengeksplorasi masalah atau mendeskripsikan setting, proses, kelompok sosial atau pola interaksi yang kompleks. Konsep kredibilitas juga harus mampu mendemonstrasikan bahwa untuk memotret kompleksitas hubungan antar aspek tersebut (Poerwandari, 2009). Peneliti berupaya untuk mencapai kredibilitas penelitian dengan berupaya untuk menguraikan interaksi kompleks yang terjadi pada subjek penelitian tentang bagaimana strategi subjek dalam mengembangkan kreativitas setiap anggotanya.

Peneliti juga melakukan teknik triangulasi untuk meningkatkan kredibilitas penelitian. Triangulasi mengacu pada upaya mengambil sumber-sumber data yang berbeda untuk memperoleh kejelasan mengenai suatu hal tertentu. Dari berbagai

sumber berbeda dapat digunakan untuk mengelaborasi dan memperkaya penelitian. Dengan memperoleh data dari sumber yang berbeda, atau dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda peneliti dapat meningkatkan derajat manfaat studi pada *setting* yang berbeda pula (Marshall & Rossman, 1995 dalam Poerwandari, 2009).

Patton (1990, dalam Poerwandari, 2009) melihat konsep triangulasi dibedakan menjadi tiga jenis yaitu:

- a. Triangulasi data, yakni digunakan variasi sumber-sumber data yang berbeda
- b. Triangulasi peneliti, yakni disertakannya peneliti atau evaluator yang berbeda
- c. Triangulasi teori, yakni digunakannya beberapa perspektif yang berbeda untuk menginterpretasi data yang sama
- d. Triangulasi metode, yakni dipakainya beberapa metode yang berbeda untuk meneliti suatu hal yang sama

Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi data untuk meningkatkan kredibilitas penelitian. Peneliti melakukan penggalian data dengan topik yang sama kepada beberapa partisipan penelitian untuk mendapatkan skema yang konsisten tentang skema budaya organisasi JFCC dalam mengembangkan kreativitas individu.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

*“Creativity is a type of learning process where the teacher and pupil are located in the same individual”, Arthur Koestler*

#### **IV.1. Setting Penelitian**

Penelitian ini memilih JFCC (*Jember Fashion Carnaval Council*) sebagai subjek penelitian. *Jember Fashion Carnaval Council* (JFCC) ini sendiri merupakan lembaga nirlaba yang beranggotakan mereka yang peduli pada *event* ini dan memikirkan pengembangan JFC ke depan yang dikelola secara professional dan transparan dan diaudit oleh lembaga yang berwenang.

Pelaksanaan penelitian dilakukan di Jember, yaitu dengan cara peneliti datang untuk melihat secara langsung bagaimana organisasi ini bekerja melahirkan individu-individu kreatif. Setelah melalui korespondensi via email dengan pihak manajemen JFC, pada tanggal 21 April 2011 peneliti datang langsung ke kantor *Jember Fashion Carnaval Council* (JFCC) di Perum. Gunung Batu Permai A1.B Jember. Saat itu peneliti bertemu dengan Mas Hendy dari pihak manajemen JFC dan Bapak Suyanto, *Vice President* JFC.

Terhitung tanggal 21 April 2011, peneliti mendapatkan ijin untuk melakukan penelitian di JFC, dengan beberapa syarat dan ketentuan yang telah disepakati sebelumnya. Peneliti diijinkan untuk melihat dan ikut membantu segala kegiatan yang sedang dilakukan di tempat tersebut. Kebebasan untuk melihat

seluruh proses dan aktivitas yang ada dalam organisasi membuat peneliti memiliki kesempatan untuk merasakan secara langsung atmosfer kerja di lingkungan tersebut.

Peneliti memulai penelitian terhitung pada tanggal 21 April 2011 sampai dengan 19 Mei 2011. Secara khusus peneliti diminta untuk menjadi *volunteer* di tim kreatif JFC sehingga selama kurun waktu penelitian peneliti banyak berinteraksi dengan lingkungan JFC. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengetahui lebih banyak tentang seluk beluk organisasi dan mengumpulkan cerita tentang pengalaman dan sepak terjang anggotanya sampai bisa menjadi individu kreatif yang hasil karyanya diakui, yang kemudian akan dituliskan di catatan lapangan.

Subjek penelitian yang diwawancarai dipilih secara *purposive*, yaitu individu yang telah bergabung dalam bendera manajemen JFC atau alumni atau seseorang yang telah menjadi dianggap senior di lingkungan JFC. Penentuan sampel secara *purposive* ini juga dimaksudkan agar data yang digali dalam proses wawancara benar-benar merepresentasikan budaya dalam organisasi tersebut mengingat tidak semua anggota JFC bisa masuk dalam bendera manajemen. Alasan lain penentuan subjek secara *purposive* juga didasarkan pada asumsi bahwa senior yang telah lama berkecimpung dalam organisasi adalah individu yang benar-benar memahami pola bagaimana organisasi ini bekerja.

Peneliti juga melengkapi data penelitian dengan catatan lapangan yang ditulis berdasarkan hasil observasi di lapangan. Catatan lapangan dirasa perlu untuk memperkuat data yang diperoleh dari hasil wawancara, karena dalam



catatan lapangan peneliti dapat menuliskan aktivitas atau peristiwa yang terjadi selama peneliti di lapangan, yang tidak dapat terekam dalam proses wawancara.

#### **IV.2. Deskripsi Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di kantor sekretariat Jember Fashion Carnival, Perum. Gunung Batu Permai A1.B Jember. Menurut sejarah, bangunan tersebut sebenarnya adalah bekas minimarket, yang karena alasan finansial ditutup dan mengalami kebangkrutan. Bapak Suyanto, *Vice President Jember Fashion Carnival Council* kemudian membeli bangunan tersebut dan bekerjasama dengan sang adik Dynand Fariz mendirikan Rumah Mode Dynand Fariz pada tahun 1998. Dari Rumah Mode Dynand Fariz inilah bermula cikal bakal penyelenggaraan karnaval.

Seiring dengan berjalannya waktu, *event* yang diselenggarakan oleh Rumah Mode Dynand Fariz semakin berkembang dan mengalami kemajuan. Akhirnya diputuskan untuk membuat organisasi baru yang terpisah dengan RMDF, yang khusus mengelola penyelenggaraan karnaval tiap tahunnya yaitu *Jember Fashion Carnival Council (JFCC)*. Secara fisik, sekretariat JFCC dan RMDF bergabung menjadi satu. Dari pintu masuk akan tampak *ballroom* dan panggung yang biasa digunakan oleh anggota JFC untuk latihan dan beraktivitas. Disepanjang dinding ballroom terdapat cermin dan *prototype* kostum masing-masing *defile* yang akan dipamerkan pada *show time* 24 Juli 2011 mendatang. Di panggung juga terdapat beberapa *sound system*.

Bagian sebelah kiri bangunan difungsikan sebagai pusat kegiatan Rumah Mode Dynand Fariz (sekarang *Dynand Fariz Fashion Centre*). Di bagian tersebut terdapat perlengkapan jahit yang lengkap mulai dari mesin jahit, mesin obras, berbagai macam benang dan sebagainya. Pada siang hari kegiatan di sisi kiri bangunan lebih fokus pada pengerjaan busana pesanan pelanggan. Namun pada sore hari peserta JFC diperkenankan untuk menggunakan peralatan di RMDF untuk membuat kostum.

### **IV.3. Sekilas Tentang Jember Fashion Carnaval (JFC)**

#### **IV.3.1. Sejarah Jember Fashion Carnaval (JFC)**

- 1998** Berdirinya Rumah Mode Dynand Fariz atas prakarsa dari Dynand Fariz yang memang merupakan seorang praktisi professional di bidang mode
- 2001** Dimulainya acara Pekan Mode Dynand Fariz dimana seluruh karyawan selama sepekan harus berpakaian sesuai dengan trend fashion dunia
- 2002** Dimulainya acara Pekan Mode Dynand Fariz dengan berkeliling kampung dan alun-alun Jember. Timbulnya gagasan untuk menyelenggarakan JFC.
- 2003** 1 Januari 2003 JFC 1 diselenggarakan bersamaan dengan HUT Kota Jember dengan tema busana *CowBoy*, *Punk* dan *Gypsy*.  
30 Agustus 2003 JFC 2 diselenggarakan bersamaan dengan TAJEMTRA dengan tema busana Arab, Maroko, India, China dan Jepang (Asia)
- JFC mengikuti pameran *Bali Fashion Week* di Denpasar. *Bali Fashion*

*Week* bertujuan untuk mengumpulkan produk-produk dari desainer lokal untuk dipromosikan di mancanegara. Pada saat itu JFC tidak memamerkan produk, hanya memamerkan busana-busana karnaval dan tarian. Pada saat pameran *Bali Fashion Week* itulah ada seorang fotografer majalah Reuters yang memotret salah satu kostum karnaval JFC sehingga kemudian JFC mulai dikenal luas baik nasional maupun internasional

**2004** 8 Agustus 2004 JFC 3 dengan tema busana Mali, Athena, Brazil, Indian, Futuristic dan Vintage.

Pada tahun ini pula didirikan *Jember Fashion Carnaval Council (JFCC)*, organisasi yang secara khusus mengorganisir acara Jember Fashion Carnaval, terpisah dengan Rumah Mode Dynand Fariz namun tetap saling bekerjasama dibawah satu atap.

**2005** 7 Agustus 2005 – JFC 4 . Dipresentasikan dalam 8 *defile* dan pertama kali JFC mengangkat *defile* Archipelago sebagai *opening defile* dalam setiap penyelenggaraannya.dengan tema Jawa. Diikuti *defile* berikutnya yakni *Tsunami, Egypt, China, Grandprix, Discontruction, England, Carribean*

**2006** Jember Fashion Carnaval 5 (JFC-5) diselenggarakan Minggu, 6 agustus 2006 di Jember, Jawa Timur, berorientasi tren fashion dunia (*Soft Baroque, Mock Snob, Action Tribes dan Magic Circus*). Dengan tema utama “*Anxiety and Spirit of The World*”. Yang terbagi dalam 8 *defile* yakni Archipelago Bali, *Forest, Poverty, Mystic, Jamaica, Underground,*

*Russia, World Cup*

**2007** Minggu, 5 Agustus JFC (*Jember Fashion Carnaval*) memasuki penyelenggaraan keenam. Satu visi ke depan telah dicanangkan untuk menjadikan Jember sebagai “*The World Fashion Carnival*” City. JFC tidak saja diharapkan menjadi milik Jember, tetapi juga milik Indonesia bahkan dunia. Tema utama kali ini “*Save Our World*” yang berorientasi pada trend dunia: *Human, Vegetal, Mineral* dan *Imagination*. Terbagi dalam 8 *defile* yakni Archipelago Borneo, *Prison, Predator, Undercover, Amazon, Chinese Opera, Anime, Recycle*

**2008** *Visit Indonesia 2008*. JFC (*Jember Fashion Carnaval*) melalui *road show* nasional dan internasional diharapkan menjadi magnet dunia sekaligus ikon karnaval Indonesia yang berkelas dunia. *Welcome to JFC “World Fashion Carnival”* diselenggarakan Minggu 3 Agustus 2008 dengan tema utama “*World Evolution*” yang menginspirasi perubahan bumi karena tingkah laku manusia yang tak terkendali. Terbagi dalam 9 *defile*, yakni: Archipelago Papua, *Barricade, Off Eart, Gate 11, Roots, Metamorphic, Undersea, Robotic*.

JFC *Marching Band* tampil perdana sebagai *opening defile* dengan konsep berbeda dengan *marching band* lain. Kostum *non-uniform* dengan konsep “*Fashion and Dancing*” sebagai inovasi baru yang berorientasi *internasional performing art*.

**2009** Tahun ekonomi kreatif Indonesia dan *Visit Indonesia Year 2009*, memperkuat keberadaan JFC (*Jember Fashion Carnaval*) sebagai fenomena global ikon Indonesia untuk karnaval berkelas dunia, "*World Fashion Carnival*". JFC memasuki tahun penyelenggaraan ke 8, diselenggarakan di Jember, Jawa Timur, Indonesia pada hari Minggu, 2 Agustus 2009. Tahun ini JFC mengangkat tema utama ,"*WORLD UNITY*", yang berarti satukan dan damaikan dunia. Tema ini merupakan pesan dalam mengantisipasi segala hal yang berkembang di dunia baik dari masalah sosial, ekonomi, budaya maupun politik. sekaligus mengingatkan kita akan dampak isu *global warming*, krisis pangan dan lain-lain. Terbagi dalam 9 *defile* yakni dengan *opening defile* JFC *Marching Band* dengan tema Perisai, Archipelago Ranah Minang, *Upperground*, *Animal Plants*, *Off Life*, *Hard Shoft*, *Container*, *Techno Eth*, *Rhythm*.

**2010** JFC 9 dengan tema "*WORLD TREASURE*" akan mengungkap keberadaan fenomena alam dan peradaban budaya masa lalu, masa sekarang dan yang akan datang. Jika diolah kembali dapat menjadi kekayaan dan sumber inspirasi yang tak ternilai.

8 Agustus 2010, Jember, Jawa timur, Indonesia kembali menjelma menjadi kota karnaval dunia disepanjang catwalk 3,6 km dan didukung sekitar 600 peserta dengan kostum, make up, koreografi , tata warna, karakter, *stage*, live & ilustrasi musik dengan formasi *fashion runway*,

*dance* dan teatrikal, menjadikan JFC satu-satunya karnaval yang terunik, fantastik dan spektakuler di dunia dengan dihadiri ratusan ribu penonton, ribuan media, photographer dan observer yang menjadi saksi lahirnya karya anak bangsa yang berhasil mewujudkan mahakarya kreatif berkelas dunia sebagai imajinasi bagian dari keajaiban dunia. Dipresentasikan dalam 9 *Defile* yakni *defile* pertama sebagai *opening JFC Marching Band* dengan tema *Dream Sky*, *Toraja*, *Butterfly*, *Thailand*, *Cactus*, *Kabuki*, *Mongol Apocalypse*, *Voyage*.

#### IV.3.2. Organization Profile (Jember Fashion Carnaval Council)

##### IV.3.2.1. Visi dan Misi Organisasi

**VISI:** Menjadikan Jember sebagai kota wisata mode pertama di Indonesia  
bahkan di dunia

**MISI:** Suatu proses atau perjalanan yang membawa banyak manfaat bagi pengembangan dunia pendidikan kita (SDM), kesenian, budaya dan perkembangan perekonomian

##### IV.3.2.2. Konsep 4E Jember Fashion Carnaval

**Education** (Pendidikan). Melalui *in house training* para peserta diberikan pengetahuan merancang busana, *fashion run way*, *fashion dance*, presenter, rias dan *make up* dan melalui ajang kompetisi (olimpiade) terlahir SDM yang percaya diri, terlahir instruktur, *leader*, koreografer, *presenter*, *singer*, *entrepreneur* dll. Melalui penggalan potensi diri peserta dengan memberikan kesempatan untuk

pengembangan kreativitas melalui kompetisi akan terlahir ide-ide baru baik dibidang seni tari, merancang busana , aksesoris dll. Bagi Penonton juga menambah wawasan tentang budaya daerah dan budaya luar yang beraneka ragam.

**Entertainment** (Hiburan) Sebagai *event* eksklusif yang dapat menjadi hiburan bagi masyarakat menyeluruh dari segala lapisan baik profesi, usia, pendidikan, latar belakang ekonomi dan sebagainya.

**Exhibition** (Pameran) Menjadi pusat studi atau *research* perihal *fashion carnival*, menjadi obyek pengambilan foto bagi fotografer profesional dan banyak lainnya.

**Economic Benefit** (Pengembangan perekonomian). Melalui penyelenggaraan *event* yang mempunyai konsep yang jelas, SDM yang berkualitas, berkesinambungan, menarik, memperoleh dukungan dari masyarakat, pemerintah dan wakil rakyat memungkinkan untuk menjadi potensi wisata unggulan yang dapat menggerakkan potensi wisata lainnya (perhotelan, restoran, transportasi, sovenir, makanan khas dll.)

### IV.3.3. Tata Tertib Jember Fashion Carnival Council

#### Kriteria Peserta:

1. Pria / wanita dengan usia minimal 13 tahun
2. Pelajar SMP, SMA/SMK, Mahasiswa dan Umum
3. Khusus peserta JFC Marching Band tinggi badan untuk pria 165 cm dan wanita 160 cm

4. Berbadan sehat dan memiliki stamina yang tinggi, tidak dalam keadaan sakit atau sedang menjalani program kesehatan berkala yang mempengaruhi aktivitas pelatihan calon peserta
5. Mempunyai kemampuan bahasa Indonesia dengan baik, diutamakan juga bisa berbahasa Inggris dengan baik (aktif/pasif) atau sedang dalam proses memperdalam penguasaan bahasa Inggris
6. Mempunyai keinginan yang tinggi untuk belajar dan memperbaiki kemampuan diri sendiri
7. Mempunyai jiwa kooperatif, disiplin, mandiri, loyalitas yang tinggi, bertanggung jawab, jujur serta peduli terhadap lingkungan
8. Mampu menjaga nama baik JFC, kota Jember dan Indonesia

**Kewajiban Peserta:**

1. Mengisi formulir pendaftaran peserta dengan benar, lengkap dan jujur
2. Menyerahkan 1 lembar pas foto ukuran 4x6 cm
3. Wajib mengisi daftar hadir setiap mengikuti latihan atau kegiatan
4. Peserta wajib datang paling lambat 5 menit sebelum latihan atau kegiatan dimulai
5. Memakai *dresscode* sesuai denganketentuan yang diberikan dan bersepatu. Dilarang memakai seragam sekolah saat sedang latihan
6. Peserta wajib mengikuti seluruh program pelatihan yang telah dijadwalkan oleh EO (kecuali program pilihan seperti *training presenter*, *singer* dan *majorette*)



7. Peserta wajib mengikuti seluruh program pelatihan yang diberikan dengan penuh antusias dan hasrat untuk menambah ilmu dan keterampilan yang diberikan. Mematuhi jadwal *break* (istirahat, sholat, makan) dan jadwal latihan berikutnya
8. Dilarang merokok dan membawa makanan dan minuman di dalam ballroom JFC (kecuali minuman yang disediakan oleh EO)
9. Peserta harus membuang sampah pada tempat yang telah disediakan
10. Untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya kehilangan barang milik peserta maupun milik EO baik adanya kelalaian maupun adanya oknum yang tidak beritikad baik di tempat pelatihan, kepada peserta diberlakukan aturan sebagai berikut:
  - a. Dilarang memakai benda berharga (mis: perhiasan mahal, HP mahal) dan membawa uang berlebihan di tempat latihan
  - b. Dilarang menyimpan barang berharga (HP, kamera, *walkman*, dompet) di dalam tas tanpa pengawasan dan sebaiknya dititipkan pada petugas penitipan barang dan meminta tanda terima
  - c. Peserta harus mengunci sepeda motor (bila perlu dengan kunci ganda) dan helm dan diparkir di tempat yang telah disediakan
  - d. Peserta tidak diperkenankan memasuki area operator musik atau menjalankan perangkat *sound system* kecuali petugas yang ditunjuk
  - e. Peserta dilarang memegang, memindahkan, mengambil dan menggunakan benda-benda yang ada di display area *ballroom* Dynand Fariz Centre

11. Peserta yang akan tampil dalam *show time* wajib mengikuti *grand jury costume*
12. Bersedia secara fisik dan mental untuk direkrut oleh JFCC jika JFC menerima undangan kegiatan di kota Jember, di wilayah Republik Indonesia maupun di luar negeri
13. Peserta tidak diperkenankan baik langsung maupun tidak langsung mengatasnamakan kegiatan lain diluar kegiatan JFC sebagai kegaitan JFC tanpa ijin tertulis dari manajemen JFCC
14. Peserta tidak diperkenankan membawa masalah pribadi/personal kedalam ruang lingkup kegiatan JFC
15. Peserta dengan jenjang kepangkatan co.instruktur, instruktur, co.koreografer dan *leader* wajib memberikan ilmu yang telah dimilikinya kepada peserta yang membutuhkannya dengan rasa tulus dan ikhlas tanpa menuntut imbalan apapun tetapi semata-mata karena pengabdian dan kepedulian terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia

**Hak Peserta:**

1. Mengikuti seluruh program pelatihan tanpa dipungut biaya
2. Peserta berhak mendapatkan ijin/kebijaksanaan untuk meninggalkan tempat pelatihan dari leader ataupun EO dengan prioritas kebutuhan dan kepentingan yang tidak dapat ditinggalkan
3. Mengikuti berbagai macam kompetisi/olimpiade yang diselenggarakan JFCC

4. Peserta dianggap lulus dan berhak untuk mengikuti *show time* JFC jika tingkat kehadiran pelatihan minimal 80% dan lulus *grand jury costume*
5. Bagi peserta yang memenangkan olimpiade JFC berhak memperoleh trofi dan penghargaan lainnya berupa beasiswa atau bentuk lainnya sesuai dengan ketentuan
6. Peserta berhak untuk memperoleh piagam atau sertifikat kepesertaan setiap mengikuti kegiatan JFC baik *show time* JFC maupun *road show* dalam maupun luar negeri
7. Peserta yang terpilih untuk *road show* baik dalam maupun luar negeri tidak dipungut biaya
8. Peserta berhak memperoleh jenjang kepangkatan JFC seperti co.instruktur, instruktur, co.coreografer atau *leader* setelah mempertimbangan kedisiplinan, tanggung jawab, loyalitas, kerjasama, kepedulian serta kemampuan peserta, serta lulus dalam mengikuti audisi dan ujian jenjang kepangkatan

#### **IV.4. Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 6 bulan terhitung sejak bulan Januari 2011. Tahap identifikasi persoalan penelitian dilakukan sejak peneliti mengikuti mata kuliah Metode Penelitian Kualitatif pada semester 5. Bermula dari ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian yang berkaitan

dengan kreativitas individu dalam setting organisasi. Pada saat itu, peneliti pernah membaca beberapa literatur populer karya Yoris Sebastian dan jurnal penelitian yang berkaitan dengan kreativitas. Dari bacaan tersebut peneliti merefleksikan bahwasanya kreativitas merupakan sebuah pola pikir yang dapat dimiliki oleh semua orang melalui pembiasaan. Kreativitas juga bukan merupakan sebuah proses mental melainkan hasil dari interaksi individu dengan lingkungan sekitarnya.

Peneliti kemudian kembali melakukan telaah terhadap beberapa literatur serta diskusi dengan dosen, yang kemudian membuat peneliti menyimpulkan bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi kreativitas individu adalah lingkungan. Kreativitas juga merupakan komponen yang sangat diperlukan dalam menghadapi persaingan di era globalisasi. Bertolak dari fakta bahwa Indonesia adalah negara berkembang yang juga akan terkena langsung gempuran badai globalisasi, maka kreativitas adalah hal yang mutlak perlu dimiliki untuk tetap dapat bertahan.

Peneliti kemudian melanjutkan penelusuran informasi tentang organisasi kreatif di Indonesia. Hasilnya ternyata sangat mengecewakan. Hanya terdapat 5.17% dari jumlah total seluruh perusahaan yang berada di Indonesia yang bergerak dalam bidang industri kreatif. Kreativitas seolah menjadi sesuatu yang sulit dimiliki oleh seseorang. Fakta tersebut kemudian mendorong peneliti untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana organisasi mampu menstimulasi kreativitas individu didalamnya.

Proses penelitian kemudian berlanjut pada tahap pemilihan subjek penelitian. Dengan mempertimbangkan konteks penelitian yang peneliti usung

adalah kreativitas individu dalam organisasi maka peneliti memilih organisasi yang bergerak dalam industri kreatif. Selanjutnya peneliti mendapatkan keterangan dari Departemen Perdagangan bahwa ada 14 sektor industri kreatif antara lain: arsitektur, desain, kerajinan, layanan komputer dan peranti lunak, mode, musik, pasar seni dan barang antik, penerbitan dan percetakan, periklanan, permainan interaktif, riset dan pengembangan, seni pertunjukan, televisi dan radio, serta video, film, dan fotografi. Peneliti kemudian melakukan pemilihan subjek penelitian pada beberapa organisasi yang bergerak di 14 sektor yang telah disebutkan oleh Departemen Perdagangan tersebut.

Peneliti mendapatkan beberapa nama organisasi yang cocok untuk dijadikan subjek penelitian. Ketiga organisasi ini telah mendapatkan pengakuan atas kreativitas hasil karyanya lewat beberapa penghargaan yang telah berhasil diraih. Ketiga organisasi ini bergerak dalam sektor yang berbeda yaitu *broadcasting*, *advertising* dan yang terakhir bergerak di sektor *fashion/mode*. Peneliti kemudian mencoba melakukan korespondensi pada ketiga calon subjek penelitian tersebut untuk menanyakan kemungkinan melakukan penelitian didalam organisasi tersebut. Pada dasarnya ketiga organisasi tersebut cukup terbuka dalam menanggapi permohonan ijin melakukan penelitian yang dikirimkan oleh peneliti. Namun akhirnya peneliti memutuskan untuk memilih JFCC , sebuah organisasi yang bergerak di sektor *fashion/mode* untuk menjadi subjek penelitian dengan beberapa pertimbangan diantaranya:

- a. JFCC merupakan organisasi kreatif yang karyanya telah mendapatkan pengakuan lewat beberapa penghargaan yang diterima

- b. Pihak manajemen JFCC mengizinkan peneliti untuk datang, menyaksikan dan terlibat langsung dalam seluruh proses kerja yang terjadi dalam organisasi. Kesempatan untuk terlibat langsung dalam seluruh proses yang terjadi di organisasi memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran yang lebih holistik tentang bagaimana budaya organisasi menstimulasi individu didalamnya menjadi kreatif
- c. JFCC tidak menetapkan kriteria yang spesifik dalam merekrut anggotanya. Artinya seseorang yang tidak memiliki dasar pengetahuan tentang fashion dan kreativitas diperkenankan untuk bergabung. Disini terlihat nyata bahwa organisasi memiliki atmosfer yang cukup uat untuk mengubah seseorang menjadi individu yang kreatif
- d. Lokasi penelitian yang jaraknya realtif tidak terlalu jauh dari tempat domisili peneliti sehingga peneliti bisa menekan *budget* transportasi dan biaya hidup selama melakukan penelitian karena memang budget yang dimiliki sangat terbatas

Proses penggalan data dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih 1 bulan di Jember. Penelitian dimulai pada tanggal 21 April 2011 sampai dengan 20 Mei 2011. Selama penelitian, peneliti terjun langsung dan ikut serta dalam aktivitas organisasi dengan menjadi *volunteer* yang diperbantukan di tim kreatif. Dengan terjun langsung menjadi *volunteer* peneliti memiliki kesempatan yang besar untuk menjalin komunikasi yang lebih intens dengan para anggota organisasi serta merasakan langsung atmosfer dan ritme kerja dalam organisasi.

Dalam proses penggalan data di lapangan peneliti menemui beberapa kesulitan dan hambatan diantaranya adalah:

- a. Kesulitan untuk memilih individu yang representatif yang akan diwawancarai. Peneliti memang sengaja membatasi anggota organisasi yang akan digali informasinya karena tidak semua anggota JFC masuk dalam jajaran manajemen atau benar-benar memahami budaya organisasi di JFCC. Oleh karena itu wawancara yang dilakukan pada individu sifatnya *purposive*, yaitu para senior atau pihak manajemen JFCC
- b. Pada saat peneliti datang ke lapangan untuk melakukan penelitian, organisasi sedang berada pada kesibukan yang cukup tinggi. Selain disibukkan dengan persiapan *show time* yang akan digelar pada 23 Juli 2011 mendatang, ada beberapa aktivitas seperti pemotretan, presentasi dan *road show* di luar kota sehingga banyak anggota yang ditugas keluar kota untuk mewakili JFC. Imbasnya, senior yang tersisa di Jember hanya beberapa orang saja, itupun dengan kesibukan mereka yang cukup tinggi dalam mempersiapkan *show time* dan *road show* JF3

Namun demikian peneliti berhasil mendapatkan beberapa orang individu yang tergolong senior di JFCC. Mereka adalah sosok yang benar-benar memulai belajar di JFCC dari nol sampai sekarang bisa menjadi individu yang kreatif. Peneliti menggali cerita mereka, bagaimana mereka berproses dari awal sampai akhirnya memiliki kreativitas yang baik bahkan terpilih menjadi wakil JFCC dalam *road*

*show* baik didalam maupun di luar negeri. Untuk melengkapi penggalian data terkait budaya organisasi JFCC, peneliti juga menuliskan catatan lapangan yang berisi jabaran tentang aktivitas dan kejadian yang terjadi dalam dinamika interaksi antar anggota organisasi selama peneliti berada di lingkungan tersebut.

#### **IV.5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas Individu di Jember**

##### **Fashion Carnaval Council**

Dari hasil pengumpulan data di lapangan, ditemukan beberapa faktor yang ikut memberikan kontribusi dalam mengembangkan kreativitas individu di dalamnya.

Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah:

##### ***Kesempatan***

Salah satu komponen yang paling fundamental dalam mengasah kreativitas individu dalam organisasi adalah faktor kesempatan (*chance*). Artinya, organisasi perlu mempercayai bahwa masing-masing individu memiliki potensi untuk dikembangkan dengan memberinya kesempatan untuk mengembangkan potensi tersebut. JFCC merupakan tipikal organisasi yang memberikan kesempatan kepada setiap orang dalam organisasi untuk mengembangkan diri.

*“Kami percaya bahwa semua orang memiliki bakat yang jika diasah dan dikembangkan. JFC memang tidak menetapkan pesertanya dengan kriteria tertentu layaknya model-model yang lain. Yang kami perlukan disini cuma orang dengan niat yang sungguh-sungguh. Nggak ada kriteria tinggi badan, berat badan dan lain-lainnya. Semuanya boleh masuk asal ada punya niat.” (SY – Kami Mendidik Mereka Menjadi Seorang Kreator, par. 1)*

*“Sebenarnya pengen ikut bergabung udah di JFC yang lalu lalu... tapi pikiran saya itu... mungkin yang kepilih itu orang yang cakep-cakep... kaya, model... gitu. Jadi nyangkanya orang-orang seperti itu. Tapi ternyata*



*nggak..”(SH – Perjuanganku Pernah Difilmkan & Masuk Nominasi Eagle Award, par. 1)*

Disini terlihat jelas bahwa JFCC memberikan kesempatan kepada setiap orang yang memiliki keinginan kuat untuk mengembangkan potensi diri untuk bergabung dalam organisasi.

*“Jadi disini itu ada semacam piala bergilir gitu. Jadi orang yang dipercaya. Misalnya kayak dulu si Eko, itu dia yang dipercaya. Trus pernah si Ivan. Sekarang ini kayaknya mas Fariz pengen ngetes si OC. Kalo dia berhasil kayaknya dia tahun ini bakal jadi orang kepercayaan. Jadi orang-orang yang dipilih inilah yang dipercaya Mas Fariz untuk menjaga nama JFC tetap besar. Anggota JFC itu memang banyak ya. Tapi orang-orang yang bisa masuk ke level manajemen, atau alumni, itu nggak semua. Hanya orang-orang pilihan.”(NA – Piala Bergilir Jadi Orang Kepercayaan, par. 3 & 4)*

Memang, pada praktiknya tidak semua anggota JFCC bisa bergabung dalam jajaran manajemen. Namun organisasi memberikan kesempatan yang luas kepada semua orang untuk membuktikan bahwa dirinya memiliki kemampuan yang layak untuk diperhitungkan.

### ***Pembekalan***

Pembekalan merupakan bagian dari rangkaian proses pembelajaran yang dimiliki oleh *Jember Fashion Carnaval Council*. Pembekalan, atau biasa disebut dengan *in-house training* difungsikan sebagai sarana untuk memberikan modal awal kepada seluruh peserta untuk terjun dan berkarya di dunia *mode*.

*“Masuk kesini aku berangkat dari nol. Belajarnya gini... disini itu kan ada workshop kostum, workshop make-up, pokoknya semuanya disini bisa dapetin. Selain kita diajarin cara berjalan seorang model cowok gimana... meskipun bukan seorang model ya, cowok gagah gimana jalannya, nah kita dikasih tahu... trus habis itu, habis cara berjalan, kita cara berpose-pose juga di depan umum... kita berpose di depan umum juga... ya*

*“mungkin dirumah juga bisa kita terapin gitu lho... disini semua itu dikasih tau, selain pose itu, cara berjalan, make-up dan kostum-kostum” (JN – Tiga Tahun Aku Disini Nggak Bisa Ikut Grand Jury, Tapi Aku Puas, par. 3)*

Dalam *in-house training* ini sedikit banyak terjadi proses asimilasi tentang standar karya yang dimiliki oleh organisasi sehingga anggota baru memiliki gambaran kasar tentang karya seperti apa yang harus mereka ciptakan.

### ***Tanggung Jawab Kolektif***

Di JFCC, proses belajar yang utama terjadi dalam kelompok. Kelompok memiliki andil yang cukup besar dalam mendidik dan transfer ilmu. Karena proses mendidik individu menjadi kreatif sebagian besar terjadi dalam kelompok, maka kelompok yang kooperatif menjadi variabel yang mutlak perlu. Kelompok-kelompok kecil yang dibebani tanggung jawab kesuksesan organisasi secara keseluruhan memiliki karakteristik sebagai tim yang kooperatif.

*“Teman-teman disini itu yang paling banyak membantu mbak. yang senior dan yang junior. Karena dibentuk tim. Tapi sebelum dibentuk tim itu memang benar-bener sudah dikasih tahu sama senior. Dan walaupun sama junior kita saling bantu. Solidaritas di JFC itu benar-benar tinggi. Dikasih masukan... gini aja, pake ini aja... diginiin aja... asal kita mau tanya, pasti dibantuin.” (JN – Tiga Tahun Aku Disini Nggak Bisa Ikut Grand Jury, Tapi Aku Puas, par. 5)*

*“Tapi kalo aku sih sama temen-temen selalu bilang, kalian jangan pernah menunggu orang minta tolong. Kalo memang orang itu jelek, kasih solusinya. Kamu ya lebih bagusnya begini begini begini. Terus kalo ada yang kurang... he kamu, kamu lho harusnya bagus. Kenapa nggak diubah gini aja ya, jadi cantik, gini.. arahnya gini.. bahannya udah bagus... kasih tahu. Kalian jangan menunggu orang itu tanya. Ngomong kalo memang dia butuh pertolongan dan kalian bisa tolong, ya tolong.” (CH – Malam Mingguan Belajar Bareng, par. 1)*

Dari sini tampak jelas bahwa kelompok-kelompok kecil yang dibentuk oleh manajemen JFCC bekerja dengan solidaritas yang tinggi. Setiap orang dalam kelompok memiliki kesadaran untuk saling membantu karena keberhasilan masing-masing anggota merupakan sebuah tanggung jawab kolektif.

*“Mas Fariz itu selalu menekankan teamwork. Jadi kalo semuanya bagus, dan ada satu yang jelek sendiri, kita semua pasti kena damprat. Kenapa kok dia dibiarkan jelek? Kalo bagus, harus bagus semua. Nggak boleh egois.” (NA – Piala Bergilir Jadi Orang Kepercayaan, par. 2)*

Walaupun setiap karya dilombakan secara individual, namun kerjasama tim adalah hal yang sangat ditekankan dalam JFCC. Karena, disamping penilaian individual, organisasi juga menilai karya kelompok secara keseluruhan. Dengan demikian ini merupakan upaya organisasi untuk membangun tim kooperatif yang saling bertanggung jawab atas keberhasilan anggota lainnya.

### ***Berbagi Ilmu***

Ilmu merupakan komponen fundamental lain yang ikut menyokong kreativitas individu. Di JFCC, proses transfer terjadi antara senior dan junior sehingga setiap anggota dalam organisasi memiliki tanggung jawab untuk membagi ilmu kepada yang lain. Jajaran manajemen juga terdiri dari individu-individu yang memiliki latar belakang pengetahuan seputar dunia *mode* yang cukup baik, seperti koordinator tim kreatif yang merupakan alumni sekolah *mode* ESMOD Prancis.

*“Itu juga fungsinya kami membentuk kelompok-kelompok kecil dalam JFC. Jadi senior-senior yang sudah banyak mendapat ilmu dari JFC dan DF kami minta tolong jadi leader atau asisten leader di tiap defile. Jadi para senior ini punya tanggung jawab untuk berbagi ilmu dengan junior-juniornya. Kami upayakan semua terbagi rata, supaya transfer ilmunya*

*juga merata. Nggak ada istilahnya menyembunyikan ilmu. Semuanya terbuka. Mbak juga, selama disini kalau mau belajar apapun silahkan. Kami tidak akan melarang. Silahkan bermain, belajar dan berinteraksi dengan seluruh personel JFC. Biar mbak tau bagaimana JFC yang sebenarnya.” (BS – Kami Dibilang Jember Foolishperson Carnaval, par. 6)*

Salah satu determinan budaya organisasi di JFCC yang ikut ambil bagian dalam membentuk kreativitas individu adalah budaya berbagi ilmu. Di JFCC, setiap anggota memiliki kewajiban untuk belajar dan saling mengajari. Tidak hanya antar sesama anggota yang berada di bawah naungan JFCC, namun JFCC juga menjalin kerjasama dengan beberapa universitas di Indonesia untuk berbagi pengetahuan.

*“...orang-orang disini itu memang bisa dibbilang cukup kreatif dalam menghasilkan karya. Tapi bagaimanapun anak-anak ini kan belajarnya kebanyakan secara otodidak. Belajar langsung di lapangan. Memang itu baik, tapi kan secara teknik, secara teori kita kan nggak tahu. Makanya kedepan ini kita sedang mengusahakan kerjasama dengan beberapa perguruan tinggi yang ada jurusan tata busananya. Sejauh ini yang sudah pasti menjalin kerjasama ini dari Universitas Negeri Surabaya dan satu universitas dari Jakarta.” (SY – Kedepannya Kami Harus Selalu Berkembang, par. 1)*

*“Kalau kita tidak mau bersikap terbuka, terus belajar ya kita akan tenggelam. Oleh karena itu kerjasama dengan beberapa perguruan tinggi ini juga istilahnya sebagai sarana barter ilmu pengetahuan. Bagaimanapun, anak-anak disini belajar dengan cara otodidak. Nggak ngerti mereka teori-teorinya. Nah kalo anak-anak kuliah ini datang dan ikut JFC, anak-anak disini kan juga bisa belajar banyak dari mereka. Tentang teknik memotong yang lebih baik mungkin, teknik desainnya, apapun yang bisa dipelajari dari anak kuliah itu. Mereka yang lebih tahu tentang teorinya yang baik dan benar. Anak-anak kuliah itu pun juga bisa belajar langsung pada kami yang menjadi pelaku langsung. Kita memang nggak tau teorinya, tapi kita belajar dari pengalaman. Itulah mbak, saling mengisi, akhirnya kan nantinya sama-sama pintar.” (SY – Kedepannya Kami Harus Selalu Berkembang, par. 2)*

JFCC dan Rumah Mode Dynand Fariz (sekarang Dynand Fariz Fashion Centre) merupakan dua organisasi yang berbeda namun berada dalam satu atap

dengan manajemen yang sama namun tujuan dan proses organisasinya berbeda. Namun demikian, dua organisasi yang berbeda ini sama-sama memberikan kesempatan kepada setiap anggota untuk belajar dan memperluas pengetahuannya di bidang tata busana.

*“Karena JFCC dan DF itu adalah organisasi yang terpisah tapi dalam satu atap dan JFC tidak memberikan pelatihan tentang menjahit, memayet anak-anak JFC boleh belajar di DF tentang teknik menjahit, memasang payet, semuanya. Mereka yang nggak punya mesin jahit juga boleh pinjam disini. Tapi setelah jam kerja DF selesai. Kalo pagi kan masih produksi mbak. Kalo untuk kepentingan belajar, apapun boleh disini. Justru yang dilarang keras disini adalah minta bikin kostum. Itu tidak boleh.” (BS – Kita Dibilang Jember Foolishperson Carnaval, par. 5)*

*“Jadi... di JFC aku belajar kreativitasnya, di Dynand Fariz aku belajar pola. Bagaimana sih cara buat dasaran dari kain yang ada? Polanya seperti apa... kadang detail-detail yang ada di DF itu bisa menjadi inspirasi di JFC. Kadang inovasi-inovasi yang ada di JFC itu bisa juga diterapkan di Dynand Fariz. Jadi saling bersinggungan... jadi aku berinteraksi dengan dua-duanya.” (CH – Kita Berbagi Ilmu, Tapi Ya Jangan Belagu, par. 3)*

Saling berbagi ilmu merupakan nilai yang dianut oleh anggota JFCC. Selain berkewajiban untuk mendidik para junior dan mentransfer pengetahuan yang telah didapat selama proses belajar dalam organisasi, pihak manajemen juga memperbolehkan anggota untuk belajar di RMDF walaupun senyatanya JFCC dan RMDF adalah dua organisasi yang berbeda. Sebagai organisasi yang bergerak di sektor kreativitas, JFCC juga tidak menafikan kebutuhannya akan pengetahuan terkait konsep teoritis dalam merancang adibusana. Oleh karena itu, proses tukar ilmu diupayakan tidak hanya terjadi antar anggota JFCC yang sama-sama belajar secara otodidak. Mereka mengupayakan adanya barter ilmu dengan beberapa institusi pendidikan tinggi yang lebih menguasai konsep teoritis dalam bidang tata busana. JFCC sepenuhnya menyadari bahwa penguasaan konsep teoritis tentang

tata busana akan memperhalus hasil karya seni mereka yang selama ini dirancang dengan proses belajar secara otodidak. Kebiasaan berbagi ilmu ini yang menjadi cikal bakal regenerasi individu kreatif dalam organisasi.

### ***Toleransi Atas Kesalahan***

Dalam dinamika kelompok yang terjadi, organisasi memberikan banyak toleransi kepada anggota dalam melakukan kesalahan. Khususnya di JFCC, kesalahan dianggap sebuah hal yang biasa terjadi dalam proses belajar.

*“Pemberian toleransi atas kesalahan yang dilakukan dalam mengintegrasikan ide atau gagasan baru. Toleransi atas kesalahan yang dilakukan akan memperbesar kesempatan individu dalam organisasi untuk bereksperimen terhadap idenya.” (CH – Kita Berbagi Ilmu, Tapi Ya Jangan Belagu, par. 4)*

*“Kalau lagi ada pelatihan make-up, sekali keluar alat make up yang 1,7 juta itu hancur lebur mbak. Namanya anak-anak, ingin tahu ini itu ini itu, udah, setelah selesai berantakan semua alat make up-nya. Kan dipakai rame-rame. Udah, alat make-up hancur lebur. Tapi ya itu bagian dari kegiatan mereka belajar. Itu resiko yang harus dibayar untuk mendidik mereka menjadi kreatif.” (BS – Kita Dibilang Jember Foolishperson Carnaval, par. 3)*

JFCC memberikan toleransi yang cukup atas kesalahan yang dilakukan dalam mengintegrasikan ide atau gagasan baru. Toleransi atas kesalahan yang dilakukan akan memperbesar kesempatan individu dalam organisasi untuk bereksperimen terhadap idenya. Organisasi menilai kesalahan sebagai bagian dari proses belajar dan mengembangkan kreativitas.

### ***Fleksibilitas Mengintegrasikan Ide***

Sebagai organisasi yang bergerak di sektor industri kreatif, fleksibilitas dalam mengintegrasikan ide menjadi sebuah karya adalah hal yang mutlak diperlukan. Fleksibilitas mengintegrasikan ide adalah salah satu determinan budaya organisasi yang dimiliki oleh JFCC.

*“Ada banyak tantangan yang harus dihadapi disini. harus pinter-pinter memanfaatkan sumber daya yang ada lah. Kan dananya juga terbatas. Tapi kita tetap tidak boleh menurunkan standar. Jadi disini itu harus kreatif memanfaatkan semua bahan yang bisa dipake. Diubah, di mix and match... kayak yang tadi mbak Tia bikin kan... itu korsase, tapi kita bikinnya dari kantong plastik. Kayak ini juga misal yang kita lagi siapin buat ke Gading (JF3), itu kan temanya baru. Temanya ocean light.. jadi kita pake beberapa properti dari sisa Dream Sky.. gitu... Intinya disini memang selalu dituntut untuk kreatif.” (NA – **Dari ESMOD Paris Ke Jember, par. 5**)*

*“Plafon pembuatan kostum itu sebenarnya maksimal 500 ribu. Selebihnya kami menekankan pada penggunaan bahan daur ulang dan ramah lingkungan. Tapi ya ada yang kadag lebih dari plafon yang ditentukan. Cuma kami menekankan pada kreativitas mereka untuk memanfaatkan sumber daya yang ada disekitar.”(DF – **Ini Persembahan Saya Untuk Jember, par. 10**)*

Setiap karya yang dihasilkan oleh JFCC dapat dikatakan tinggi akan nilai kreativitas, karena dalam proses eksekusinya kreator harus kreatif memanfaatkan segala sumber daya yang ada dan mengubahnya menjadi bentuk lain yang memiliki nilai seni. Proses utama yang ditekankan dalam membuat karya di JFCC adalah kreativitas dalam mendaur-ulang memanfaatkan sumber daya yang tersedia di sekitar. Kondisi yang demikian akan membiasakan individu untuk berpikir lebih kreatif dalam memanfaatkan sumber daya yang ada.

***Partisipasi Aktif***

Dalam prosesnya, JFCC tergolong organisasi yang terbuka. Keterbukaan itu tercermin dari kebebasan untuk menyampaikan ide dan keterlibatan dalam proses pengambilan keputusan untuk organisasi. Jaringan manajemen JFCC banyak melibatkan anggotanya untuk memberi masukan dalam memajukan organisasi kedepan.

*“Misalnya untuk tahun ini apa.. trus defile yang masuk di tema itu apa. Tapi dari dianya itu cuma tema besar, sama beberapa defile juga. Tapi nanti akan dirapatkan lagi sama anak-anak. Biasanya diajak kumpul gitu. Ngobrol bareng-bareng.. nanti kita boleh kasih masukan... enak nya gimana... range warnanya apa... ya masukan-masukan gitu... macem-macem. Jadi anak-anak itu juga ikut nentuin JFC kedepannya gimana. Mereka ikutan urun rembuk juga. Aku juga di tim kreatif gitu. aku kan dapat konsep besarnya dari mas Fariz... kayak kemaren itu marching band-nya Dream Sky. Ya udah, aku obrolin sama anak-anak, ini enak nya gimana? Ditambahin apa disana-sini.. bagus nya gimana. Gitu... nanti baru deh dibikin.”(NA – **Dari ESMOD Paris Ke Jember, par. 4**)*

Di JFCC setiap orang memiliki hak untuk mengemukakan pendapat atau gagasan yang sifatnya konstruktif untuk kemajuan bersama. Pihak manajemen pun selalu melibatkan anggota untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan atau pematangan konsep acara yang akan digelar. Dengan demikian anggota terlibat aktif dengan ikut ambil bagian dalam proses pengambilan keputusan organisasi dengan menampung segala masukan yang diberikan oleh anggota. Selain menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap organisasi karena memiliki kesempatan untuk berkontribusi secara langsung terhadap kemajuan organisasi, budaya partisipatif ini juga menstimulasi individu untuk mengeluarkan potensi terbaiknya dalam memberikan saran yang konstruktif untuk kemajuan organisasi.

***Personal Branding***



JFCC memiliki aturan tidak tertulis yang mewajibkan seluruh anggotanya untuk menghasilkan karya yang orisinal. Walaupun transfer ilmu dilakukan dari senior ke junior, setiap orang “wajib” memiliki ciri khas yang melekat secara konsisten dalam setiap karyanya. Sehingga, setiap orang di dalam organisasi memiliki kekhasan dalam karyanya yang akan tidak boleh ditiru oleh anggota lainnya.

*“Di JFC ini mbak, masing-masing orang punya ciri khas. Jadi setiap orang itu selalu tahu, oh ini pasti karyanya si A atau si B. Walaupun misalnya dia bikin untuk defile yang berbeda, itu selalu kelihatan bedanya mbak. Ya kalo orang awam mungkin nggak tahu ya, tapi kalo kita ya mesti tahu. Oh... ini gayanya si Ivan nih yang ditiru sama anak ini. Biasanya sih yang sering gitu anak-anak baru. Kan mereka belum tahu ya... Dulu aku juga gitu, trus si Ivan itu juga gitu. Sampe pernah dibilang Miss Copy Paste. Tapi dia semenjak tahu Lady Gaga dia jadi punya style sendiri. Ya itu punya Ivan. Aku juga punya style sendiri. Semua orang disini... yang sudah senior ya, mesti punya sendiri, dan itu nggak akan sama mbak...”* (CH – **Mereka Punya Personal Brand Sendiri, par. 3**)

Organisasi juga memiliki resistensi terhadap segala bentuk plagiasi dalam setiap karya yang dihasilkan oleh anggotanya. Orisinalitas ide dan kreasi yang dituangkan dalam setiap karya adalah adalah peraturan tidak tertulis yang harus diikuti oleh anggota di dalamnya.

*“Ya asal comot gitu mbak. Oh... liat yang ini bagus, diambil. Yang itu bagus, diambil. Ya niru sana-sini. Namanya itu... kalo kita dijulukannya miss copy paste. Tapi ya dimarahin mbak kalo kayak gitu. Kan namanya dia ngambil pemikiran orang. ya nggak dibentak-bentak gitu... tapi jadi bahan gosipan gitu lah. HUUU, kamu niru ini kan? Niru ini, itu... ya pasti digituin. Tapi dengan celaan-celaan seperti itu kan kita bisa menilai diri kita... oh iya berarti kita emang nggak kreatif. Kita hanya memindah bentuk-bentuk yang ada, cuma dijadiin satu.”* (CH – **Mereka Punya Personal Brand Sendiri, par. 2**)

Lingkungan organisasi melatih individu untuk membangun personal brand-nya masing-masing. Setiap orang dilatih untuk memiliki ciri khas tersendiri dalam

setiap karyanya, yang sulit ditiru dan menjadi karakter utama dalam setiap karya yang dihasilkan. Dampaknya, plagiasi merupakan hal yang tidak dapat diterima oleh organisasi. Dengan adanya peraturan tidak tertulis semacam ini, organisasi mengondisikan individu untuk selalu mengasah kreativitasnya.

### ***Berkembang Sesuai Passion***

Organisasi ini memiliki keyakinan bahwa setiap orang memiliki kompetensi di bidang keahlian yang berbeda-beda. Oleh karena itu, dalam dinamikanya anggota organisasi terbiasa untuk melihat seseorang berdasarkan keunikan kapabilitas yang dimiliki masing-masing. Setiap orang dalam organisasi terbiasa menghargai bidang keahlian masing-masing anggota, sehingga individu dapat tumbuh dan berkembang dalam organisasi sesuai dengan kapabilitasnya.

*“Jadi aku nggak pernah mendidik mereka... harus jadi desainer, kalian harus pintar gambar, kalian harus pintar make-up... nggak pernah. Karena aku yakin bakat orang itu beda-beda. Kalo aku sih ngasih ke anak buahku gini.. misalnya kayak Tita itu... mas, aku nggak bisa gambar orang... terserah kamu, kamu mau gambar orangnya itu protolan, tangannya sendiri, badannya sendiri... nggak papa. Atau kamu mau gambar satu tubuh, sebisa mungkin nggak papa, yang penting kalian terangin ke aku sebisa mungkin dan aku paham apa yang kalian inginkan, apa yang kalian insprirasikan itu aku paham. Aku nggak pernah menjudge ini jelek gambarnya.. gambar lagi... gambar lagi. Nggak. Karena aku yakin orang itu punya bakat beda-beda. Tapi ada orang yang begitu aku suruh gambarnya udah kebentuk bagus... ini kembangin lagi ya...” (CH – Kita Berbagi, Tapi Ya Jangan Belagu, par. 4)*

*“Kalo saya nggak pintar desain. Saya bisanya teknik jahitnya. OC kan sekolah arsitek, dulunya... jadi dia pintar gambar. Jadi bakatnya beda-beda. Saya disini, dia disana, jadi saling melengkapi” (SH – Perjuanganku Pernah Difilmkan & Masuk Nominasi Eagle Award, par. 4)*

Disini terlihat bahwa organisasi menghargai keberagaman bakat yang dimiliki oleh masing-masing individu. Penerimaan organisasi terhadap keberagaman bakat inilah yang juga ikut menjadi salah satu determinan budaya organisasi yang berkontribusi mengembangkan kreativitas individu. Dengan ini organisasi memberikan kesempatan kepada individu untuk berkembang sesuai dengan bidang keahliannya.

### ***Quality Control***

JFCC merupakan organisasi yang bekerja secara profesional, sehingga mereka memiliki standar yang cukup tinggi dalam setiap karya yang dihasilkan. Pada kenyataannya, setiap hasil karya terpilih untuk ditampilkan dan menjadi representasi JFCC selalu melalui proses penyaringan yang cukup ketat. Pihak manajemen organisasi akan melakukan penilaian secara mendetail terhadap kualitas masing-masing karya, sehingga karya yang berhak untuk ditampilkan adalah karya yang benar-benar memiliki nilai seni dan berkualitas.

*“Saya memang menuntut kesempurnaan dan profesionalitas dari orang-orang yang terlibat disini. Tidak boleh ada karya asal-asalan yang ditampilkan. Semua harus belajar untuk mengikuti standar kami. Kami juga membiasakan anak-anak disini untuk mempersiapkan segala sesuatu dengan matang. Baik show time maupun road show, selalu ada persiapan yang panjang dibalik itu.” (DF – Ini Persembahan Saya Untuk Jember, par. 2)*

*“Jangan pernah merasa puas. Ada banyak hal yang harus diperbaiki, diperbaiki lagi. Saya memang terjun langsung untuk mengawasi dan menilai karya-karya mereka. Harus ada quality control. Bukan saya mau berkuasa. Tapi saya ingin mengajarkan kepada mereka tentang totalitas dan kesempurnaan karya. Ini lho karya yang punya nilai. Ini lho karya yang bisa disebut punya nilai seni. Dengan begitu orang akan melihat kita. Kita membuktikan bahwa kita punya ilmu. Bukan sekedar karnaval*

*dijalan-jalan itu. Kita kelasnya sudah dunia.” (DF – Ini Persembahan Saya Untuk Jember, par. 8)*

Proses *quality control* terhadap hasil karya setiap individu memang menjadi salah satu aktivitas yang paling penting di JFCC. Kegiatan utama organisasi yang selalu berkaitan erat dengan memamerkan hasil karya adibusana akan selalu diawali dengan uji kelayakan karya terlebih dahulu. Kegiatan tersebut disebut “Presentasi”, dimana setiap anggota wajib menampilkan hasil karyanya. Hasil karya yang dipresentasikan selanjutnya akan diberikan masukan sebagai bagian dari penyempurnaan. Dari kegiatan tersebut, tercermin bahwa karya-karya JFCC yang ditampilkan dikerjakan secara profesional melalui proses *quality control* yang baik.

### ***Tantangan dan Kompetisi***

Setiap orang yang bergabung dalam JFCC dituntut untuk selalu bersedia menerima setiap tantangan yang diberikan oleh organisasi. Organisasi bergerak di sektor industri mode yang menuntut terjadinya perubahan. Secara langsung, individu dalam organisasi juga dibiasakan untuk menerima tantangan.

*“...kita harus bikin sesuatu yang luar biasa. Jadi karyanya nggak boleh cuma biasa-biasa aja. Mas Fariz nggak mau yang begituan. Dia orangnya total... perfeksionis... jadi nggak mau setengah-setengah. jadi orang disini harus biasa kerja dengan standar yang tinggi. Maksudnya hasil karyanya itu harus benar-bener bagus. Harus selalu ada inovasi. Nggak mau tahu... kalo yang kemaren udah, ya kedepan harus lebih bagus lagi” (NA – Dari ESMOD Paris Ke Jember, par. 5)*

Dalam pengelolaannya, setiap individu yang bergabung dalam organisasi dilatih untuk memiliki kemampuan di banyak bidang. Organisasi memiliki sistem *job-*

*rolling* sehingga individu dituntut tidak hanya memiliki keahlian dalam menciptakan karya *defile* tertentu saja.

*“...jadi misalnya kayak aku, aku sebenarnya pengen ikut Bali... aku udah belanja bahan Bali, tapi ternyata nggak boleh ikut Bali. Jadi aku dipindah sama mas Dynand. Dipindah ke Animal Plant. Animal Plant ini belum ada seniornya, ya jadi ya aku. Ditiup seperti kertas, biar nyebar. Itu tantangan buat aku. Aku seperti itu... awalnya kecewa, tapi setelah itu besoknya, oh iya ya... aku kalo misalnya nggak dikasi tantangan begini berarti aku nggak kreatif.” (CH – Malam Mingguan Belajar Bareng, par. 3)*

*“Makanya aku pernah ngomong ke kamu, anak SMK yang magang di JFC sama yang magang di tempat lain itu kreativitasnya beda. Karena disini dituntut untuk inovasi baru, inovasi lagi. Nggak boleh sama kayak yang kemaren. Harus berubah. Harus lebih bagus. Dengan paksaan-paksaan itu, pikiran kita menjadi terbiasa... oh iya aku kemaren udah gini, besok harus berubah. Dituntut untuk berkarya. Disini akhirnya kita terbiasa.” (CH – Malam Mingguan Belajar Bareng, par. 5)*

Manajemen JFCC mengondisikan setiap anggotanya untuk bersikap terbuka terhadap segala perubahan yang terjadi. Dengan pengkondisian semacam ini, kemampuan individu dalam menciptakan ragam karya akan semakin terasah. Kreativitas akan muncul dari setiap tantangan yang diberikan oleh organisasi.

Organisasi juga memiliki sistem kompetisi dengan melombakan setiap karya yang dihasilkan oleh anggotanya. Kompetisi difungsikan sebagai stimulus yang memacu kreativitas para anggota untuk menghasilkan karya terbaiknya.

*“Sampai pada grand jury, disini memang suasananya kompetisi mbak. Jadi kostum itu dinilai per-individu. Siapa yang akan mendapatkan piala best costume, best performance sampai pada penerima JFC Award.” (DF – Ini Persembahan Saya Untuk Jember, par. 5)*

*“Ya kalo masalah kostum itu memang anak-anak harus keluar dana sendiri mbak. Kan nanti dilombakan. Mereka yang pakai sendiri, kalo menang ya piala atau hadiahnya untuk pribadi. Kecuali ada roadshow kemana gitu, itu sudah atas nama JFC maka kami yang bantu mereka mempersiapkan kostum. Tapi ilmu yang mereka dapatkan disini kan semua gratis.” (BS – Kami Dibilang Jember Foolishperson Carnaval, par. 2)*

Kompetisi individual akan menjadi stimulus yang menstimulasi setiap anggota untuk mengerahkan kemampuannya dalam menghasilkan karya seni. Berujung pada penghargaan dan kesempatan untuk mengembangkan diri bagi para pemenang, individu dalam organisasi senantiasa ditantang untuk mengembangkan ide dan kreativitasnya.

### ***Apresiasi & Penghargaan***

JFCC memiliki budaya menghargai upaya yang dilakukan oleh anggotanya dalam rangka memajukan organisasi, sekecil apapun bentuk perjuangan yang mereka lakukan.

*“...tapi aku di JFC itu benar-benar dihargai... aku yang cowok malah melebihi kemampuannya cewek... aku bisa make-up, aku bisa bikin kostum... gitu... tanpa aku harus kursus dimana... atau lulusan SMK gitu... tapi aku bisa bikin sebuah adibusana, gitu.” (CH – Kita Berbagi Ilmu, Tapi Ya Jangan Belagu, par. 2)*

Apresiasi yang diberikan organisasi terhadap kontribusi yang diberikan individu pada organisasi juga terasa sangat kental ketika peneliti diajak bergabung dalam acara seremonial sederhana untuk melepas Dimas dan Novi, siswa SMK yang telah 4 bulan magang di JFCC. Seremonial sederhana semacam ini adalah bentuk penghargaan yang diberikan oleh organisasi atas kontribusi mereka kepada JFCC selama ini. Bahkan walaupun Dimas dan Novi masih tercatat sebagai anggota JFC mereka masih akan sering bertemu, seremonial sederhana semacam ini menandakan bahwa organisasi sangat menghargai kontribusi mereka. Organisasi juga secara eksplisit memberikan dukungan moral kepada mereka berdua untuk terus mengembangkan kemampuannya dengan memberikan kenang-kenangan

pensil warna yang dapat mereka berdua gunakan untuk mengasah kemampuan desainnya. (*Catatan Lapangan Perpisahan Dimas & Novi, 29 Mei 2011*)

Wujud lain dari apresiasi yang diberikan organisasi terhadap pencapaian individu adalah penghargaan yang diberikan kepada setiap anggota organisasi yang memiliki prestasi atau kinerja terbaik. Penghargaan ini diberikan secara berkala setiap tahunnya melalui penilaian dengan mempertimbangkan beberapa faktor. Penghargaan tersebut berupa pemenang nominasi untuk beberapa kategori seperti *best dance*, *best costume* sampai pada penganugerahan *JFC Award* pada individu yang dinilai memiliki kinerja paling baik dan loyalitas yang tinggi pada organisasi.

#### **IV.6. Strategi Mengembangkan Kreativitas Individu Dalam Organisasi**

##### ***“JFCC WAY: Mengubah Yang Biasa Menjadi Luar Biasa”***

JFCC adalah satu dari beberapa *role model* organisasi yang dapat dikatakan cukup sukses dalam mengembangkan kreativitas individu dalam tubuh organisasinya. Ada dua faktor mendasar yang mempengaruhi munculnya kreativitas individu. Yang pertama adalah kapasitas personal individu itu sendiri, dan yang kedua adalah upaya menstimulasi kreativitas lewat lingkungan. Kreativitas merupakan sesuatu yang dapat ditularkan kepada orang lain dengan cara belajar, mengamati dan mengimitasi perilaku orang lain dalam kelompok. Dengan kata lain individu memiliki kapabilitas untuk menjadi kreatif dalam lingkungan dimana orang-orang di sekitarnya mengizinkan kreativitas itu tumbuh.

Di JFCC, kreativitas individu dibentuk dan dipoles oleh lingkungan, seiring dengan interaksi yang intens dengan anggota organisasi. Pihak manajemen JFCC pun mengakui bahwa proses belajar lebih banyak terjadi sering dengan berjalannya waktu saat individu berproses didalam. JFCC memiliki sistem dan strategi sendiri yang memang sengaja dirancang menjadi lingkungan yang kondusif bagi tumbuh kembangnya kreativitas individu. Kondisi lingkungan semacam ini yang menjadi kunci utama kesuksesan JFCC sehingga menjelma menjadi organisasi dengan karya-karya kreatif yang penuh dengan inovasi namun tetap memiliki nilai seni yang tinggi.

Secara keseluruhan, JFCC memiliki tiga tahapan yang merupakan sebuah rangkaian dari proses pengembangan kreativitas. Tahap pertama adalah *introduction* (pengantar) yang mencakup kesempatan dan pembekalan. Bertolak dari kenyataan bahwa banyak individu yang potensial untuk menjadi kreator namun memiliki berbagai keterbatasan yang tidak memungkinkan dirinya untuk berkembang di dunia entertainment maka JFCC memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk bergabung dan belajar menjadi kreator tanpa menetapkan persyaratan khusus seperti dalam organisasi lainnya. Disini JFCC mempercayai bahwa setiap orang memiliki bakat dan potensi untuk berkembang.

Faktanya, hampir seluruh individu yang kemudian bergabung dibawah bendera JFCC adalah para pemula yang sama sekali tidak memiliki bekal pengetahuan tentang desain dan segala sesuatu terkait karnaval, maka JFCC menyasiatinya dengan mengadakan *in-house training*. *In-house training* ini merupakan rangkaian pelatihan diawal periode tahunan yang wajib diikuti oleh



seluruh anggota baru. Tujuannya adalah untuk memberikan bekal dasar seputar *desain, runway, make up* dan sebagainya dengan harapan proses belajar dalam kelompok akan lebih mudah terasimilasi

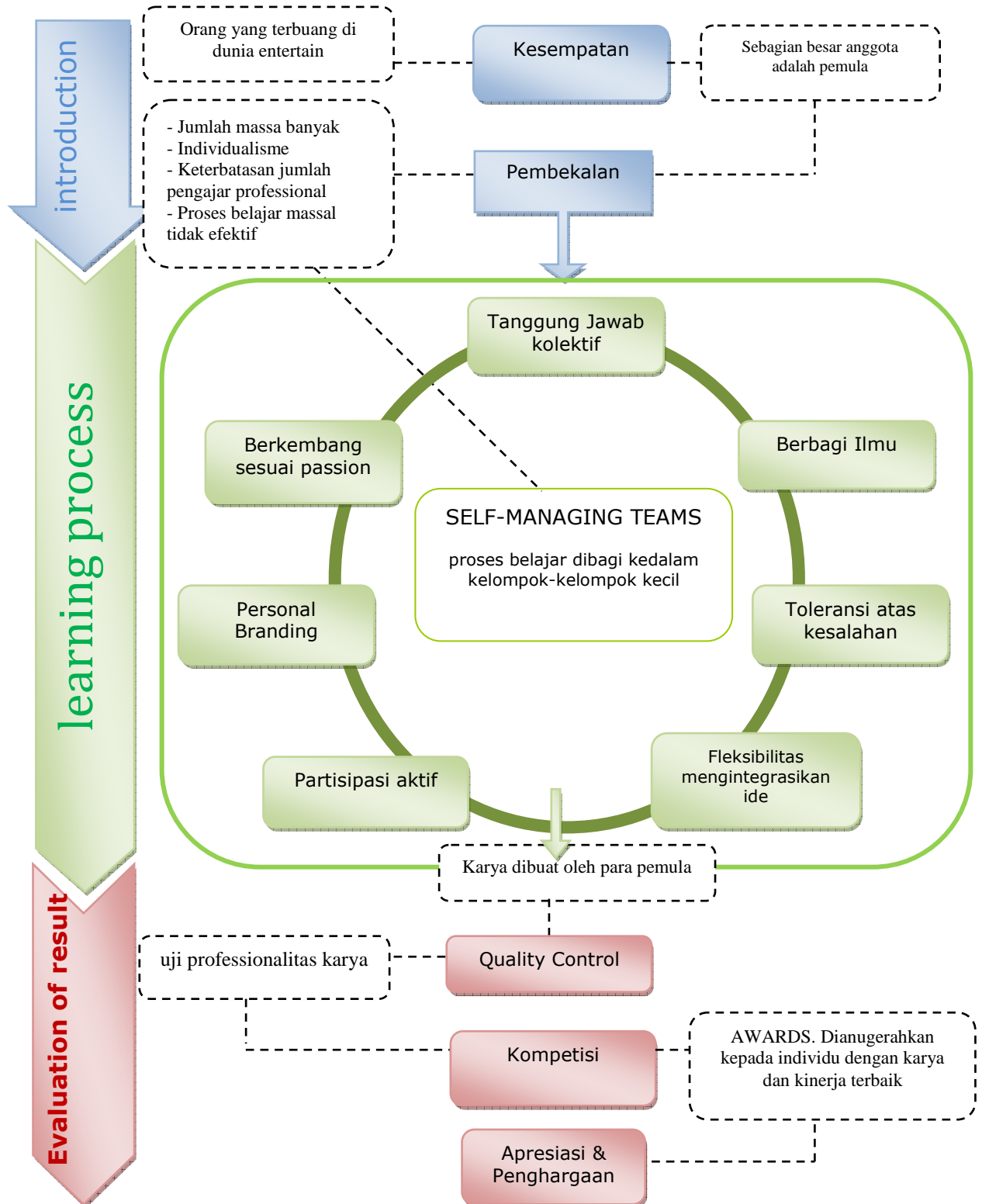
Permasalahan utama dari situasi yang dihadapi JFCC adalah minimnya ketersediaan figur senior yang mampu mengajar. Untuk menyiasatinya, proses belajar dalam JFCC dibagi kedalam kelompok-kelompok kecil. Dalam dinamika kelompok ini kemampuan individu untuk menjadi kreator dipoles. Desentralisasi proses belajar juga membuat transfer ilmu berlangsung lebih intensif karena leader (dalam hal ini senior JFCC) memiliki kesempatan yang lebih besar untuk berinteraksi dan mengawasi secara lebih intens perkembangan setiap anggotanya.

Di JFCC, kreativitas individu dibentuk dan dipoles oleh lingkungan, seiring dengan interaksi yang intens dengan anggota organisasi. Pihak manajemen JFCC pun mengakui bahwa proses belajar lebih banyak terjadi sering dengan berjalannya waktu saat individu berproses didalam. JFCC memiliki cara kerja sendiri yang memang sengaja dirancang menjadi lingkungan yang kondusif bagi tumbuh kembangnya kreativitas individu. Cara kerja semacam ini yang menjadi kunci utama kesuksesan JFCC sehingga menjelma menjadi organisasi dengan karya-karya kreatif yang penuh dengan inovasi namun tetap memiliki nilai seni yang tinggi.

Ketika ilmu telah terasimilasi dengan baik dalam kelompok, individu akan mulai dituntut untuk menghasilkan karya. Karya-karya tersebut yang nantinya akan dipamerkan pada khalayak umum. Tahap selanjutnya setelah proses belajar dalam kelompok adalah proses kontrol kualitas terhadap setiap

karya yang dihasilkan dan merepresentasikan nama JFCC. JFCC selalu menjunjung tinggi nilai profesionalitas dalam bekerja. Setiap karya yang ditampilkan ke khalayak, yang mewakili JFCC baik itu pada *show time* maupun *road show* selalu melalui proses *quality control* yang ketat terlebih dahulu. Dengan bagitu, setiap anggota organisasi dibiasakan untuk bekerja dengan standar hasil karya yang tinggi secara profesional

Di akhir proses belajar, setiap karya yang dihasilkan setiap anggota akan diikutsertakan dalam olimpiade dan dinilai oleh dewan juri yang merupakan profesional di bidang mode. Kompetisi individual akan menjadi stimulus yang menstimulasi setiap anggota untuk mengerahkan kemampuannya dalam menghasilkan karya seni. Berujung pada penghargaan dan kesempatan untuk mengembangkan diri bagi para pemenang, individu dalam organisasi senantiasa ditantang untuk mengembangkan ide dan kreativitasnya.



Bagan 2: Strategi JFCC Mengembangkan Kreativitas

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1. Kesimpulan

*Jember Fashion Carnaval Council* merupakan salah satu figur organisasi yang bergerak di bidang *mode* dan memiliki kemampuan inovasi karya yang cukup baik. Dalam hal ini, JFCC juga merupakan figur organisasi yang mampu mengubah seseorang yang tadinya tidak kreatif menjadi kreator yang bisa menghasilkan karya bernilai tinggi. Kreativitas bukan merupakan hasil dari proses individual saja melainkan produk dari hasil interaksi dengan sistem sosial (Csikszentmihalyi, 1999 dalam Henry, 2001). Artinya, lingkungan memegang peranan yang cukup besar dalam menstimulasi kreativitas individu. Begitu pula yang terjadi di JFCC.

Di JFCC, kreativitas individu dibentuk dan dipoles oleh lingkungan, seiring dengan interaksi yang intens dengan anggota organisasi. Pihak manajemen JFCC pun mengakui bahwa proses belajar lebih banyak terjadi sering dengan berjalannya waktu saat individu berproses didalam. JFCC memiliki sistem dan strategi sendiri yang memang sengaja dirancang menjadi lingkungan yang kondusif bagi tumbuh kembangnya kreativitas individu. Kondisi lingkungan semacam ini yang menjadi kunci utama kesuksesan JFCC sehingga menjelma menjadi organisasi dengan karya-karya kreatif yang penuh dengan inovasi namun tetap memiliki nilai seni yang tinggi.

## **V.2. Saran**

### **V.2.1. Saran Bagi Organisasi Lain**

- a. Kreativitas bukanlah sesuatu yang dibawa secara genetik. Kreativitas adalah kemampuan yang dapat ditularkan lewat prose belajar. Oleh karena itu, ada baiknya organisasi memberikan ruang kepada individu didalamnya untuk mengembangkan kreativitas
- b. Penting untuk memiliki sistem yang mengondisikan lingkungan menjadi tempat yang kondusif untuk mengembangkan kreativitas, karena kreativitas individu dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan organisasi
- c. Dalam merancang strategi mengembangkan kreativitas individu harus memperhatikan situasi yang dihadapi oleh masing-masing organisasi. Strategi mengembangkan kreativitas individu yang dimiliki oleh JFCC belum tentu tepat untuk diintegrasikan pada organisasi lain karena bisa jadi konteks situasi yang dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan berbeda dengan situasi yang dihadapi oleh JFCC

### **V.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian yang mengangkat topik strategi mengembangkan kreativitas individu dalam organisasi di Indonesia masih sangat minim. Bagi peneliti selanjutnya, masih terbuka lebar kesempatan

untuk melakukan penelitian lanjutan untuk memperkaya pengetahuan tentang dinamika internal organisasi dalam mengembangkan kreativitas individu di dalamnya. Penelitian tersebut dapat dijadikan bahan komparasi untuk membandingkan model strategi mengembangkan kreativitas dalam organisasi yang bergerak di sektor lainnya.

# LAMPIRAN

**MODAL NEKAT, REUTERS BANTU POPULERKAN KAMI**

SY. Kamis, 21 April 2011

JFCC ini dulunya adalah Dynand Fariz House. Semacam rumah mode yang *core business* utamanya adalah produk *fashion*. Jadi produk utamanya itu pakaian mbak. Kalo dibilang sih, tukang jahit ya. Pengelolanya ya keluarga. Dynand adik saya sebagai desaignernya, saya dan adik saya Darnik sebagai orang yang bertanggung jawab mengorganisir usaha ini. Jadi awalnya semacam bisnis keluarga. Kalo mas Hendy yang tadi bicara lewat telfon sama mbaknya itu tangan kanannya Dynand, adik saya. Seiring dengan berjalannya waktu bisnis keluarga ini tumbuh besar dan mampu mempekerjakan beberapa karyawan. Nah lalu kok kayaknya biasa gitu kalo kerja cuma pake baju biasa. Akhirnya tercetuslah ide untuk mengenakan *dresscode* setidaknya selama satu minggu.

Jadi tuh, karyawan kita diharuskan untuk pake *dresscode* sesuai dengan tema yang kita tentukan. Semuanya, termasuk saya dan Bu Danik ini, nggak cuma pegawainya. Dulu itu pernah ada tema tentang anak-anak, ya udah, saya pake baju anak-anak gitu, didandanin kayak anak-anak juga. Termasuk dia (bu Danik) dan semua orang yang kerja disini. Jadi sebenarnya awalnya bukan pawai, tapi semua orang di bawah naungan Dynand Fariz House harus pake *dresscode* itu dari rumah. Jadi keliatannya kayak pawai, padahal mau berangkat kerja. Nah kita pikir kan unik nih karnaval yang beginian? Sayang kalo kelewat gitu aja. Nah akhirnya kita berpikir gimana caranya ya biar event semacam ini bisa dikenal luas, karena pada waktu itu orang Jember aja mungkin nggak tau ada karnaval semacam ini.

Lalu akhirnya kita memutuskan untuk ikut *Bali Fashion Week* di Denpasar pada tahun 2000. Jadi *Bali Fashion Week* itu mbak tujuannya untuk mengumpulkan produk dari desainer lokal untuk dipromosikan di mancanegara. Dulu ya mbak ya, kondisi JFC masih belum sebegini. dari segi financial juga kita kurang banget. Modal nekat aja kita beli stan disana. Nah setelah itu kita



bingung nih, apa ya yang mau dipajang disana. JFC kan nggak jual produk nih? Kalo yang lain ka nada produknya, baju-baju gitu, nah kita bingung mau mamerin apa disana. Akhirnya anak-anak bilang, ya udah pajang aja foto-foto pas kita lagi pake *dresscode*. Udah nih, disiapin foto-fotonya. Pake video juga. Jadi kita bawa TV sama *video player* yang muterin dokumenter waktu kita lagi pameran. Trus kok mikir, sepi banget ya stan-nya cuma isi foto sama film? Kalo gini, mana ada yang mau dateng? Akhirnya kita punya ide, gimana kalo yang jaga stan pake kostum heboh kayak pas kita lagi karnaval di kantor? Ya udah deh akhirnya kita sepakat. Mulai deh persiapannya. Karena *budget* kita nggak banyak ya mbak, akhirnya apa aja deh kita pake buat bikin kostumnya. Kain korden, cat tembok, lem, bunga-bunga di vas, apa aja lah kita pake buat bikin kostum. Hahahaha. Jadi yang ada aja itu kita manfaatin.

Pas disana, yang lain kan pada jualan barang tuh. Ya kain, baju asesoris nah yang kita nggak jualan. Kita cuma nari-nari disana. Pokoknya kita bikin heboh. Nah ternyata orang-orang pada penasaran sama kita. Sampe akhirnya ada reporter dari majalah Reuters itu motret kita. Reuters itu kan majalah luar, jadi sekalinya foto kita cetak nyebarnya langsung ke seluruh dunia. Gempar deh dunia pada nanya ini dimana? Lho ternyata mereka dari Jember, Indonesia. Baru deh beberapa hari kemudian dari Kompas datang buat meliput JFC. Bahkan sekarang JFC sudah masuk berita wajib liput mbak. Dulunya yang ngeliput cuma Radar Jember. Mulai saat itulah kita dikenal, baik di Indonesia maupun di mancanegara.

**DARI ESMOD PARIS KE JEMBER**

NA. Jumat, 29 April 2011

Aku... pertama kali masuk udah tiga tahun yang lalu... jadi yang akan datang ini JFC yang ke-4. Pertama disini udah langsung megang tim kreatif, sampai sekarang. Dulu itu kerjanya nggak disitu... nggak dibawah, tapi ada ruangan khusus di atas. Itu khusus punya tim kreatif. Tapi karena udah mulai banyak barang yang perlu untuk disimpan, aku akhirnya turun kebawah. Nggak enak juga kan kalo sepi diatas sendirian. Pada awalnya aku nggak ngerti apa itu JFC. Nggak tahu sama sekali. Jadi ceritanya waktu itu aku baru pulang dari Paris, ternyata ESMOD baru buka cabang sekolah di Jakarta. Aku diminta jadi dosen disana. Ya udah... akhirnya aku ngajar disana. Kebetulan waktu itu mas Fariz lagi sekolah disana juga. Akhirnya ketemu deh kita.

Dulu itu dianya sempat nanya, mau nggak kalo diminta bantuin JFC? Aku waktu itu belum tahu banyak... tapi akhirnya kubilang, boleh deh.. eh.. kok akhirnya ditelepon dan berangkatlah aku kesini. Sebelumnya aku belum pernah tahu Jember. Nggak tahu sama sekali. Terus yang lucu nih ya, pertama kali aku nyampe sini kan ada anak-anak lagi pada bikin kostum disini... aku kaget juga... hah? Kok ada kostum dilem? Kok kostum di lem gitu? Selama aku di Prancis nggak ada itu ilmunya yang namanya kostum dilem. Tapi ternyata disini sudah biasa gitu. Trus aku lihat hasilnya... eh iya, ternyata bagus juga ya hasilnya... kalo udah jadi gitu dilihatnya bagus.

Emang kalo anak-anak regular itu kostumnya bikin sendiri-sendiri. Kan nanti karya mereka dilombain gitu... tapi kalo yang aku bikin itu... yang anak tim kreatif bikin itu untuk *marching band*. Jadi anak *marching band*... kebetulan sekarang temanya *Royal Kingdom* ya... itu nggak bikin sendiri. Mereka itu... apa ya... lebih difokuskan pada kemampuan main alat musiknya. Jadi kostum kita yang bikinin. Mereka latihannya lebih keras. Ada pelatihnya langsung yang didatengin dari Surabaya. Dan mereka itu latihannya sampe malem. Sampe jam delapan malem... kadang lebih.

Biasanya sih kalo tema besarnya dari mas Fariz. Misalnya untuk tahun ini apa.. trus defile yang masuk di tema itu apa. Tapi dari dianya itu cuma tema besar, sama beberapa defile juga. Tapi nanti akan dirapatkan lagi sama anak-anak. Biasanya diajak kumpul gitu. Ngobrol bareng-bareng.. nanti kita boleh kasih masukan... enakya gimana... range warnanya apa... ya masukan-masukan gitu... macem-macem. Jadi anak-anak itu juga ikut nentuin JFC kedepannya gimana. Mereka ikutan urun rembuk juga. Aku juga di tim kreatif gitu. aku kan dapat konsep besarnya dari mas Fariz... kayak kemaren itu *marching band*-nya *Dream Sky*. Ya udah, aku obrolin sama anak-anak, ini enakya gimana? Ditambahin apa disana-sini.. bagusya gimana. Gitu... nanti baru deh dibikin.

Ada banyak tantangan yang harus dihadapi disini. Yang pertama kita harus bikin sesuatu yang luar biasa. Jadi karyanya nggak boleh cuma biasa-biasa aja. Mas Fariz nggak mau yang begituan. Dia orangnya total... perfeksionis... jadi nggak mau setengah-setengah. jadi orang disini harus biasa kerja dengan standar yang tinggi. Maksudnya hasil karyanya itu harus bener-bener bagus. Harus selalu ada inovasi. Nggak mau tahu... kalo yang kemaren udah, ya kedepan harus lebih bagus lagi. Yang kedua, harus pinter-pinter memanfaatkan sumber daya yang ada lah. Kan dananya juga terbatas. Tapi kita tetap tidak boleh menurunkan standar. Jadi disini itu harus kreatif memanfaatkan semua bahan yang bisa dipake. Diubah, di mix and match... kayak yang tadi mbak Tia bikin kan... itu korsase, tapi kita bikinnya dari kantong plastik. Kayak ini juga misal yang kita lagi siapin buat ke Gading (JF3), itu kan temanya baru. Temanya *ocean light*.. jadi kita pake beberapa properti dari sisa *Dream Sky*.. gitu... Intinya disini memang selalu dituntut untuk kreatif

**PERJUANGANKU PERNAH DIFILMKAN & MASUK NOMINASI  
EAGLE AWARD**

SH. Kamis, 5 Mei 2011

Sebenarnya pengen ikut bergabung udah di JFC yang lalu lalu... tapi pikiran saya itu... mungkin yang kepilih itu orang yang cakep-cakep... kaya, model... gitu. Jadi nyangkanya orang-orang seperti itu. Tapi ternyata nggak. waktu itu ngajar pramuka. Karena waktu itu kebetulan pramuka suruh jaga JFC. Trus ada temenku itu, lho itu kok ikut JFC ya? Gimana caranya? Jadi dia sekolah dimana gitu... nah setelah itu JFC udah ilang di pikiranku, aku ngajar pramuka di SMP Sukorambi... nah... yang diajar itu ada anak JFC. JFC mahal nggak? Aku tanya gitu. Nggak mas, gratis, datang aja kesana. Udah... udah nyampe di depan sini minder kan sama temenku. Naik sepeda onthel gitu, pake sandal jepit, celana pendek. Jadi sama mas Fariz suruh buka, daripada pake sandal jepit mending dibuka aja.

Jadi aku duduk disitu daftar. Setelah itu pulang... besoknya suruh pake sepatu, celana jeans. Berjalan satu minggu latihan, temenku nggak boleh ikut latihan JFC, nggak boleh di JFC. Soalnya kenapa? Dari dianya sibuk, dari segi biaya juga... Akhirnya ya udah aku jalan... jalan dari Sukorambi, jaraknya itu sekitar 15 kilo. demi Allah saya jalan itu mbak... setelah itu saya jalan... Waktu itu saya nggak mikirin apa-apa. JFC JFC JFC gitu. Nah setelah itu saya bilang sama guruku, pak saya ikut JFC. Lho kamu itu gimana biayanya? Trus kamu... apa namanya... gininya gimana, transportasinya? Ya udah terserah saya bapak... yang penting aku pengen ikut JFC, biar tahu gimana sih orang-orangnya.

Ya, udah gitu daftar, trus tanya-tanya. Kata mas Fariz, jangan tanya dulu yang penting kamu ikut JFC masuk defile apa, gitu... Nah waktu itu ikut defile Papua awalnya. Setelah mikir-mikir, Papua itu lumayan mengeluarkan duit ya? Gimana caranya aku pengen ikut defile yang murah. jadi aku ikut defile Roots. Akar-akaran semua gitu lho mbak... dan mungkin kataku setelah bikin kostum itu biasa. Ternyata kata temen-temen bagus. Ya bagus lah, bukan kayak yang pertama kali ikut. Kayak yang udah pernah ikut berapa kali... gitu.

Kalo saya nggak pinter desain. Saya bisanya teknik jahitnya. OC kan sekolah arsitek, dulunya... jadi dia pinter gambar. Jadi bakatnya beda-beda. Saya disini, dia disana, jadi saling melengkapi. Saya belajarnya sama si OC itu. Kita sama soalnya. Sama-sama nggak tahu, sama-sama keadaan ekonominya juga susah. jadi sharing, gimana ini? Gini... gini aja. Ini ambil sumbu kompor yang bekas, ini dari kain-kain perca gitu... dia juga bantu kain-kain perca gitu... yaudah, jadi kostum roots. Kalo soal desain sih mbak, saya bikin desain apa adanya dulu, baru kalo satu tahun kedepannya lagi baru diajarin desain, diajarin make-up. Masalah desain yang saya desain sendiri mbak. katanya leadernya itu nggak papa jelek asalkan rapi. Ya udah aku bikin yang penting bisa dimengerti sama orang. Dan... apa ya... gini lho, orang itu heran sama kostumku sendiri. Rasanya menurutku biasa, tapi kok menurut orang bagus.

Pertama bergabung disini saya ditentang sama orang tua mbak. Terutama sama kakak saya. Pernah waktu itu karya saya sudah hampir jadi, trus mau dibakar sama kakak saya. Saya bawa lari mbak, lewat sawah-sawah gitu trus sampe ke hutan. Rumah saya kan di desa mbak, deket hutan. Alhamdulillah, setelah sekarang saya sudah bisa mandiri, sering diminta ikut roadshow kemana-mana akhirnya mereka bilang terserah saya. Teman-teman disini juga banyak sekali membantu.

Itu beneran lho mbak yang aku bilang tadi. Aku bener-bener jalan kaki 15 kilo. Bener-bener jalan... Makanya dulu itu ceritaku pernah dibuat jadi film gitu. Trus katanya masuk nominasi Eagle Award. Aku sendiri nggak ngerti, nggak liat. Teman-teman disini yang malah ribut, hee.. kamu ada di tivi... Gitu katanya.

**INI PERSEMBAHAN SAYA UNTUK JEMBER**

DF. Sabtu, 7 Mei 2011

Saya sebelumnya tidak merasa bangga menjadi warga Jember. Setiap kali ada berita di tivi terkait kota saya beritanya hanya perampokan dan perkosaan. Ada keinginan kuta dalam diri saya untuk mengubah image Jember. JFC ini memang didedikasikan untuk siapa saja yang memiliki keinginan kuat untuk belajar. Bahkan kita tidak mematok kriteria khusus siapa-siapa yang bisa bergabung dan belajar disini. Saya juga sangat menghargai orang-orang seperti mbak yang ingin meneliti disini. Tapi memang kami memberikan persyaratan bahwa setiap orang yang ingin meneliti disini harus melihat langsung prosesnya, apa yang terjadi dalam JFC. Bukan untuk apa, tapi supaya mereka memiliki gambaran secara tuh tentang JFC yang sebenarnya. Kami terbuka terhadap segala hal yang sifatnya belajar. Mbak belajar, kami juga belajar. Silahkan lihat sendiri prosesnya. Tidak akan ada yang kami tutup-tutupi.

Saya memang menuntut kesempurnaan dan profesionalitas dari orang-orang yang terlibat disini. Tidak boleh ada karya asal-asalan yang ditampilkan. Semua harus belajar untuk mengikuti standar kami. Kami juga membiasakan anak-anak disini untuk mempersiapkan segala sesuatu dengan matang. Baik show time maupun road show, selalu ada persiapan yang panjang dibalik itu. Seperti pada saat show time, tidak sembarang orang bisa ikut runway. Hanya orang-orang yang mengikuti prosesnya dari awal yang boleh tampil di show time. Diawal ada in-house training. Gratis. Semua harus ikut. Mulai dari make-up, desain, fashion runway, fashion dance. Nanti mereka dibagi dalam defile-defile. Ada leadernya. Nah disitu nanti kemampuan mereka dipoles lewat kerjasama tim.

Leader ini adalah orang-orang senior di JFC. Bisa alumni, peraih JFC Award, orang-orang yang sudah masuk bendera manajemen atau senior-senior yang sudah dipercaya untuk mewakili JFC dalam roadshow baik didalam maupun di luar negeri. Tiap defile itu ada leader. Mereka bertanggung jawab memberi tahu anak-anak baru yang belum tahu apa-apa. Makanya disini, siapapun boleh bergabung. Bahkan yang tidak tahu apa-apa sekalipun. Karena nantinya mereka

akan belajar banyak disini. Leader-leader ini juga tadinya masuk kesini nggak tahu apa-apa juga. Tapi sekarang mereka sudah punya banyak ilmu. Giliran mereka yang membagikan ilmunya pada adik-adik juniornya.

Saya selalu bilang bahwa membesarkan nama JFC namun perlu perjuangan. Semua itu perlu kerjasama tim yang baik, yang luar biasa. Jangan ya mentang-mentang senior kita merasa diatas segala-galanya. Saya belum apa-apa, apalagi anda. Jangan anda merasa bintang yang diatas angin, sehingga anda tidak peduli dengan apa yang akan dipresentasikan besok. Tolong ini anda lakukan sebaik-baiknya. Tim adalah tanggung jawab leader. Saya harus membela JFC. Jika tim tampil jelek, maka bukan orang-orang junior yang saya salahkan, tapi seniornya.

Sampai pada grand jury, disini memang suasananya kompetisi mbak. Jadi kostum itu dinilai per-individu. Siapa yang akan mendapatkan piala best costume, best performance sampai pada penerima JFC Award. Jadi kadang team work-nya kurang bagus. Soalnya mereka-mereka yang senior takut ditiru kostumnya. Tapi ini tidak akan saya biarkan. Bagaimanapun adik-adik ini harus dibantu. Oke, kalian sudah sangat kreatif. Takut karya kalian ditiru. Nggak papa. Tapi tolong tanggung jawab dengan tim kalian. Direnovasi, dipinjami, cari solusi. Itu adalah tugas anda. Presentasi besok adalah untuk kepentingan promo. Lalu apakah kita akan presentasi dengan persiapan yang serba terbatas seperti ini? Nyaman nggak? Jangan cuma kalian pikirkan show show dan show. Tanggung jawab kalian lakukan! Ajari mereka-mereka yang baru ini. Mereka ini nggak tahu. Orang mereka pemula. Ya dibantu untu mengerti, seperti apa...

Saya selalu menekankan bahwa besarnya nama JFC adalah tanggung jawab kita semua. Mereka akan tumbuh besar seiring dengan besarnya nama JFC. Jadi tidak ada istilah persiapan asal-asalan. Seperti pada presentasi kali ini. Jujur saya marah. Kok bisa sih cuma seperti ini? Ini sama saja saya sebagai Dynand Fariz membiarkan anda membuat karya yang biasa saja. Akan datang nggak fotografer dari mana-mana itu? Dari Amerika, Inggris, Australia. Apa mereka akan datang kalau karya yang kalian buat biasa-biasa saja?

Jangan kalian merasa sudah pintar sudah bagus. Jangan. Tunjukkan loyalitas kalian, apa yang kalian bisa kreasikan. Terus belajar. Itu yang saya inginkan. Setiap event yang kita lakukan ini, baik itu show maupun presentasi, itu untuk kepentingan promo. Untuk merebut perhatian orang, membesarkan nama JFC sehingga nanti mereka mau datang berkunjung kesini melihat kita. Itu tugas utama yang harus kita lakukan bersama-sama dengan sungguh-sungguh.

Jangan pernah merasa puas. Ada banyak hal yang harus diperbaiki, diperbaiki lagi. Saya memang terjun langsung untuk mengawasi dan menilai karya-karya mereka. Harus ada quality control. Bukan saya mau berkuasa. Tapi saya ingin mengajarkan kepada mereka tentang totalitas dan kesempurnaan karya. Ini lho karya yang punya nilai. Ini lho karya yang bisa disebut punya nilai seni. Dengan begitu orang akan melihat kita. Kita membuktikan bahwa kita punya ilmu. Bukan sekedar karnaval di jalan-jalan itu. Kita kelasnya sudah dunia.

Saya selalu bilang pada mereka, terutama leader dan senior, bantu adik-adikmu itu belajar. Oke, kamu sibuk dengan kegiatanmu, tapi turunkan dong perwakilanmu. Jangan ditinggal gitu aja. Saya selalu membiasakan setiap orang yang bergabung disini untuk bersikap loyal dan professional. JFC tidak akan tumbuh sebesar ini tanpa kerja keras dan profesionalitas. Itulah kenapa anak-anak yang kemudian bergabung dalam bendera manajemen, atau dipilih untuk mewakili JFC dalam roadshow di dalam maupun di luar negeri itu adalah orang-orang pilihan. Boleh jadi dia pintar, karyanya sudah sangat bagus, tapi dia tidak loyal, cepat merasa puas dengan pencapaiannya, tidak bisa membangun kerjasama dengan teman-temannya, tidak mau berbagi ilmu dengan teman-temannya, dia tidak akan mendapatkan kepercayaan apa-apa disini.

Masalah pendanaan, sejauh ini masih independen. Saya dan tim mendanai sendiri event ini. Semua ini untuk tetap menjaga event ini tetap berkualitas. Kerja seni bila independen hasilnya lebih memuaskan, ekspresif dan liar. Soal dana untuk membuat karyanya tu dibebankan kepada peserta. Plafon pembuatan kostum itu sebenarnya maksimal 500 ribu. Selebihnya kami menekankan pada penggunaan bahan daur ulang dan ramah lingkungan. Tapi ya ada yang kadang



lebih dari plafon yang ditentukan. Cuma kami menekankan pada kreativitas mereka untuk memanfaatkan sumber daya yang ada disekitar.

**KAMI MENDIDIK MEREKA MENJADI SEORANG KREATOR**

SY. Kamis, 21 April 2011

Kami percaya bahwa semua orang memiliki bakat yang jika diasah dan dikembangkan. JFC memang tidak menetapkan pesertanya dengan kriteria tertentu layaknya model-model yang lain. Yang kami perlukan disini cuma orang dengan niat yang sungguh-sungguh. Nggak ada kriteria tinggi badan, berat badan dan lain-lainnya. Semuanya boleh masuk asal ada punya niat. Dan memang yang kebanyakan bergabung disini adalah orang-orang pinggiran mbak. Iya, yang dari desa-desa itu mbak. Ya udah kita tampung disini, kita ajarin. Sekarang sudah banyak kemajuan kalau dibandingkan dengan yang dulu-dulu. Sekarang peralatan disini sudah cukup lengkap.

Kalo ngajarinnya kita memang tidak intensif. Kita cuma kasih tau dasar-dasarnya, bagaimana mendesain kostum, bagaimana menggunakan make-up. Kebanyakan dari mereka itu ya berangkat dari nol mbak. Tapi kan mereka nanti dibagi kedalam kelompok-kelompok yang masing-masing kelompok punya leader. Ya itu, mereka akhirnya banyak belajar disitu. Kalo kerja kelompok kan mereka bisa saling mengkritik, saling menyempurnakan. Mereka kan juga punya leader di kelompoknya. Leader itu orang-orang senior di JFC. Jadi mereka punya tugas untuk ngajarin anggotanya untuk bikin kostum.

Memang sih kostumnya akan dilombakan secara individu. Tapi nanti kita tetap menekankan kerjasama tim. Nah... itulah sebabnya mengapa setiap orang yang akan bergabung disini harus mengikuti prosesnya dari awal. Kalau nggak ya nggak bisa mbak. Apalagi... untuk yang baru-baru ini... harus ikut dari awal. Kita juga ada presensi dan presentasi. Fungsinya untuk memastikan karya peserta ini layak tampil di show time. Nggak bisa terus mendekati hari H lalu mau ikut... nantinya akan hasilnya pasti mengecewakan

Kami percaya bahwa anak-anak ini punya bakat dan kemampuan untuk berkembang. Masalahnya adalah, mereka harus punya kendaraan yang bisa mengantarkan mereka menuju masa depan yang lebih sukses. Kami disini ingin menjadi kendaraan untuk mereka. Orang-orang yang bertahan dan berkembang

disini adalah orang-orang terpilih mbak. Mereka datang kesini, kami hanya membekali dengan ilmu. Kami didik mereka bagaimana cara mendesain kostum yang artistik, bagaimana make-up yang baik, bagaimana berjalan di catwalk, semuanya kami didik dari nol. Dan kami bentuk kelompok-kelompok dengan seorang leader supaya mereka bisa saling membantu dan belajar.

Kebetulan JFC dan RMDF ini kan satu atap, jadi kalo mau mereka bisa juga belajar tentang ilmu jahit dari sini. Mereka boleh sebebas-bebasnya belajar. Tapi, tidak boleh nyuruh bikin kostum. Mereka harus bikin sendiri. Kami ingin mendidik mereka menjadi seorang kreator, sampai akhirnya mereka bisa berkembang dan mandiri. Bukan masalah jika kemudian mereka nanti memilih jalan lain di masa depan, bukan di dunia mode. Tapi pola berpikir mereka, kreativitas mereka itu yang mahal. Kreativitas itu yang kami bekalkan pada mereka. Saya selalu menekankan, ilmu itu semakin dibagikan semakin bertambah banyak. Itu yang harus anak-anak pahami.

**KEDEPANNYA KAMI HARUS SELALU BERKEMBANG**

SY. Selasa, 26 April 2011

Ada kalanya kita, sebagai orang yang dituakan disini merasa khawatir akan masa depan organisasi ini. Artinya begini, orang-orang disini itu memang bisa dibilang cukup kreatif dalam menghasilkan karya. Tapi bagaimanapun anak-anak ini kan belajarnya kebanyakan secara otodidak. Belajar langsung di lapangan. Memang itu baik, tapi kan secara teknik, secara teori kita kan nggak tahu. Makanya kedepan ini kita sedang mengusahakan kerjasama dengan beberapa perguruan tinggi yang ada jurusan tata busananya. Sejauh ini yang sudah pasti menjalin kerjasama ini dari Universitas Negeri Surabaya. Nanti bulan Juni mereka akan datang kesini. Kalau nggak salah sekitar 52 orang anak. Mereka akan *stay* disini, bikin karya disini dan ikut show time nanti.

Bagaimanapun zaman ini akan semakin maju. Kalau kita tidak mau bersikap terbuka, terus belajar ya kita akan tenggelam. Oleh karena itu kerjasama dengan beberapa perguruan tinggi ini juga istilahnya sebagai sarana barter ilmu pengetahuan. Bagaimanapun, anak-anak disini belajar dengan cara otodidak. Nggak ngerti mereka teori-teorinya. Nah kalo anak-anak kuliah ini datang dan ikut JFC, anak-anak disini kan juga bisa belajar banyak dari mereka. Tentang teknik memotong yang lebih baik mungkin, teknik desainnya, apapun yang bisa dipelajari dari anak kuliah itu. Mereka yang lebih tahu tentang teorinya yang baik dan benar. Anak-anak kuliah itu pun juga bisa belajar langsung pada kami yang menjadi pelaku langsung. Kita memang nggak tau teorinya, tapi kita belajar dari pengalaman. Itulah mbak, saling mengisi, akhirnya kan nantinya sama-sama pintar.

Ilmu itu adalah bekal yang paling penting untuk bisa terus maju. Oleh karena itu kami selalu terbuka terhadap peneliti-peneliti seperti mbaknya yang juga ingin belajar disini. Pak Fariz juga demikian. Mari silahkan belajar bersama disini. Seperti kerjasama dengan beberapa perguruan tinggi, ini adalah investasi ilmu untuk kami, untuk mereka juga. Disini juga ada program beasiswa. Orang-orang yang dianggap cemerlang dalam menghasilkan karya akan kami bantu kami

berikan beasiswa untuk sekolah di sekolah mode ESMOD Jakarta, gratis. Sudah ada beberapa orang yang diberikan beasiswa untuk sekolah. Juga ada yang setelah lulus dari sana diminta untuk jadi dosen. Ya sampai sekarang mereka disana.

Bukan suatu masalah ketika mereka nanti, suatu saat sudah punya dunia sendiri yang tidak berhubungan dengan dunia fashion. Mungkin mereka sudah tidak lagi membutuhkan keterampilan make-up, atau desain atau jahit. Tapi satu yang mereka bawa dari sini adalah kemampuan berpikir kreatifnya. Itu yang mahal. Disini mereka dituntut untuk bisa memanfaatkan segala hal agar bisa menjadi sebuah karya. Dulu, waktu kondisi keuangan JFCC belum sebagus sekarang mbak... apa aja dipakai. Korden diambil, bunga di vas diambil. Dulu... sebelum kita mampu memfasilitasi mereka dengan perlengkapan body painting, ada yang pakai cat air. Ada yang pakai cat tembok. Semua dipakai... nanti.. kalau sudah selesai... yang korden, dibalikin lagi... yang bunga dibalikin lagi... panci-panci yang dipakai juga dikembalikan.

**KITA BERBAGI ILMU, TAPI YA JANGAN BELAGU**  
CH. Senin, 2 Mei 2011

Pertama kali di Jember... aku disini kuliah. Di Universitas Jember Jurusan Teknik Sipil. Tapi akunya sendiri buka orang yang kuliah... pulang... ngerjain tugas... kuliah lagi... pulang lagi... bukan seperti itu... tapi aku inginnya ekstra. Ekstra kegiatan... jadi aku punya hobi, aku ingin tuangin kesitu... aku nggak mau berdiam diri dalam kosan. Disitulah aku mulai tanya-tanya. Karena aku awalnya... basic-nya suka dance. Aku awalnya itu taunya di poster... kan aku pernah di suatu supermarket gitu ya... ya.. di Indomaret gitu ya... kan ada kan... posternya JFC. Aku... pertama kali disini nggak kos... sama... sodaraku... omku... aku ngomong... ini... apaan sih? kan aku gitu... kan aku... aku suka banget yang namanya kalo ada fashion show... Cuma akunya sendiri itu masih... ibaratnya masih nggak nyaman gitu lho... aku suka make-up... jadi basicnya aku sudah suka make-up, suka fashion... suka baju.

Setelah aku ingin mencari sebuah kegiatan ekstra, di kampus aku nggak ada yang cocok. Karena ekstra kurikulumnya di kampus itu ya reog, teater, apalah... aku pengen yang lain... karena aku udah nyoba semua... disitulah aku... ya.. kenalan kenalan disini... kamu kan suka dance ya... kamu ikutan JFC aja.. JFC itu nggak hanya kamu diajari dance, kamu diajari make-up.. ini.. itu. Dari situ ternyata kita udah diarahkan ke event itu ya... yang setiap bulan Agustus diadakan di Jember... Eee... dari situ aku udah eee... mulai bimbang antara kuliah dan tempat ini. Karena aku merasa... ikut perkuliahan aku nggak merasa berkembang apa-apa... dan dengan disitu aku dikucilkan... dengan... karena aku kan sukanya bidang cewek... mereka menganggapnya aku aneh... tapi aku di JFC itu benar-benar dihargai... aku yang cowok malah melebihi kemampuannya cewek... aku bisa make-up, aku bisa bikin kostum... gitu... tanpa aku harus kursus dimana... atau lulusan SMK gitu... tapi aku bisa bikin sebuah adibusana, gitu.

Pertama kali... proses belajar... karena aku orangnya pengen tahu... awalnya ya deketin senior-senior itu aja... bantu aja... disuruh gunting aja itu senengnya minta ampun wes... iya... tapi dengan kita melihat, pasti kita juga

berfikir, gitu lho... oh iya, ternyata bentuk yang seperti ini tekniknya ada sendiri... oh ya ternyata dengan bentuk yang seperti ini bahannya A, B, C dan D. Karena mau nggak mau kan kalau aku di JFC kan pasti bergaulnya sama orang-orang DF. Jadi... di JFC aku belajar kreativitasnya, di Dynand Fariz aku belajar pola. Bagaimana sih cara buat dasaran dari kain yang ada? Polanya seperti apa... kadang detail-detail yang ada di DF itu bisa menjadi inspirasi di JFC. Kadang inovasi-inovasi yang ada di JFC itu bisa juga diterapkan di Dynand Fariz. Jadi saling bersinggungan... jadi aku berinteraksi dengan dua-duanya. Karena aku berhadapan dengan semua orang itu... jadi... siapapun disana, apapun yang mereka buat, aku selalu tanya. Aku belajar sampai jadi tahu itu karena aku belajar sendiri. Tapi lihat contoh dari senior-senior, sama cari inspirasi di internet. Di internet ngetrennya apa... tak ikutin aja.

Aku sih selalu menyarankan ke temen-temenku... anak buahku... aku selalu menyarankan gini... kalian jangan pernah takut salah. Semua itu berawal dari nol dan berawal dari kesalahan. Jadi aku nggak pernah mendidik mereka... harus jadi desainer, kalian harus pintar gambar, kalian harus pintar make-up... nggak pernah. Karena aku yakin bakat orang itu beda-beda. Kalo aku sih ngasih ke anak buahku gini.. misalnya kayak Tita itu... mas, aku nggak bisa gambar orang... terserah kamu, kamu mau gambar orangnya itu protolan, tangannya sendiri, badannya sendiri... nggak papa. Atau kamu mau gambar satu tubuh, sebisa mungkin nggak papa, yang penting kalian terangin ke aku sebisa mungkin dan aku paham apa yang kalian inginkan, apa yang kalian inspirasikan itu aku paham. Aku nggak pernah menjudge ini jelek gambarnya.. gambar lagi... gambar lagi. Nggak. Karena aku yakin orang itu punya bakat beda-beda. Tapi ada orang yang begitu aku suruh gambarnya udah kebentuk bagus... ini kembangin lagi ya... kamu kalo buat paha jangan terlalu gede, kalo buat ini, harus keliatan langsing bentuknya... aku kasih tahu seperti itu. Tapi kalo anak-anak yang bener-bener mati... mati gaya inspirasi, aku kasih fotokopi, tiru. Setelah kau tiru, kamu kasih baju... apa... apa... Ya semua berawal dari kesalahan.

Disini orang-orangnya selalu terbuka mbak. Seperti kalau aku memperlakukan kelompokku. Aku selalu ajak mereka ngobrol. Sabtu aja wes, kita

ngumpul lengkap, kita bahas bagaimana (defile) animal plant kedepan seperti apa, lebih baiknya seperti apa. Aku ingin tahu kalian punya ide seperti apa untuk defile ini menjadi yang terbaik. Ojok nurut aku.. aku kadang onok salahe, gitu... ayok, kalo kamu punya ide yang brilian, keluarin. Jangan pernah merasa takut, karena disini gratis.

Disini itu ada jenjang kepangkatan mbak. Seperti leader, asisten leader 1 dan lain-lainnya. Jadi kadang masalahnya itu pada perebutan jabatan ya. Cuma aku selalu berpikir yang penting kita berkarya bersama-sama. Ya bodo amat dia jadi presiden, jadi apa... tapi kalau kita satu negara, kita harus berjuang bersama-sama. Ya ayo sama-sama kerjasama buat majuin JFC. Kadang sering ada orang yang sudah merasa puas dengan hasil karyanya. Aku selalu bilang, orang yang kreatif itu nggak pernah puas. Kamu jangan pernah bangga dengan kemampuan kamu yang sekecil ini. Yang susah dikontrol itu kan perasaan bangga dengan hasil karya dia. Harus selalu berinovasi. Kalo cuma mengandalkan pencapaian hasil karya yang seperti itu, seperti itu, seperti itu... kan nggak bisa berkembang. Makanya aku dan teman-teman itu ditanamkan prinsip untuk selalu berkembang bersama. Daripada ke warnet cari bla bla bla, mending kamu cari inspirasi, kamu print dirumah kamu pelajari.

Aku selalu bilang sama anggotaku, kalo punya ilmu, sekecil apapun ilmu itu kamu bagi ke orang. InsyaAllah ilmumu akan bertambah banyak. Jangan pernah kamu merahasiakan ilmumu yang kamu dapat selama ini. Nah sebenarnya semua orang disini itu selalu mau bantu. Tapi ya yang minta bantuan itu harus tahu diri. Disini kan ada yang namanya senior, ada yang namanya junior. Yang senior ini sebenarnya mau bantu kok kalo ada yang butuh atau lagi kesulitan. Tapi ya yang junor harus tahu diri. Tanya, jangan cuma diem. Emang dia siapa lalu kita yang udah senior-senior ini yang mau nawarin bantuan? Ya dia lah yang tanya. Baru kita bantu. Kalau dia diem, ya kita anggep dia bisa. Ya udah kita biarin. Nggak nanya? Ya udah. Makanya yang baru-baru ini ya juga jangan belagu disini. Tanya, jangan ngerasa sok pinter. Kadang kalo hasil dia jelek, yang dimarahi senior, padahal dianya sendiri yang sok. Sering kejadian kayak gitu. Ya itu, disini ya harus tahu diri lah mbak..



**KITA DIBILANG JEMBER FOOLISHPERSON CARNAVAL**

BS. Jumat, 29 April 2011

JFCC ini sebenarnya adalah organisasi non-profit mbak. Jadi selama ini dana yang digunakan untuk biaya operasional ini ya swadaya. Pemda bantu juga sih, tapi kebanyakan hanya masalah perijinan. Itupun setelah nama JFC besar. Kami ini hanya ingin memberikan citra yang baik pada Kota Jember. Dengan adanya JFC, Jember akhirnya bisa dikenal sampai ke mancanegara. Tapi tetap saja selalu ada hambatan yang selalu menghalang-halangi niat baik kami. Masih ada banyak pihak yang mencemooh. Wah iya, rame itu di *website*. Ada yang bilang kami itu *Jember Foolishperson Carnaval*, ada yang bilang untuk masuk JFC harus bayar sekian, untuk bisa menang harus bayar sekian, padahal kenyataannya apa yang mereka tudingkan sama sekali tidak benar.

Dulu, anak-anak yang mau masuk kesini itu selalu takut-takut. Dulu itu ya ada dateng anak, nggak masuk-masuk. Mereka di pintu depan ini, dorong-dorongan sama temennya. Sampe akhirnya aku liat, dan aku panggil “*Hey, ayo sini masuk. Ayo duduk. Ngapain kalian dorong-dorongan disana? Nggak bakal dimarahin kok..*”. Kami melatih anak-anak ini mulai dari nol, bahkan ada anak yang ketika masuk kesini itu *nol puthul* ya kami didik secara cuma-cuma. Mbak boleh tanya sama semua orang disini adakah yang diminta sepeser uang untuk biaya *in house training*? Ya kalo masalah kostum itu memang anak-anak harus keluar dana sendiri mbak. Kan itu mereka yang pakai sendiri, kalo menang ya piala atau hadiahnya untuk pribadi. Kecuali ada roadshow kemana gitu, itu sudah atas nama JFC maka kami yang bantu mereka mempersiapkan kostum. Tapi ilmu yang mereka dapatkan disini kan semua gratis.

Kita ajari mereka dari nol. Mulai dari desain, merancang kostum sampai make-up. Untuk make-up kita dapat bantuan dari Sariayu Martha Tilaar. Satu kotak alat make up lengkap itu kalo beli nilainya sekitar 1,7 juta. Tapi disini semua digratiskan. Kalau lagi ada pelatihan make-up, sekali keluar alat make up yang 1,7 juta itu hancur lebur mbak. Namanya anak-anak, ingin tahu ini itu ini itu, udah, setelah selesai berantakan semua alat make up-nya. Kan dipakai rame-rame.

Udah, alat make-up hacur lebur. Tapi ya itu bagian dari kegiatan mereka belajar. Itu resiko yang harus dibayar untuk mendidik mereka menjadi kreatif. Untungnya alat make-up itu dibantu sponsor. Kalo nggak, kami akan kesulitan sekal. Dana yang kami miliki kan sangat minim.

Alhamdulillah sudah banyak contoh anak yang pertama kali datang dan bergabung disini nggak bisa apa-apa sekarang sudah punya ilmu dan keterampilan yang baik. Bahkan mereka sekarang sudah bisa mandiri dan mulai membuka usaha sendiri. Itu tujuan utama kita mbak. Jadi apa yang dituduhkan orang-orang diluar itu sama sekali tidak benar. Bahwa untuk masuk sini harus bayar, untuk jadi pemenang haru bayar dan banyak lagi tuduhan-tuduhan miring kepada kami. Mbak nanti disini bisa buktikan sendiri apakah tuduhan-tuduhan itu benar? Kostum-kostum itu hasil karya anak-anak sendiri mbak. Kalo mbak nggak percaya, silahkan nanti tanya pada siapapun yang ada disini.

Kami membebaskan mereka untuk belajar apapun disini. Karena JFCC dan DF itu adalah organisasi yang terpisah tapi dalam satu atap dan JFC tidak memberikan pelatihan tentang menjahit, memayet anak-anak JFC boleh belajar di DF tentang teknik menjahit, memasang payet, semuanya. Mereka yang nggak punya mesin jahit juga boleh pinjam disini. Tapi setelah jam kerja DF selesai. Kalo pagi kan masih produksi mbak. Kalo untuk kepentingan belajar, apapun boleh disini. Justru yang dilarang keras disini adalah minta bikinin kostum. Itu tidak boleh. Jadi baik JFCC maupun DF tidak menerima pesanan kostum. Dan itu tidak akan mempengaruhi penilaian. Juri JFC independen.

Itu juga fungsinya kami membentuk kelompok-kelompok kecil dalam JFC. Jadi senior-senior yang sudah banyak mendapat ilmu dari JFC dan DF kami minta tolong jadi leader atau asisten leader di tiap defile. Jadi para senior ini punya tanggung jawab untuk berbagi ilmu dengan junior-juniornya. Kami upayakan semua terbagi rata, supaya transfer ilmunya juga merata. Nggak ada istilahnya menyembunyikan ilmu. Semuanya terbuka. Mbak juga, selama disini kalau mau belajar apapun silahkan. Kami tidak akan melarang. Silahkan bermain, belajar dan berinteraksi dengan seluruh personel JFC. Biar mbak tau bagaimana JFC yang sebenarnya.

**MALAM MINGGUAN BELAJAR BARENG**

CH. Senin, 2 Mei 2011

Di JFC ini mbak, senior-senior itu teknik-tekniknya udah bagus. Tapi kadang mereka itu membaginya nunggu orang itu minta tolong. Tapi kalo aku sih sama temen-temen selalu bilang, kalian jangan pernah menunggu orang minta tolong. Kalo memang orang itu jelek, kasih solusinya. Kamu ya lebih bagusnya begini begini begini. Terus kalo ada yang kurang... he kamu, kamu lho harusnya bagus. Kenapa nggak diubah gini aja ya, jadi cantik, gini.. arahnya gini.. bahannya udah bagus... kasih tahu. Kalian jangan menunggu orang itu tanya. Ngomong kalo memang dia butuh pertolongan dan kalian bisa tolong, ya tolong.

Aku selalu gini sama temen-temen... eh, nginep di DF yuk, atau di kosannya siapa. Belajar bareng. Ntar fotonya sapa gitu dijadiin contoh, kita bikin, tapi nggak ngeplek itu... kita harus cari ide yang mungkin lain dari ini. Dimodifikasi.. kan kita lagi belajar... kita juga nantinya saling mengkritik. Eh kamu bagusya gini, eh tibakno awakmu apik yo lek ngono... iki onok kemajuan... jadi saling mengkritik satu sama lain. Kalo aku sama temen-temen selalu gitu.

Di JFC ini memang yang dibangun itu kerjasama tim. Makanya kan dibagi kedalam tim, kelompok-kelompok kecil. Jadi nanti belajarnya disitu. Di tiap tim itu selalu ada senior. Nah senior ini yang tanggung jawabnya ngajarin yang baru di kelompoknya. Makanya, yang namanya senior itu juga harus dibagi rata juga sih mbak... jadi di tiap defile itu dibagi diusahakan rata seniornya disitu. Kalo nggak kan nanti numpuk di satu. Jadi semuanya diupayakan seimbang. Jadi nggak sembarang juga sih... jadi misalnya kayak aku, aku sebenarnya pengen ikut Bali... aku udah belanja bahan Bali, tapi ternyata nggak boleh ikut Bali. Jadi aku dipindah sama mas Dynand. Dipindah ke Animal Plant. Animal Plant ini belum ada seniornya, ya jadi ya aku. Di Bali itu ada banyak udah seniornya. Aku, Soleh, Buba... jadi aku dipindah. Ditiup seperti kertas, biar nyebar. itu tantangan buat aku. Aku seperti itu... awalnya kecewa, tapi setelah itu besoknya, oh iya ya... aku kalo misalnya nggak dikasi tantangan begini berarti aku nggak kreatif.

Kalo aku gini mbak... seorang seniman, seorang kreator... kalo kita ingin punya nama besar... kalo kita berdiri sendiri, mau berjuang sampai kapanpun itu nggak bisa. Tapi kalo kita ikut dalam wadah yang tepat, wadah itu memang sudah punya nama, itu akan jadi lebih gampang. JFC itu posisinya sudah mapan. Network, namanya juga udah dikenal, perlengkapannya juga sudah cukup lengkap. Itu kan memudahkan akhirnya. Sekarang gini Mbak. Seseorang, pengen jadi desainer lalu dia gabung di fashion house yang lain, sama kalo dia gabung di JFC, itu hasilnya akan beda mbak. Kenapa? Karena di JFC tantangannya lebih banyak. Kreativitasnya diasah terus. Kita kan harus bisa menyesuaikan karya kita dengan banyak faktor. Kalo desainer, ya udah ada bahannya, tinggal kreasi kita mau dimodel gimana. Tapi kalo belajar di JFC, kita akan mikir, ini kain-kain bekas bisa dibuat apa ya? Ini plastik bisa dimanfaatin jadi apa ya? Dengan duit mepet, kita bisa bikin karya apa ya?

Makanya aku pernah ngomong ke kamu, anak SMK yang magang di JFC sama yang magang di tempat lain itu kreativitasnya beda. Karena disini dituntut untuk inovasi baru, inovasi lagi. Nggak boleh sama kayak yang kemaren. Harus berubah. Harus lebih bagus. Dengan paksaan-paksaan itu, pikiran kita menjadi terbiasa... oh iya aku kemaren udah gini, besok harus berubah. Dituntut untuk berkarya. Disini akhirnya kita terbiasa. Aku juga dulu gitu. Awalnya aku nggak bisa menciptakan bentuk-bentuk baru, menciptakan pola-pola baru, aku nggak bisa.

Yaa.. yang penting mau belajar mbak... jangan dulu mikir masalah duit, aku dapat apa disini. Yang penting belajar aja dulu, nanti pasti uang itu akan datang sendiri... disini atmosfernya belajar.. jadi senior punya tanggung jawab untuk menularkan ilmu pada juniornya. Nah.. yang junior juga jangan belagu, kalo nggak tau... ya nanya.. jangan diem aja. Mana bisa tahu kalo dia lagi kesulitan kan? Dan kamu itu siapa, kok baru aja udah sok-sokan nggak mau nanya, diem aja. Jadi ya harus sama-sama mengerti lah mbak. Aku bisa banyak belajar disini... aku juga merasa ya... aku besarnya disini... aku dari yang nggak tahu apa-apa... jadi sampai sekarang, itu ya karena JFC. Makanya kalo misalnya nanti suatu saat

aku nggak disini lagi... aku pasti kangen dengan orang-orang disini... pasti ada kerinduan tersendiri

**MEREKA PUNYA *PERSONAL BRAND* SENDIRI**

CH. Rabu, 11 Mei 2011

Seperti Dimas sama Novi ya mbak, mereka itu aku yakin berbeda kemampuannya sama anak-anak yang magang di tempat lain. Makanya aku pernah ngomong ke kamu, anak SMK yang magang di JFC sama yang magang di tempat lain itu kreativitasnya beda. Karena disini dituntut untuk inovasi baru, inovasi lagi. Nggak boleh sama kayak yang kemaren. Harus berubah. Harus lebih bagus. Dengan paksaan-paksaan itu, pikiran kita menjadi terbiasa... oh iya aku kemaren udah gini, besok harus berubah. Dituntut untuk berkarya. Disini akhirnya kita terbiasa. Aku juga dulu gitu. Awalnya aku nggak bisa menciptakan bentuk-bentuk baru, menciptakan pola-pola baru, aku nggak bisa

Jadi awalnya aku itu niru-niru yang lain. Ya asal comot gitu mbak. Oh... liat yang ini bagus, diambil. Yang itu bagus, diambil. Ya niru sana-sini. Kan aku masih nggak tahu. Namanya itu... kalo kita dijulukannya *miss copy paste*. Tapi ya dimarahin mbak kalo kayak gitu. Kan namanya dia ngambil pemikiran orang. ya nggak dibentak-bentak gitu... tapi jadi bahan gosipan gitu lah. HUUU, kamu niru ini kan? Niru ini, itu... ya pasti digituin. Tapi dengan celaan-celaan seperti itu kan kita bisa menilai diri kita... oh iya berarti kita emang nggak kreatif. Kita hanya memindah bentuk-bentuk yang ada, cuma dijadiin satu.

Di JFC ini mbak, masing-masing orang punya ciri khas. Jadi setiap orang itu selalu tahu, oh ini pasti karyanya si A atau si B. Walaupun misalnya dia bikin untuk defile yang berbeda, itu selalu kelihatan bedanya mbak. Ya kalo orang awam mungkin nggak tahu ya, tapi kalo kita ya mesti tahu. Oh... ini gayanya si Ivan nih yang ditiru sama anak ini. Biasanya sih yang sering gitu anak-anak baru. Kan mereka belum tahu ya... Dulu aku juga gitu, trus si Ivan itu juga gitu. Sampe pernah dibilang Miss Copy Paste. Tapi dia semenjak tahu Lady Gaga dia jadi punya style sendiri. Ya itu punya Ivan. Aku juga punya style sendiri. Semua orang disini... yang sudah senior ya, mesti punya sendiri, dan itu nggak akan sama mbak...

Yang namanya kostum ya mbak... itu kan... yak apa ya... itu kan karya seni ya. Jadi tiap karya itu punya auranya sendiri. Ciri khas dari yang buat. Makanya si Eko nggak mau kan tadi disuruh gantiin Buba road show ke Jakarta. Soalnya pake kostumnya Buba. Buba yang bikin. Jadi kalau dipake Eko itu rasanya beda. Beda aja... keliatannya auranya itu nggak keluar. Ya kan kamu nggak ngerti mbak, jadi litany kan sama aja. Tapi kalo orang-orang yang sudah ngerti ini pasti tahu... oh, ini pasti bikinannya orang lain.

**PIALA BERGILIR JADI ORANG KEPERCAYAAN**

NA. Selasa, 10 Mei 2011

Disini itu setiap kinerja masing-masing orang diawasi, dinilai. Mana orang yang memang benar-benar ingin maju dan berkembang, mana yang cuma asal-asalan. Orang-orang yang masuk jajaran manajemen itu ya cuma orang-orang yang loyal. Anggota JFC ini kan banyak memang. Tapi yang bisa ikut roadshow itu nggak semua. Karena kalau udah bicara roadshow, hanya orang-orang terpilih aja. Tapi ya liat kerjanya dia juga sih... Karyanya bagus nggak, loyal nggak sama manajemen, tanggung jawab nggak sama timnya.

Disini itu nggak boleh pelit ilmu. Jadi ya diajarin.. diajarin sama mereka-mereka yang udah senior gitu... semuanya harus dibagi. Yang senior ya harus bagi ilmu sama juniornya. Yang junior juga jangan sok pintar. Tanyalah pada senior. Pasti, pasti dikasih masukan. Mas Fariz itu selalu menekankan teamwork. Jadi kalo semuanya bagus, dan ada satu yang jelek sendiri, kita semua pasti kena damprat. Kenapa kok dia dibiarkan jelek? Kalo bagus, harus bagus semua. Nggak boleh egois. Jadi disini itu ada semacam piala bergilir gitu. Jadi orang yang dipercaya. Misalnya kayak dulu si Eko, itu dia yang dipercaya. Trus pernah si Ivan. Sekarang ini kayaknya mas Fariz pengen ngetes si OC. Kalo dia berhasil kayaknya dia tahun ini bakal jadi orang kepercayaannya.

Jadi orang-orang yang dipilih inilah yang dipercaya Mas Fariz untuk menjaga nama JFC tetap besar. Anggota JFC itu memang banyak ya. Tapi orang-orang yang bisa masuk ke level manajemen, atau alumni, itu nggak semua. Hanya orang-orang pilihan. Kayak Intan, mereka adalah orang-orang pilihan yang dengan JFC dibesarkan dan dibantu berkembang. Mereka dapat beasiswa sekarang di ESMOD Jakarta. Gratis. Padahal sekolah di ESMOD ini mahal. Tapi konsekwensinya, mereka harus kembali kesini. Atau paling tidak, jika JFC butuh mereka, mereka harus siap membantu.



**TIGA TAHUN AKU DISINI NGGAK BISA IKUT GRAND JURY, TAPI  
AKU PUAS**

JN. Sabtu, 7 Mei 2011

Aku sudah tahun keempat disini. Tahun pertama itu ya yang bisa bikin aku tertarik ikut JFC itu... satu... sebelumnya aku suka aja sih karnaval... kehidupan glamor, aku suka. Cuma pas yang bener-bener bikin aku tertarik di JFC itu apa? Satu... sampah gitu lho... recycle... barang-barang sampah bisa jadi... bahan-bahan sampah di dekatar kita itu... yang biasanya kita buang... kita singkirin... ternyata tuh bisa dibuat suatu karya seni yang benar-benar menakjubkan gitu lho... yang benar-benar bisa membuat mata orang itu terpesona, terbelalak. Nah, dari itulah, aku sendiri, menurutku juga peduli lingkungan.

Aku masuk... pengennya sih dari JFC 1. Nggak tahunya aku tahunya baru JFC 6... aku mau masuk JFC 6 itu ternyata sudah tutup... jadinya aku harus nunggu tahun depannya lagi. Lha, Alhamdulillah aku masuk dengan tanpa ada persyaratan kayak yang model-model yang lain, JFC itu bisa terima kita. Mau gemuk, kurus, tinggi, pendek, item, putih, semuanya deh... *everything* tentang manusia itu yang mau masuk ke JFC yang penting kita mau bersaing, mau berkarya untuk Jember.

Masuk kesini aku berangkat dari nol. Belajarnya gini... disini itu kan ada workshop kostum, workshop make-up, pokoknya semuanya disini bisa dapetin. Selain kita diajarin cara berjalan seorang model cowok gimana... meskipun bukan seorang model ya, cowok gagah gimana jalannya, nah kita dikasih tahu... trus habis itu, habis cara berjalan, kita cara berpose-pose juga di depan umum... kita berpose di depan umum juga... ya mungkin dirumah juga bisa kita terapin gitu lho... disini semua itu dikasih tau, selain pose itu, cara berjalan, make-up dan kostum-kostum. Yang paling sulit itu di kostum desain mbak. Jadi sebelum kita membuat kostum harus diwajibkan membuat desain. Dan aku sendiri paling nggak suka gambar dan nggak tahu gambar sama sekali.

Disini itu mbak, sampah bisa jadi bagus. Kadang-kadang orang dirumah itu bilang gini... kok bisa ya rantang gitu lho bisa dibuat kayak gitu, gitu lho. Kadang-kadang gitu. Pertama ya mbak, aku pakenya apa aja? Itu Papua. Kembang

pinus trus anu... bulunya jagung, kulitnya jagung, trus hatinya jagung itu apa ya namanya? Trus plastik, anunya botol aqua... ijuk juga. Eh ternyata banyak banget fotografer yang suka foto aku dan suka karyaku itu. Padahal aku itu nggak tau sama sekali. Dan lemnya pun itu kan ada yang dijahit ada yang dilem mbak. Itu ngelemnya itu ada alatnya mbak, namanya tembakan lem. Aku nggak... aku langsung dibakar. Jadi item mbak... jadi gimana caranya biar nggak kelihatan. Aduh, bener-bener, ada yang kena ini... kena lemnya, panas banget. Waktu itu bener-bener perjuangan. Saking jauhnya dari rumahku mbak... ini, ke JFC Centre, saking niatnya aku... pengen... gitu lho mbak. Dirumah itu banyak sampah, plastik-plastik. Aku pengen banget bikin kostum dari plastik-plastik itu. Ternyata di JFC itu ada yang namanya defile... e... anu... ada *off-earth*, ada *recycle*, e... trus... pokoknya sampah itu masuk banget. Semua itu tergantung kitanya. Harus bisa berpikir, gimana sampah itu bisa bener-bener menarik. Apa kita pilox, apa warna pake air-brush, atau kita kasih glitter.

Teman-teman disini itu yang paling banyak membantu mbak. yang senior dan yang junior. Karena dibentuk tim. Tapi sebelum dibentuk tim itu memang bener-bener sudah dikasih tahu sama senior. Dan walaupun sama junior kita saling bantu. Solidaritas di JFC itu benar-benar tinggi. Dikasih masukan... gini aja, pake ini aja... diginiin aja... asal kita mau tanya, pasti dibantuin. Apalagi bantuan mereka. Mereka semua dukung saya mbak... dimana saya bener-bener belajar bisa make-up, bikin kostum yang bagus semua dikasih tau. Mereka dukung saya semuanya. Teman bagi saya adalah segalanya

Aku ikut JFC, entah kenapa ya mbak ya... setiap mau grand jury, penilaian, aku itu bener-bener nggak ada disitu. Nggak pernah ikut. Nggak pernah ikut penilaian. Pertama telat, terus sakit, trus satunya telat lagi. Udah wes... tapi aku bener-bener seneng walaupun aku nggak dinilai, aku tetep bangga dengan karyaku sendiri. Dan aku juga Alhamdulillah walaupun aku nggak pernah ikut grand jury, beberapa kali ada roadshow aku masuk gitu. Yang tadinya nggak tau ibu kota jadi tau... jalan-jalan... Tapi nggak gampang mbak dipilih ikut roadshow begitu. Satu, absensi. Dua loyalitas di JFC. Tiga, solidaritas sama teman-teman di

JFC. Empat, bisa make-up. Lima, bisa bikin kostum. Itu yang benar-benar harus dicapai untuk bisa ikut roadshow.

Selain itu ya, di JFC itu benar-benar memberi ilmu yang belum pernah... bisa dikatakan nggak akan pernah didapatkan di tempat manapun. Kayak di sekolah, meskipun dapet, dikit banget... selain kita disini seneng, kita dapet banyak ilmu. Kita benar-benar diajarin untuk bisa mandiri. Yang tadinya nggak bisa apa-apa sekarang bisa dapat order-an buat bikin kostum, make-up. Dari situ akhirnya kita dapat penghasilan tambahan.

## CATATAN LAPANGAN FGD DEFILE ANIMAL PLANT

Sabtu, 30 April 2011

Deskripsi Konteks	JFC memiliki jadwal latihan tetap yang dilaksanakan setiap hari dari hari Senin-Sabtu pada sore hari. Sesi latihan biasanya diawali dengan pemanasan, yang biasa disebut dengan “stamina” yang akan dipimpin oleh salah seorang senior JFC yang bertindak sebagai instruktur. Setelah kegiatan stamina berlangsung akan dilanjutkan dengan latihan fashion runway selama beberapa menit. Seluruh peserta kemudian akan berkumpul dengan kelompok defile masing-masing untuk absen dan diskusi. Secara bebas, kelompok-kelompok ini berkumpul tersebar di seluruh area ballroom. Peneliti yang juga mengikuti pemanasan dari awal memutuskan untuk ikut bergabung dalam diskusi kelompok Animal Plant setelah meminta ijin terlebih dahulu kepada sang leader. Diskusi kelompok Animal Plant dilakukan di salah satu sudut ballroom JFCC, dipimpin langsung oleh leader. Anggota kelompok yang hadir pada sore itu berjumlah 10 orang. Leader mengaku bahwa minggu ini memang banyak anggota yang absen karena sedang ujian sekolah.
Deskripsi Karakteristik Lingkungan yang Diamati	Aktivitas latihan terjadi di ballroom JFCC. Suasana sekitar cukup ramai oleh suara JFC Marching Band yang sedang latihan di halaman kantor JFCC. Kondisi fisik ruangan yang cukup luas sangat memungkinkan terjadinya banyak aktivitas yang berbeda dalam satu ruangan. Beberapa orang terlihat sedang latihan vokal dibantu oleh salah satu senior JFC bernama Alfan. Beberapa orang lainnya sedang latihan koreo bersama salah seorang senior. Namun mayoritas orang yang berada di dalam ruangan sedang berkumpul mengelompok sesuai dengan defile masing-masing. Ada beberapa orang yang terlihat membawa sebagian kostum hasil karyanya yang belum rampung untuk dikonsultasikan kepada senior.
Deskripsi Peneliti	Peneliti adalah Halida Mutiah, mahasiswa angkatan 2007 Departemen Psikologi Industri dan Organisasi Fakultas Psikologi Univeritas Airlangga. Selama berdomisili di Jember, peneliti memang hampir setiap hari datang berkunjung ke JFCC, membantu tim kreatif mempersiapkan segala keperluan road show atau sekedar ikut latihan yang biasanya diadakan tiap sore. Peneliti bermukim di Jember selama kurang lebih 1 bulan untuk kepentingan penelitian dan datang ke kantor JFCC dengan mengendarai sepeda motor.
Deskripsi Perilaku Orang-Orang yang Diamati	Sebelum sesi latihan dimulai pada sore itu, peneliti telah banyak berbincang dengan leader defile animal plant ini karena kebetulan sang leader juga diutus untuk membantu persiapan show time di JF3 Jakarta di tim kreatif. Peneliti yang juga sering terlibat membanru persiapan tim kreatif akhirnya bisa menjalin komunikasi yang cukup intens dengan leader. Sebelum sesi latihan berlangsung, leader tersebut sempat

mengeluh kesulitan mengumpulkan seluruh anggotanya secara lengkap. Setelah sesi latihan berlalu, leader memimpin diskusi kelompok pada sore itu. Agenda pertama adalah absen yang kemudian dilanjutkan dengan progress report karya setiap anggota. Leader memberikan kesempatan secara bergantian pada masing-masing anggota untuk menyampaikan kemajuan rancangan kostumnya. Seorang anak yang baru bergabung dalam JFC masih terlihat begitu kebingungan bagaimana cara mendesain sebuah kostum. Leader dengan sabar menanyakan desain kostum yang ingin dibuat oleh anak tersebut, kemudian membantu membuat desain serta rekomendasi range warna dan bahan yang sesuai dengan rancangan tersebut. Anak tersebut mengaku kesulitan mendesain karena tidak memiliki kemampuan menggambar yang baik. Leader kemudian memberikan nasihat dan motivasi kepada si anak baru tersebut “*Nggak masalah kamu itu nggak bisa gambar. Protolan juga nggak papa. Tangan, kepala, badan pisah-pisah nggak apa-apa. Jelek gambarnya juga nggak papa. Kan baru pertama. Nanti juga biasa. Gambar aja sebisa kamu, yang penting nanti kamu bisa jelasin ke aku ini maksudnya apa*”. Leader kemudian memberikan beberapa arahan terkait bahan yang akan digunakan “*Kamu itu masih baru. Jangan macem-macem dulu ya. Yang penting belajar dulu. Wes kamu main aman dulu, pake fondasinya dari pancing, trus alasnya kain spanbon. Ndak usah neko-neko dulu. Nanti kalo sudah bisa nggak apa kamu pake bahan yang lain. Ini biar kamu nggak berat, bikinnya juga lebih mudah. Gitu ya...*”. Leader juga memberikan masukan pada setiap karya masing-masing anggotanya. Pada sore itu, ada seorang anggota yang sama sekali belum membuat desain kostum yang akan digunakan pada saat show time. Anak tersebut memang pernah ikut JFC sebelumnya sehingga telah memiliki pengalaman dalam membuat kostum, namun leader tetap memberikan teguran “*Kamu, biarpun senior nggak ada ceritanya nyantai-nyantai. Sekarang udah tanggal berapa? Waktu itu cepet lho jalannya. Tiba-tiba aja udah bulan Juli. Aku nggak mau walaupun kamu senior disini kamu nyantai-nyantai. Kalo kamu nggak progress report, kan aku nggak tau kemajuanmu sampe mana, apa yang harus dibetulin. Jangan sampe trus pas hari H kostummu jadinya annoying, aku nggak mau itu terjadi. Kerjakanlah sedikit-sedikit mulai sekarang. Kalo kamu sibuk, yang udah hari minggu aja kamu kerja. Sambil nonton tivi kamu mulai gunting-guntingin. Kalo nggak gitu nanti kamunya yang susah. Apalagi hari sabtu ini kita ada presentasi. Grup yang lain udah pada bergerak lho, kita yang belum*”. Dalam grup, peran leader memang terlihat sangat menonjol dalam dinamika kelompok. Selain bertindak sebagai konsultan karena leader memang senior yang telah berpengalaman, leader juga mengemban tanggung jawab yang cukup besar untuk

	membantu anggotanya merancang karya yang baik dan layak tampil. Leader juga lebih bergaya autoritatif dalam memimpin kelompoknya. Dirinya tidak memaksa anggota untuk mengikuti caranya, namun hanya sekedar memberi saran.
Interpretasi Sementara Atas Kejadian yang Diamati	Selama melakukan pengamatan terhadap dinamika kelompok yang terjadi di defile Animal Plant, penulis menyimpulkan bahwa proses belajar paling banyak terjadi dalam kelompok. Didikan untuk menjadi kreatif juga lebih banyak distimulasi dari interaksi antar kelompok. Jumlah kelompok dengan anggota yang tidak terlalu banyak memungkinkan setiap orang dapat berinteraksi secara intens. Kohesivitas dalam kelompok juga dapat terbentuk dengan baik sehingga nantinya setiap anggota dapat saling membantu dan memberikan masukan satu sama lain. Selain tantangan dari lingkungan yang memang memaksa individu untuk selalu berpikir kreatif, adanya kompetisi dalam organisasi serta kehadiran leader sebagai motivator merupakan ujung tombak munculnya kreativitas individu.
Eksplorasi atas Kejadian yang Diamati	Lingkungan merupakan faktor yang paling besar dalam menstimulasi kreativits individu. Lingkungan yang positif dan kondusif memiliki peluang yang lebih besar untuk menjadikan seorang individu kreatif. Dalam organisasi ini, lingkungan merupakan faktor yang paling utama yang menstimulasi kreativitas seseorang. Selain karena selalu dituntut untuk melakukan inovasi, lingkungan yang kondusif untuk mengembangkan kreativitas ( <i>expertise people</i> , kemauan untuk saling membantu dan memberi masukan) memegang peranan yang cukup besar dalam melahirkan individu kreatif. Kelompok menjadi media utama yang berperan banyak dalam proses belajar individu. Dengan membagi individu kedalam kelompok yang lebih kecil, tim akan belajar untuk bekerjasama mengatur kinerja kelompok, karena selain kompetisi individu, organisasi juga menekankan pada kerjasama tim dalam menyukkseskan defile kelompoknya. Orang-orang yang berkecimpung disana juga merupakan orang-orang yang memang berkecimpung di bidang mode sehingga atmosfer profesionalitas kerja semakin mendukung individu untuk ikut bekerja secara professional.

## CATATAN LAPANGAN H-1 KEBERANGKATAN ROAD SHOW JF3

Rabu, 11 Mei 2011

Deskripsi Konteks	Pengamatan dilakukan oleh peneliti saat sebagian orang di JFCC sedang sibuk mempersiapkan perlengkapan show time JF3 yang akan berangkat esok hari. Peneliti melakukan pengamatan dengan cara bergabung dengan beberapa orang yang sedang sibuk memberikan finishing touch pada kostum karya mereka. Pengamatan dilakuakn secara partisipatoris artinya peneliti juga ikut berintreraksi dan ikut membantu sebagian dari aktivitas yang mereka kerjakan. Hasil dari catatan lapangan memang lebih banyak digali lewat perbincangan bebas dengan beberapa orang yang berada disana, namun tidak dikhususkan lewat proses wawancara karena dalam konteks ini peneliti menjalin percakapan santai dengan beberapa orang sekaligus yang ada di lokasi.
Deskripsi Karakteristik Lingkungan yang Diamati	Proses persiapan segala perlengkapan show dilakukan di ballroom. Pengamatan dilakukan sekitar pukul 13.00 WIB di ballroom JFCC. Di dalam ballroom ada sekitar 15 orang yang sibuk mempersiapkan kostum karyanya masing-masing. Beberapa dari mereka telah selesai dan sedang melakukan packing. Suasana sekitar terbilang cukup lengang karena masing-masing orang sedang sibuk dengan karyanya masing-masing. Sesekali terlihat senior JFC ikut bergabung melihat kostum yang akan dipamerkan di JF3 sambil bercengkrama. Peneliti memilih untuk menghampiri sekelompok orang yang terlihat berkumpul bersama dan mengerjakan pemberian detail kostum.
Deskripsi Peneliti	Peneliti adalah Halida Mutiah, mahasiswa angkatan 2007 Departemen Psikologi Industri dan Organisasi Fakultas Psikologi Univeritas Airlangga. Selama berdomisili di Jember, peneliti memang hampir setiap hari datang berkunjung ke JFCC, membantu tim kreatif mempersiapkan segala keperluan road show atau sekedar ikut latihan yang biasanya diadakan tiap sore. Peneliti bermukim di Jember selama kurang lebih 1 bulan untuk kepentingan penelitian dan datang ke kantor JFCC dengan mengendarai sepeda motor.
Deskripsi Perilaku Orang-Orang yang Diamati	Beberapa orang yang ada di ballroom diantaranya adalah Jun, Sonya, Jeje dan Ivan. Melihat talent melakukan persiapan kostum, peneliti tertarik untuk melihat-lihat. Setelah memnita ijin pada mbak Enny peneliti menghampiri mereka. Diawali dengan menghampiri Jun, yang memang kenal dekat dengan peneliti <i>“Jun, mana kostummu? Aku mau lihat...”</i> <i>“Itu, ada. Ini tinggal nempel scot light..”</i>

Disitu terlihat Jun sedang membantu Sonya memberikan sentuhan detail pada kostum yang akan dikenakannya. Kemudian peneliti iseng bertanya *“Ini kostumnya modifikasi ya? Nggak bikin baru kan?”*. Sonya kontan menjawab, *“Modifikasi apanya? Ini aku bikin baru mbak...”*. Peneliti kemudian bertanya kembali *“Tapi dapat bantuan biaya kan?”*. Sonya kemudian menjawab *“Iya, tapi tekor mbak. Dananya 200 ribu, tapi ini habis 400 ribu. Tekor kan? Itu, si Jun, malah lebih tekor dari aku. Kamu habis berapa Jun? 600 ribu ya? Tuh, lebih parah..”*. Jun kemudian menimpali *“Iya mbak, aku habis 600 ribu..”*. Peneliti kemudian kembali bertanya *“Eh iya, ngomong-ngomong kalian kenapa sih kok mau sampe tekor-tekor gini?”*. Hal mengejutkan yang didapatkan peneliti pada saat itu adalah jawaban dari mereka: *“Kita itu kalo kerja nggak mau setengah-setengah... Kalo bagus ya bagus sekalian. Kepuasan itu tidak bisa dibeli mbak. Apalagi kan Mas Fariz memang selalu mengajarkan kita totalitas. Semua akan kembali ke kita. Selalu ada pengorbanan. Tapi semua akan kembali pada kita juga”*.

Atmosfer saling berbagi ilmu juga sangat terasa disitu. Mereka tidak segan membagikan pengetahuan mereka tentang kostum atau teknik runway yang benar. Beberapa saat setelah membantu Sonya, Jun terlihat sedang mengajari seorang talent yang masih baru teknik runway di catwalk dengan benar. Posisi tubuh, dagu, mikin walah, sampai pada cara melangkah, berputar dan blocking stage. Peneliti sempat memperhatikan dan meneriaki Jun *“Jun, model banget kamu ya... hahahaha”*. Jun hanya tertawa dan berkata *“Eeemm... (kependekan dari ‘ember’)”*. Terlihat Jun sangat menguasai teknik runway diatas panggung. Semua, secara detail dicontohkan oleh Jun kepada junior tersebut sambil diulang-ulang dan dikoreksi. Setelah selesai mengajari junior tersebut peneliti menghampiri Jun dan bertanya *“Kamu pinter banget ya jun teknik jalan di catwalknya. Kok bisa tau banyak gitu Jun?”*. Jun kemudia menjawab *“Ya dulu aku nggak tau mbak. Kan disini diajarin. Kalo nggak bisa ya minat diajarin, pasti mau ngajarin...”*.

Jun kemudian kembali mempersiapkan kostum yang akan dibawa ke Jakarta. Peneliti kembali menghampiri Sonya yang sedang asyik memberikan detail pada kostumnya. Peneliti awalnya hanya memperhatikan Sonya memberikan detail scot light pada kostumnya, kemudian tiba-tiba Sonya berkata *“Tak kasih tau ya mbak, ini biarpun tersembunyi (scotlight) nanti kalo malam dan kena kamera, efeknya jadi bagus. Jadi seperti ada lampunya. Efek pecahayaannya bagus kalo difoto. Kesannya glamor, mahal. Padahal cuma ditempelin scotlight. Hehehehe..”*. Peneliti juga sempat menanyakan beberapa cara membuat detail kostum, Sonya dengan senang hati membagi ilmunya. *“Kalo bikin bintang kayak punya marching band itu*



*disemprot hairspray dulu, baru ditaburi glitter. Jadi glitternya nggak jatuh berceceran. Detail-detail seperti ini juga ya busa trus disemprot pilox, jadi keras dan warna-warni. Baru tau kan mbak? Cuma JFC yang tahu beginian. Hahahaha...”*

Beberapa saat kemudian Eko (peraih JFC Award tahun 2008, sekarang bekerja di RMDF namun tetap terlibat aktif dalam JFC) menghampiri Jun yang sedang menempelkan detail scot light. Tanpa diminta, Eko yang melihat kostum Jun kemudian memberikan beberapa saran dan masukan. *“Jun, scotlight-nya jangan ditempel begitu. Mending gini aja (langsung memberikan contoh). Jangan asal ditempel. Harus ada maksudnya. Kalo gini, ini kan kamu ada karang-karangnya, jadi scotlight-nya ini kayak ikan-ikannya. Biar lebih bagus...”*. Atmosfer JFCC memang kental akan nuansa kekeluargaan dan teamwork. Sebelum persiapan show kelapa gading mendekati hari H, peneliti sering mendengar talent meminta properti atau bahan yang bisa didaur ulang menjadi kostum baru kepada senior.

Melihat interaksi antar anggota saat melakukan persiapan keberangkatan, peneliti iseng bertanya kepada Ocha, salah satu anggota JFC yang juga akan ikut berangkat ke Jakarta, apakah benar kostum-kostum yang sudah lama biasanya diberikan kepada junior atau yang membutuhkan untuk didaur ulang menjadi kostum baru? Ocha kemudian menjawab *“Ya kan daripada nggak dipake, mending dikasih kan mbak sama yang perlu... walaupun temanya beda, tapi kan masih bisa di daur ulang dipake apanya-apanya... daripada beli kan...”*

Sambil bercengkrama dan bercanda serta mengamati mereka yang sedang sibuk mengemas barang-barang, peneliti menyimpulkan bahwa setiap karya yang dibuat selalu dalam volume yang besar. Peneliti kemudian bertanya apakah salah satu ketentuan dari karya yang lolos seleksi adalah bervolume besar? Pada saat itu peneliti melihat salah satu anak sedang bermasalah dengan karyanya. Peneliti awalnya berasumsi kesalahan tersebut dikarenakan volume kostum karyanya yang kurang memenuhi standar. Ivan (salah satu senior di JFC) menjawab *“Sebenarnya nggak harus bervolume besar sih mbak... Volumennya nggak besar juga nggak papa, tapi kan harus ada nilai seninya. Bukan masalah besar atau nggaknya. Kecil kalo bagus ya nggak apa. Makanya disini itu harus saling sharing. Kalo diem aja, nggak mau berbagi, ya nggak dapat masukan. Apalagi untuk yang baru-baru ikut roadshow. Ini kan udah bawa namanya JFC. Nggak masalah kalo dia mau kerja sendiri, nggak mau minta saran dari orang lain asal hasilnya bagus. Kalo hasilnya annoying gitu kan nanti kita juga yang repot mbak. Yang salah satu, yang kena marah semuanya. Disangkanya kita*

	<p><i>nggak ngajarin dia. Kalo gini ini bicaranya udah tim... ”</i></p> <p>Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan kepada Ivan terkait anak yang bermasalah tadi, mengapa sampai bisa melakukan kesalahan yang cukup fatal mendekati hari H keberangkatan. Apakah tidak ada yang mau member masukan sebelumnya? Ivan kemudian menjawab “<i>Gini lho mbak... disini itu sebenarnya semua saling bantu. Tanya sama yang lain, kalo dia minta apa aku ada ya aku kasih. Ngapain pelit-pelit. Istilahnya itu mbak, kita yang senior nggak pelit untuk membantu, yang junior itu ya juga jangan belagu dan sok tau. Tanya! Minta masukan kek, nanya punya ini itu nggak mas? Kalo ada ya dikasih, atau dicaricariin. Kalo nggak tanya, ya udah, kita anggep mampu aja itu anak. Makanya jangan belagu disini”</i></p> <p>Dari keterangan Ivan, peneliti menyimpulkan bahwa ternyata ada norma tidak tertulis yang dimiliki oleh organisasi ini terkait proses belajar mengajar. Secara tertulis di tata tertib dijelaskan bahwa setiap orang harus secara ikhlas bersedia membagikan ilmunya kepada orang lain, namun ternyata prakteknya di lapangan ada norma yang tak tertulis yang harus diikuti untuk bisa belajar dalam organisasi.</p>
Interpretasi Sementara Atas Kejadian yang Diamati	<p>Individu-individu yang bergabung di JFCC terbiasa untuk menjadi seseorang yang perfeksionis. Artinya, mereka terbiasa menghasilkan karya dengan totalitas dan standar yang tinggi. Organisasi juga memiliki kerjasama tim yang bagus. Seorang senior akan senantiasa membantu memecahkan kesulitan yang sedang dihadapi oleh junior. Pada pengamatan yang dilakukan kali ini, terlihat jelas kerjasama tim yang baik dalam organisasi, seperti ketika Jun mengajarkan teknik runway dan stage blocking kepada seorang juniornya, atau seperti ketika Eko yang merupakan peraih JFC Award memberikan beberapa masukan kepada Jun saat memberikan detail pada kostumnya. Yang menarik dari pengamatan kali ini adalah adanya norma tidak tertulis yang dimiliki organisasi terkait proses belajar mengajar. Namun pada kenyataannya dilapangan, ada etika yang harus dipatuhi oleh junior agar senior bersedia memberikan ilmu atau masukannya kepada junior.</p>
Eksplorasi atas Kejadian yang Diamati	<p>Organisasi selalu memiliki asumsi bersama yang akan menjadi guidance setiap individu di dalamnya dalam berperilaku. Asumsi bersama yang menjadi guidance berperilaku inilah yang kemudian disebut sebagai budaya organisasi. Sama halnya dengan yang terjadi di JFCC. Organisasi ini memiliki panduan-panduan tertentu yang mengatur perilaku anggota didalamnya. Namun demikian, dalam interaksi yang terjadi di lapangan akan ada norma-norma tidak tertulis yang harus dipatuhi oleh anggota didalamnya. JFCC merupakan organisasi yang juga mengusung misi edukasi dalam tujuan utamanya. Dalam peraturan</p>

	organisasi pun juga telah dijelaskan bahwa setiap orang wajib membagikan ilmu yang diperoleh kepada setiap orang yang membutuhkan. Namun pada kenyataannya di lapangan, ada etika yang harus dipatuhi oleh junior agar senior bersedia memberikan ilmu atau masukannya kepada junior
--	--

## CATATAN LAPANGAN PERPISAHAN DIMAS &amp; NOVI

Jumat, 29 Mei 2011

Deskripsi Konteks	Dimas dan Novi merupakan pelajar kelas 2 di sebuah SMK di Jember. Mereka berdua mengambil jurusan Tata Busana dan ditugaskan oleh sekolah untuk magang di JFCC. Namun sebelum ditugaskan sekolah untuk magang di JFCC, mereka berdua telah menjadi anggota JFC. Kedua anak tersebut ditugaskan magang di JFCC selama kurang lebih 4 bulan, dan hari itu adalah hari terakhir mereka disana. Peneliti diberitahu oleh EA yang kebetula sedang berada dalam satu ruangan yang sama bahwa selepas sholat Jumat akan ada seremonial sederhana untuk melepas berakhirnya masa magang Dimas dan Novi.
Deskripsi Karakteristik Lingkungan yang Diamati	Seremonial pelepasan Dimas dan Novi yang telah 4 bulan bekerja bersama mereka dilakukan secara sederhana di Lobby JFCC. Seremonial dilakukan selepas sholat Jumat, sekitar pukul 13.00 WIB. Semua pegawai Rumah Mode Dynand Fariz serta JFCC berkumpul dan duduk bersama di sofa Lobby. Beberapa orang senior dari manajemen seperti Bu Darnik, Bu Rina serta Mas Iwan juga turut berkumpul disana bersama Dimas dan Novi. Peneliti yang pada hari itu tergolong baru berada di JFCC juga diajak untuk mengikuti acara seremonial tersebut. Ada sekitar 20 orang yang berkumpul di tempat itu. Semua terlihat sangat akrab dan saling bercanda.
Deskripsi Peneliti	Peneliti adalah Halida Mutiah, mahasiswa angkatan 2007 Departemen Psikologi Industri dan Organisasi Fakultas Psikologi Univeritas Airlangga. Selama berdomisili di Jember, peneliti memang hampir setiap hari datang berkunjung ke JFCC, membantu tim kreatif mempersiapkan segala keperluan road show atau sekedar ikut latihan yang biasanya diadakan tiap sore. Peneliti bermukim di Jember selama kurang lebih 1 bulan untuk kepentingan penelitian dan datang ke kantor JFCC dengan mengendarai sepeda motor.
Deskripsi Perilaku Orang-Orang yang Diamati	Siang itu adalah hari pertama peneliti berada di JFCC untuk membantu tim kreatif mempersiapkan perlengkapan yang akan dibawa road show JF3 di Mall Kelapa Gading. Selepas makan siang bersama peneliti kembali sibuk membantu EA mempersiapkan segala macam perlengkapan. Sambil bekerja, peneliti berbicara santai dengan EA. EA kemudian memberitahu peneliti bahwa hari ini adalah hari terakhir Dimas dan Novi magang di tempat ini. Jadi mulai besok mereka berdua akan kembali belajar disekolah, tidak lagi menghabiskan sepanjang hari di JFCC. EA juga mengatakan bahwa seremonial sederhana seperti itu memang biasa dilakukan untuk setiap orang yang telah lama bergabung dengan JFC karena mereka sudah

	<p>dianggap sebagai bagian dari keluarga. Sebelum perpisahan, peneliti pernah beberapa kali berinteraksi baik dengan Dimas maupun Novi. Mereka mengaku telah menjadi bagian dari JFC sebelum ditugaskan untuk magang di JFC. Pada prakteknya Dimas dan Novi memang masih terhitung anggota JFC yang akan ikut berpartisipasi pada show time JFC X bulan Juli depan, namun karena sejak hari itu mereka sudah tidak magang di JFCC maka diadakan upacara perpisahan sederhana untuk melepas mereka berdua kembali ke bangku sekolah setelah 4 bulan di JFCC.</p> <p>Farewell party Dimas dan Novi berlangsung sederhana. Semua duduk melingkar di lobby. Tidak ada suguhan yang istimewa kecuali terang bulan mini dan air mineral gelas. Mas Iwan memimpin upacara perpisahan itu. Pertama beliau menyampaikan pesan kepada Dimas dan Novi bahwa walaupun tugas sekolah mereka telah selesai untuk magang di JFCC namun pintu JFCC selalu terbuka lebar untuk mereka dan siapapun yang ingin belajar disana. Mas Iwan juga berharap mereka tidak berhenti untuk berkarya dan mengasah kreativitas sekluarnya dari JFCC ini.</p> <p>Selanjutnya, Dimas dan Novi diminta untuk menyampaikan pesan dan kesan selama 4 bulan belajar di lingkungan JFCC. Dari apa yang mereka sampaikan, terlihat sekali bahwa organisasi ini memiliki iklim kekeluargaan yang cukup erat. Semua terlihat akrab, saling bercanda bahkan saling meledek. Tidak ada istilah sungkan terhadap senior-senior JFCC seperti Ibu Darnik dan Ibu Rina yang juga ikut duduk disana. Dimas dan Novi juga mengaku merasa beruntung menjadi bagian dari keluarga kecil ini. Mereka merasa banyak ilmu dan keterampilan yang mereka dapat dari sini. Dimas secara pribadi mengakui bahwa dirinya tumbuh dan besar di JFCC. Diakhir acara JFCC yang diwakili Mas Iwan memberikan kenang-kenangan kepada Dimas dan Novi seperangkat pensil warna. Karena bidang keterampilan mereka berdua adalah tata busana, maka pihak JFCC berharap kenang-kenangan kecil itu bisa digunakan untuk mengasah keterampilan desain yang selama ini mereka asah dan pelajari di JFCC. Acara kemudian ditutup dengan menikmati terang bulan mini bersama dengan seluruh anggota JFCC dan RMDF.</p>
<p>Interpretasi Sementara Atas Kejadian yang Diamati</p>	<p>Faktor pemicu munculnya kreativitas adalah lingkungan. Sesuai dengan konsep teori medan yang disampaikan oleh Kurt Lewin bahwa lingkungan akan banyak mempengaruhi perilaku seseorang, demikian pula kreativitas. JFCC sebagai organisasi kreatif yang menyelenggarakan event karnaval kelas dunia merupakan lingkungan yang kondusif bagi individu untuk mengasah kreativitasnya dibidang fashion / mode. Selain karena keseluruhan aktivitas dalam organisasi berhubungan dengan fashion, individu-individu</p>

	<p>yang berada disana adalah orang-orang yang mengerti tentang fashion. Atmosfer organisasi yang kental akan hal-hal yang berhubungan dengan fashion akan membuat orang baru yang berada dalam atmosfer lingkungan tersebut lambat laun ikut belajar untuk memahami dunia fashion. Lingkungan yang seperti inilah yang menjadi tempat kondusif bagi tumbuhnya kreativitas.</p> <p>Organisasi ini juga memberikan penghargaan yang baik terhadap orang-orang yang memberikan kontribusi yang baik untuk kemajuan organisasi, sehingga ada perasaan bangga di diri orang tersebut. Lingkungan yang kondusif serta positif akan menjadi mediator yang baik bagi tumbuh kembangnya kreativitas, karena di lingkungan ini segala bentuk jerih payah dihargai. Seperti halnya yang fenomena yang terjadi pada saat perpisahan Dimas dan Novi. Seremonial sederhana semacam ini adalah bentuk penghargaan yang diberikan oleh organisasi atas kontribusi mereka kepada organisasi semacam ini. Bahkan walaupun Dimas dan Novi masih tercatat sebagai anggota JFC mereka masih akan sering bertemu, seremonial sederhana semacam ini menandakan bahwa organisasi sangat menghargai kontribusi mereka. Organisasi juga secara eksplisit memberikan dukungan moral kepada mereka berdua untuk terus mengembangkan kemampuannya dengan memberikan kenang-kenangan pensil warna yang dapat mereka berdua gunakan untuk mengasah kemampuan desainnya.</p>
Eksplorasi atas Kejadian yang Diamati	<p>Dalam kaitannya dengan kreativitas individu, JFCC merupakan organisasi yang memiliki budaya organisasi yang kondusif untuk menstimulasi tumbuh kembangnya kreativitas individu. Sejauh pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada saat turut serta dalam acara seremonial perpisahan sederhana untuk melepas dua orang anak magang yang telah 4 bulan berada di JFCC, lingkungan memang menjadi faktor yang paling penting dalam membantu berkembangnya kreativitas individu. Faktor budaya organisasi yang terlihat sangat mendukung tumbuh kembangnya kreativitas individu adalah ketersediaan sumber daya yang mampu menjadi media bagi individu untuk belajar. Sebagai organisasi kreatif yang berkecimpung di bidang fashion, JFCC memiliki sumber daya baik manusia (orang-orang yang ahli dalam bidang fashion.mode) maupun peralatan yang terbilang cukup lengkap. Ketersediaan sumber daya yang memadai inilah yang akan menjadi salah satu fasilitator penunjang kreativitas karean individu didalamnya memiliki kesempatan untuk berlatih, berkonsultasi dan mengembangkan ide.</p> <p>Faktor kedua dari budaya organisasi yang juga ikut berkontribusi dalam tumbuh kembangnya kreativitas adalah penghargaan mereka terhadap kontribusi anggota sekecil apapun bentuknya. Penghargaan terhadap</p>

	<p>kontribusi individu sedikit banyak juga akan ikut memacu individu untuk berkarya dengan lebih baik lagi. Dukungan moral yang diberikan organisasi bagi individu untuk terus mengembangkan kemampuannya juga akan menjadi motivasi positif tersendiri bagi individu. Dari pengamatan yang peneliti lakukan selama mengikuti seremonial pelepasan Dimas dan Novi, ketiga unsur budaya organisasi ini (ketersediaan sumberdaya, penghargaan serta dukungan untuk berkembang) yang terasa sangat kental dalam dinamika interaksinya.</p>
--	---

CATATAN LAPANGAN PERSIAPAN PRESENTASI ROAD SHOW JAKARTA FASHION & FOOD FESTIVAL MALL  
KELAPA GADING JAKARTA  
Sabtu, 7 Mei 2011

Deskripsi Konteks	Presentasi kostum merupakan agenda yang rutin dilakukan oleh pihak manajemen JFC yang harus diiukti oleh seluruh peserta JFC. Presentasi ini merupakan acara yang bertujuan sebagai salah satu media quality control untuk memastikan karya-karya yang dihasilkan peserta cukup memenuhi standar untuk tampil dalam show time. Selain itu, presentasi juga dijadikan sebagai bentuk progress report kesiapan penyelenggaraan show time pada tanggal 24 Juli mendatang. Presentasi dimulai pukul 18.00 WIB di ballroom JFCC. Pada kegiatan presentasi tersebut masing-masing defile diminta untuk mempresentasikan minimal dua buah kostum yang akan dipamerkan pada promo sekaligus gladi bersih road show JF3 di alun-alun kota Jember. Dynand Fariz bertindak sebagai penilai yang akan memberikan masukan pada masing-masing karya yang dipamerkan. Di dalam ballroom JFCC terlihat masing-masing anggota defile berkelompok dan mulai mempersiapkan karya yang akan dipresentasikan.
Deskripsi Karakteristik Lingkungan yang Diamati	Suasana dalam ballroom terlihat cukup ramai. Para peserta JFCC terlihat berkelompok, duduk melingkar dan ditengah-tengah mereka terkumpul berbagai macam bahan yang akan dirangkai menjadi sebuah kostum. Di bagian panggung, terlihat beberapa orang sedang mempersiapkan sound system yang akan digunakan untuk mengiringi presentasi masing-masing defile. Dari informasi yang peneliti dapat dari salah seorang leader yang juga berada di tempat tersebut, ternyata masing-masing defile memiliki back sound yang berbeda-beda saat melakukan runway. Leader tersebut juga menyebutkan bahwa Alfa (senior JFC, manajemen) yang bertanggung jawab untuk memilih back sound yang sesuai dengan masing-masing defile. Kondisi pada saat akan presentasi cukup bising. Selain di dalam ruangan terdapat banyak orang yang sedang sibuk memepersiapkan presentasi, tim JFC Marching Band sedang latihan di halaman kantor JFCC sehingga suasana cukup bising.
Deskripsi Peneliti	Peneliti adalah Halida Mutiah, mahasiswa angkatan 2007 Departemen Psikologi Industri dan Organisasi Fakultas Psikologi Univeritas Airlangga. Selama berdomisili di Jember, peneliti memang hampir setiap hari datang berkunjung ke JFCC, membantu tim kreatif mempersiapkan segala keperluan road show atau sekedar ikut latihan yang biasanya diadakan tiap sore. Peneliti bermukim di Jember selama kurang lebih 1



	bulan untuk kepentingan penelitian dan datang ke kantor JFCC dengan mengendarai sepeda motor.
Deskripsi Perilaku Orang-Orang yang Diamati	<p>Di dalam ballroom setiap kelompok terlihat duduk melingkar. Ditengah mereka berserakan bahan-bahan yang akan dirangkai menjadi kostum. Peneliti sempat bertanya kepada salah satu anak dalam kelompok, mengapa hanya dua kostum yang dipresentasikan padahal setiap defile setidaknya memiliki anggota sebanyak 25 orang. Anak tersebut menjawab bahwa karya mereka belum selesai 100% sehingga kostum yang akan ditampilkan mewakili masing-masing defile merupakan mix and match kostum beberapa orang. <i>“Kostum gini itu protolan mbak.. jadi sayapnya punya siapa, topinya punya siapa. Ini gabungan. Kalo punya masing-masing ya belum jadi mbak.. apa yang ada aja dulu dipresentasikan...”</i>. Dalam situasi seperti ini, fungsi dan tugas seorang leader memang terlihat lebih menonjol. Peneliti sempat meminta ijin untuk ikut bergabung dalam diskusi kelompok defile Animal Plant supaya dapat melihat lebih dekat interaksi yang terjadi diantara mereka. Dalam diskusi kelompok tersebut, leader memang yang terlihat sangat dominan dan mengarahkan proses perangkaian kostum agar tetap memiliki nilai estetika walaupun pada kenyataannya kostum yang ditampilkan merupakan hasil mix and match. Leader banyak mencontohkan kepada anggotanya bagaimana merangkai semua bahan yang masih <i>“protolan”</i> itu menjadi sebuah kostum yang indah sembari memberikan beberapa nasihat <i>“Kalian itu harus kreatif rek. Apa yang ada disini ya harus bisa dirangkai jadi karya yang bagus. Kayak gini ini... kan nyampur ini punya semua orang, tapi kalau dirangkai ya bisa juga kan jadi bagus? Pinter-pinternya kalian aja...”</i>. Pada saat proses merangaki kostum, leader memang lebih banyak memberikan contoh langsung. Peneliti sempat bertanya kepada salah seorang anak anggota defile Animal Plant mengapa tidak dirinya saja yang merangkai kostum? Anak tersebut menjawab <i>“Aku baru ini mbak... nggak tahu. Ini makanya dicontohin dulu. Nanti kalau sudah liat kan baru tahu”</i>. Di kelompok lainnya pun tidak jauh berbeda. Leader atau senior yang banyak berperan dan memberi contoh merangkai kostum kepada para anggotanya.</p>
Interpretasi Sementara Atas Kejadian yang Diamati	<p>Setelah mengamati dan mengikuti proses persiapan presentasi di JFC, peneliti menyimpulkan bahwa leader merupakan figur yang sangat berperan dalam mentransfer ilmu sekaligus menjadi role model para anggota yang masih baru. Dengan langsung memberikan contoh yang nyata bahwa minimnya ketersediaan bahan bukan menjadi halangan untuk bisa membuat sebuah karya seni yang sempurna. Setiap orang yang bergabung dalam JFC juga dibiasakan untuk melakukan banyak improvisasi agar tetap dapat menghasilkan karya yang maksimal. Metode transfer ilmu dengan membaginya kedalam kelompok kecil ini juga terbukti</p>

	<p>efektif menularkan ilmu. Setiap orang dalam kelompok akan memperoleh masukan dari rekan lainnya. Membagi anggota yang jumlahnya banyak kedalam kelompok-kelompok kecil juga membantu mengefektifkan proses transfer ilmu. Komposisi senior dalam kelompok juga diatur sedemikian rupa sehingga setiap kelompok memiliki jumlah senior yang seimbang. Transfer ilmu pun jadi lebih merata. Seperti pada saat persiapan presentasi, kelompok menjadi media yang paling utama dalam proses pembelajaran. Peneliti menilai bahwa membagi peserta dalam kelompok belajar yang lebih kecil terbukti efektif mentransfer ilmu. Kelompok kecil memungkinkan adanya komunikasi yang intens antar anggotanya. Kehadiran figur senior sebagai pemimpin dalam tim juga sangat membantu anggota baru meningkatkan kemampuannya dalam menghasilkan karya. Proses mentoring yang melibatkan anggota yang tidak terlalu banyak juga membuat diskusi kelompok lebih efektif karena senior bisa memberikan atensi yang lebih besar terhadap kesulitan-kesulitan yang dihadapi oleh anggotanya. Hasil kelompok juga merupakan tanggung jawab bersama sehingga segala kesulitan harus dipecahkan bersama-sama. Kesadaran untuk saling membantu akan membentuk cooperative team dengan tujuan untuk kemajuan bersama. Pada akhirnya, kreativitas individu akan terbentuk karena kondisi lingkungan yang positif.</p>
Eksplorasi atas Kejadian yang Diamati	<p>Banyak orang yang masih memandang kreativitas sebagai suatu proses mental saja, padahal kreativitas sebagian besar porsinya dibentuk oleh budaya dan lingkungan sosial. Oleh karena itu kreativitas bukan merupakan merupakan hasil dari proses individual saja melainkan produk dari hasil interaksi dengan sistem sosial (Csikszentmihalyi, 1999 dalam Henry, 2001). Artinya, lingkungan memegang peranan yang cukup besar dalam menstimulasi kreativitas individu. Begitu pula yang peneliti rasakan di JFC.</p> <p>Ada beberapa dimensi budaya organisasi yang sangat terasa dalam pengamatan kali ini. Yang pertama adalah pembagian tanggung jawab kedalam tim yang lebih kecil sehingga setiap tim memiliki tanggung jawab yang untuk mengatur dan mengkoordinasikan kelompoknya. Pembagian tanggung jawab dan wewenang kedalam kelompok juga akan membuat dinamika yang terjadi dalam tim lebih intens. Proses transfer ilmu juga berjalan lebih efektif karena anggota dalam tim tidak terlalu banyak dan leader memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memberikan atensi terhadap permasalahan masing-masing anggotanya. Dalam dinamika kelompok yang terjadi juga terasa sekali mereka dididik untuk selalu fleksibel dalam mengintegrasikan ide seperti yang dicontohkan oleh leader.</p>



Prototype Kostum



Persiapan JFC Kids



Presentasi JFC Kids



Latihan Vokal



In-house training make-up  
JFC Marching Band



In-house training make-up  
JFC Marching Band



Gladi bersih presentasi JFC  
Marching Band



Gladi bersih roadshow  
Jakarta Food and Fashion



Seleksi majorette