

BAB II R E S U M E

A. Konsep Kreativitas

Kreativitas didefinisikan tergantung dari orang memandangnya. Hal ini karena dua alasan, pertama karena kreativitas “konstruk hipotetis” dan yang kedua definisi kreativitas tergantung pada dasar teori yang menjadi acuan pembuat definisi. Berdasarkan penekanannya definisi kreativitas dibedakan ke dalam empat dimensi; person, proses, produk dan press. Rhodes (1961) menyebutnya “*the four p’s of creativity*”, berdasarkan analisis faktor Guilford menemukan lima sifat yang menjadi ciri kemampuan berpikir kreatif, yaitu: kelancaran (fluency), keluwesan (flexibility), keaslian (originality), penguraian (elaboration), dan perumusan kembali (redefinition). Selain itu definisi kreativitas juga dibedakan ke dalam definisi konsensual dan konseptual. Definisi konsensual menekankan segi produk kreatif yang dinilai derajat kreativitasnya oleh pengamat yang ahli. Menurut Amabile (1983: 33) mengemukakan bahwa suatu produk atau respons seseorang dikatakan kreatif apabila menurut penilaian orang yang ahli atau pengamat yang mempunyai kewenangan dalam bidang itu bahwa itu kreatif. Dengan demikian, kreaitivitas merupakan kualitas suatu produk atau respons yang dinilai kreatif oleh pengamat yang ahli.

Definisi konsensual didasari asumsi-asumsi sebagai berikut: a) produk kreatif atau respons-respons yang dapat diamati merupakan manifestasi dari puncak kreativitas, b) kreativitas adalah sesuatu yang dapat dikenali oleh pengamat luar dan mereka dapat sepakat bahwa sesuatu itu adalah produk kreatif, c) kreativitas berbeda derajatnya, dan para pengamat dapat sampai pada kesepakatan bahwa suatu produk lebih kreatif dari pada yang lainnya. Definisi ini sering digunakan dalam bidang keilmuan dan kesenian, baik yang menyangkut produk, orang, proses maupun lingkungan tempat orang-orang kreatif mengembangkan kreativitasnya.

Definisi konseptual bertolak dari konsep tertentu tentang kreativitas yang dijabarkan ke dalam kriteria tentang apa yang disebut kreatif. Walaupun sama-sama menekankan pada produk, tetapi definisi ini tidak mengandalkan semata-mata pada konsensus pengamat dalam menilai kreativitas, tetapi pada kriteria tertentu. Menurut Amabile dalam Dedi Supriadi (1994: 9) sesuatu produk dinilai kreatif apabila: a) produk tersebut bersifat baru, unik, berguna, benar, atau bernilai dilihat dari segi kebutuhan tertentu, b) lebih bersifat heuristik, yaitu menampilkan metode yang masih belum pernah atau jarang dilakukan oleh orang lain sebelumnya. Jadi definisi ini lebih didasarkan atas pertimbangan penilai yang biasanya lebih dari satu orang, dalam definisi ini pertimbangan subyektif sangat besar.

Definisi kreativitas yang mewakili definisi konsensual dan definisi konseptual dikemukakan oleh Stein (1967) yaitu “ *The creative work is a novel work that is accepted as tenable or useful or satisfying by a group in some point in time*”. Dimensi kreativitas menurut definisi ini tercermin pada kriteria kreativitas, yaitu novel, tenable,

useful, dan satisfying. Di pihak lain, dimensi konsensual dinyatakan melalui kata-kata *that is accepted by a group in some point in time*.

Pengertian-pengertian setiap istilah diuraikan sebagai berikut:

Kata novel (baru) berarti bahwa suatu produk yang dinilai kreatif bersifat orisinal. Meskipun tidak baru, produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru atau reintegrasi dari hal-hal yang sudah ada, sehingga melahirkan sesuatu yang baru. Kalimat *that the creative work is tenable or useful or satisfying* mengandung arti bahwa suatu produk kreatif harus berlaku, berguna, dan memuaskan sejauh dinilai oleh orang lain. Ketiga istilah tersebut menekankan bahwa hasil dari proses kreatif haruslah dikomunikasikan kepada orang lain, sehingga produk tersebut mengalami validasi konsensual. Oleh sebab itu, pengakuan orang lain, khususnya para ahli, sangatlah penting.

Kriteria Kreativitas

Penentuan kreativitas menyangkut tiga dimensi, yaitu: dimensi proses, person dan produk kreatif. Proses kreatif sebagai kriteria kreativitas, maka segala produk yang dihasilkan dari proses kreatif dianggap sebagai produk kreatif, dan orangnya disebut sebagai orang kreatif. Menurut Rothernberg (1976) proses kreatif identik dengan berpikir Janusian (Dedi Supriadi, 1994), yaitu suatu tipe berpikir divergen yang berusaha melihat berbagai dimensi yang beragam atau bahkan bertentangan menjadi suatu pemikiran yang baru.

Dimensi person sebagai kriteria kreativitas identik dengan kepribadian kreatif (*creative personality*). Kepribadian kreatif menurut Guilford dalam Dedi Supriadi (1994: 13) meliputi kognitif, dan non kognitif (minat, sikap, kualitas temperamental). Orang kreatif memiliki ciri-ciri kepribadian yang secara signifikan berbeda dengan orang-orang yang tidak kreatif. Karakteristik-karakteristik kepribadian ini menjadi kriteria untuk mengidentifikasi orang-orang kreatif.

Produk kreatif yaitu menunjuk kepada hasil perbuatan, kinerja, atau karya seseorang dalam bentuk barang atau gagasan. Kriteria ini merupakan paling eksplisit untuk menentukan kreativitas seseorang, sehingga disebut sebagai kriteria puncak (*the ultimate criteria*) bagi kreativitas.

Kriteria kreativitas pendapat lainnya dibedakan atas dua jenis, yaitu *concurrent criteria* yang didasarkan kepada produk kreatif yang ditampilkan oleh seseorang selama hidupnya atau ketika ia menyelesaikan suatu karya kreatif; kedua *concurrent criteria* yang didasarkan pada konsep atau definisi kreativitas yang dijabarkan ke dalam indikator-indikator perilaku kreatif.

Asumsi Tentang Kreativitas

Terdapat enam asumsi tentang kreativitas, yaitu:

1. Setiap orang memiliki kemampuan kreatif dengan tingkat yang berbeda-beda, tidak ada orang yang sama sekali tidak memiliki kreativitas.
2. Kreativitas dinyatakan dalam bentuk produk-produk kreatif, baik berupa benda maupun gagasan (*creative ideas*)

3. Aktualisasi kreativitas merupakan hasil dari proses interaksi antara faktor-faktor psikologis (internal) dengan lingkungan (eksternal)
4. Dalam diri seseorang dan lingkungannya terdapat faktor-faktor yang dapat menunjang atau menghambat perkembangan kreativitas.
5. Kreativitas seseorang tidak berlangsung dalam kevakuman, melainkan didahului oleh, dan merupakan perkembangan dari hasil-hasil kreativitas orang-orang yang berkarya sebelumnya (kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan kombinasi-kombinasi baru dari nilai-nilai yang telah ada sehingga melahirkan sesuatu yang baru)

Jenis-Jenis Studi Kreativitas

Isu-isu dalam studi kreativitas dapat ditelaah melalui lima dimensi pertanyaan, yaitu: siapa, apa, bagaimana, mengapa, dan dimana. Masing-masing kelima pertanyaan itu menyangkut dimensi orang (person) kreatif, produk kreatif, proses kreatif, dorongan yang menimbulkan perilaku kreatif, dan tempat orang kreatif hidup dan berkembang.

Studi yang diarahkan kepada dimensi person berusaha mencari jawaban atas pertanyaan, 'siapakah orang kreatif itu ?' yang dalam arti sempit meliputi sikap, minat, motivasi, dan gaya berpikir.

Studi yang diarahkan kepada dimensi produk berusaha menjawab pertanyaan, "apakah yang dilakukan atau dihasilkan individu, atau sekelompok individu sehingga ia/mereka layak disebut sebagai orang kreatif. Jawaban atas pertanyaan ini menyangkut hasil karya, prestasi, atau penampilan individu dalam bidang yang ditekuninya.

Dimensi proses dari kreativitas menyangkut pertanyaan, "Bagaimana seseorang dapat sampai kepada suatu produk kreatif?" proses apakah yang dilaluinya, tahap-tahap apakah yang dialaminya ?".

Mengapa orang kreatif melakukan sesuatu ? motivasi apa yang mendorong mereka melakukan apa yang dilakukannya, pertanyaan ini menyangkut dimensi proses dari kreativitas.

Dimensi tempat, menyangkut pertanyaan, "Dimanakah individu menampilkan kreativitasnya, melalui pertanyaan ini dapat diungkap mengenai faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi perkembangan kreativitas seseorang.

Pendekatan Dalam Studi Kreativitas

Pendekatan studi kreativitas dapat dibedakan dalam tiga jenis, yaitu: pendekatan psikologis, sosiologis dan sosio-psikologis. Perspektif psikologis meninjau kreativitas dari segi kekuatan-kekuatan pada diri seseorang sebagai penentu kreativitas, seperti: inteligensi, bakat, motivasi, sikap, minat dan disposisi-disposisi kepribadian lainnya. Asumsi yang mendasari pendekatan psikologis yaitu manusia merupakan organisme allopastis yang mampu mengubah lingkungannya.

Pendekatan sosiologis, lebih melihat faktor-faktor lingkungan sosial budaya dalam perkembangan kreativitas. Asumsi yang mendasari pendekatan ini, yaitu kreativitas lebih merupakan fungsi dari faktor-faktor lingkungan.

Pendekatan sosial-psikologis disebut juga pendekatan transaksional. Asumsi pendekatan ini yaitu, kreativitas individu merupakan hasil dari proses interaksi sosial,

dimana individu dengan segala potensi dan disposisi kepribadiannya mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan

B. Pengukuran Kreativitas

Pengukuran-pengukuran kreativitas dapat dibedakan atas pendekatan-pendekatan yang digunakan untuk mengukurnya. Ada lima pendekatan yang lazim digunakan untuk mengukur kreativitas, yaitu: 1) analisis obyektif terhadap perilaku kreatif, 2) pertimbangan subyektif, 3) inventori kepribadian, 4) inventori biografis, dan 5) tes kreativitas.

Analisis Obyektif

Pendekatan obyektif dimaksudkan untuk menilai secara langsung kreativitas suatu produk berupa benda atau karya-karya kreatif lain yang dapat diobservasi wujud fisiknya. Metode ini tidak cukup memadai untuk digunakan sebagai metode yang obyektif untuk mengukur kreativitas (Amabile dalam Dedi Supriadi, 1994: 24), karena sangat sulit mendeskripsikan kualitas produk-produk yang beragam secara matematis, untuk menilai kualitas instrinsiknya.

Kelebihan metode ini adalah secara langsung menilai kreativitas yang melekat pada obyeknya, yaitu karya kreatif. Kelemahan metode ini yaitu hanya dapat digunakan terbatas pada produk-produk yang dapat diukur kualitas instrinsiknya secara statistik, dan tidak mudah melukiskan kriteria suatu produk berdasarkan rincian yang benar-benar bebas dari subyektivitas.

Pertimbangan Subyektif

Pendekatan ini dalam melakukan pengukurannya diarahkan kepada orang atau produk kreatif. Cara pengukurannya menggunakan pertimbangan-pertimbangan peneliti, seperti yang dikemukakan Francis Galton, Castle, Cox, MacKinnon (Dedi Supriadi, 1994: 25). Prosedur pengukurannya ada yang menggunakan catatan sejarah, biografi, antologi atau cara meminta pertimbangan sekelompok pakar.

Dasar epistemologis dari pendekatan ini, yaitu bahwa obyektivitas sesungguhnya adalah intersubyektivitas; artinya meskipun prosedurnya subyektif hasilnya menggambarkan obyektivitas, karena sesungguhnya subyektivitas adalah dasar dari obyektivitas.

Prosedur lain yang digunakan dalam pendekatan pertimbangan subyektif yaitu dengan menggunakan kesepakatan umum, hal tersebut apabila jumlah subyeknya terbatas. Pendekatan ini merupakan pendekatan yang praktis penggunaannya, dan dapat diterapkan pada berbagai bidang kegiatan kreatif, juga dapat menjangkau orang-orang, produk-produk yang sesuai dengan kriteria kreativitas yang ditentukan oleh pengukur, dan sesuai dengan prinsip-prinsip pada akhirnya kreativitas sesuatu atau seseorang ditentukan oleh apresiasi pengamat yang ahli. Adapun kelemahannya yaitu setiap penimbang mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap yang disebut kreatif, dan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Inventori Kepribadian

Pendekatan inventori kepribadian ditujukan untuk mengetahui kecenderungan-kecenderungan kepribadian kreatif seseorang atau korelat-korelat kepribadian yang berhubungan dengan kreativitas. Kepribadian kreatif meliputi sikap, motivasi, minat, gaya berpikir, dan kebiasaan-kebiasaan dalam berperilaku. Alat ukurnya: Skala sikap kreatif (Munandar, 1997), Skala kepribadian kreatif (Dedi Supriadi, 1985), How do you thing ? (Davis & Subkoviak, 1975), Group inventory for finding creative talent (Rimm, 1976), Kathena-Torrance creative perception inventory (Torrance Kathena, 1976), creative personality scale (Gough, 1979), creative assessment packet (Williams, 1980), Scales for rating the behavioral characteristics of superior students (Renzulli, 1976), creative motivation inventory (Torrance, 1963), Imagination inventory (Barber & Wilson, 1971), Creative Attitude survey (Schaefer, 1971). Alat-aalat ukur ini dapat mengidentifikasi perbedaan-perbedaan karakteristik orang-orang yang kreativitasnya tinggi dan orang-orang yang kreativitasnya rendah. Item-itemnya biasanya menggunakan forced choice (ya, tidak) atau skala likert (Sangat setuju, Setuju, ragu-ragu, dan Tidak setuju).

Inventori Biografis

Pendekatan ini digunakan untuk mengungkapkan berbagai aspek kehidupan orang-orang kreatif, meliputi identitas pribadinya, lingkungannya, serta pengalaman-pengalaman kehidupannya.

Tes Kreativitas

Tes ini digunakan untuk mengidentifikasi orang-orang kreatif yang ditunjukkan oleh kemampuannya dalam berpikir kreatif. Hasil tesnya dikonversikan ke dalam skala tertentu sehingga menghasilkan CQ (creative quotient) yang analog dengan IQ (intelligence quotient) untuk inteligensi.

Terdapat beberapa tes kreativitas, yaitu: alternate uses, test of divergent thinking, creativity test for children (Guilford, 1978), Torrance test of creative thinking (Torrance, 1974), creativity assessment packet (Williams, 1980), tes kreativitas verbal (Munandar, 1977). Bentuk soal tes ini umumnya berupa gambar dan verbal.

Perbedaan tes inteligensi dengan tes kreativitas, yaitu pada kriteria jawaban. Tes inteligensi menguji kemampuan berpikir memusat (konvergen), karena itu ada jawaban benar dan salah, sedangkan tes kreativitas menguji berpikir menyebar (divergen) dan tidak ada jawaban benar atau salah.

BAB III PEMBAHASAN

Dalam kehidupan ini kreativitas sangat penting, karena kreativitas merupakan suatu kemampuan yang sangat berarti dalam proses kehidupan manusia. Mengenai makna dan posisi kreativitas, dikemukakan oleh banyak ilmuwan.

Konsep kreativitas yang dikemukakan dalam uraian terdahulu sangatlah beragam terutama dalam definisinya. Namun tidak ada satupun yang diterima secara universal. Hal ini karena kompleksitas dari konsep kreativitas itu sendiri. Tetapi hal ini tidak menjadi halangan untuk mendefinisikan kreativitas karena konsep kreativitas dapat ditinjau dari berbagai aspek, yang walaupun saling berkaitan namun mempunyai penekanan yang berbeda-beda.

Terdapat dua definisi kreativitas yang populer, yaitu definisi yang merujuk atau yang menggunakan pertimbangan para ahli atau pakar dan definisi yang menggunakan pertimbangan kriteria. Definisi yang pertama disebut sebagai definisi konsensual, dan definisi yang kemudian (pertimbangan kriteria) disebut juga sebagai definisi konseptual.

Dari segi penekanannya (Amabile, 1983), kreativitas dapat didefinisikan ke dalam empat jenis dimensi sebagai *Four P's of Creativity*, yaitu dimensi *Person*, *process*, *Press* dan *Product*. Definisi kreativitas dari dimensi *person* seperti dikemukakan oleh Guilford (1950): *Creativity refers to the abilities that are characteristics of creative people*. Definisi kreativitas yang menekankan dimensi Proses seperti diajukan Munandar (1977): *Creativity is a process that manifest in self in fluency, in flexibility as well in originality of thinking*. Dari dimensi *Press*, Amabile (1983) mengemukakan bahwa : *Creativity can be regarded as the quality of product or respons judged to be creative by appropriate observes*. Definisi kreativitas dari dimensi *Product* sebagai mana dikemukakan oleh Baron (1976) bahwa: *Creativity is the ability to bring something new into existence*.

Guilford dengan analisis faktornya menemukan ada lima ciri yang menjadi sifat kemampuan berpikir: pertama, kelancaran (*fluency*) adalah kemampuan untuk memproduksi banyak gagasan. Kedua, keluwesan (*flexibility*) adalah kemampuan untuk mengajukan bermacam-macam pendekatan dan/atau jalan pemecahan terhadap masalah. Ketiga, keaslian (*originality*) adalah kemampuan untuk melahirkan gagasan-gagasan asli sebagai hasil pemikiran sendiri dan tidak klise. Keempat, penguraian (*elaboration*) adalah kemampuan untuk menguraikan sesuatu secara terperinci. Kelima, perumusan kembali (*redefinition*) adalah kemampuan untuk mengkaji/menilik kembali suatu persoalan melalui cara dan perspektif yang berbeda dengan apa yang sudah lazim.

Dalam kaitannya dengan unsur *aptitude dan non aptitude*, Conny R. Semiawan (1984) mengemukakan bahwa: Kreativitas merupakan kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru dan menerapkannya dalam pemecahan masalah. Kreativitas meliputi, baik ciri-ciri *aptitude* seperti kelancaran, keluwesan, dan keaslian dalam pemikiran, maupun ciri-ciri *non aptitude* seperti rasa ingin tahu, senang mengajukan pertanyaan, dan selalu ingin mencari pengalaman-pengalaman baru.

Utami Munandar (1992), dalam uraiannya tentang pengertian kreativitas menunjukkan ada tiga tekanan kemampuan, yaitu yang berkaitan dengan kemampuan untuk mengkombinasi, memecahkan/menjawab masalah dan cerminan kemampuan operasional anak kreatif.

Ketiga tekanan kemampuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi atau unsur-unsur yang ada.
2. Kemampuan berdasarkan data atau informasi yang tersedia, menemukan banyak kemungkinan jawaban terhadap suatu masalah, dimana penekanannya adalah pada kualitas, ketepatan dan keragaman jawaban.
3. Kemampuan yang secara operasional mencerminkan kelancaran, keluwesan dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengelaborasi (mengembangkan/memperkaya/merinci) suatu gagasan.

Dari beberapa definisi tersebut di atas dapat dikemukakan bahwa kreativitas pada intinya merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, baik dalam bentuk ciri-ciri aptitude maupun non aptitude, baik dalam karya baru maupun kombinasi dengan hal-hal yang sudah ada, yang semuanya itu relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

Asumsi-asumsi kreativitas, yaitu: 1) setiap orang memiliki kemampuan kreatif, 2) kreativitas dinyatakan dalam bentuk produk-produk kreatif, baik berupa benda atau berupa gagasan, 3) aktualisasi kreativitas merupakan hasil dari proses interaksi antara faktor-faktor psikologis dengan lingkungan, 4) dalam diri seseorang terdapat faktor-faktor yang dapat menunjang atau menghambat kreativitas, 5) kreativitas seseorang tidak berlangsung dalam kevakuman, 6) karya kreatif tidak lahir hanya kebetulan, melainkan melalui serangkaian proses kreatif yang menuntut kecakapan, keterampilan dan motivasi yang kuat.

Pengukuran kreativitas dapat dilakukan dengan menggunakan lima pendekatan, yaitu : 1) pendekatan analisis obyektif terhadap produk kreatif, 2) pertimbangan subyektif, 3) inventori kepribadian, 4) inventori biografis dan 5) tes kreativitas.

Antara kreativitas dan inteligensi terdapat perbedaan. Apabila kita mengacu kepada teori Guilford tentang *Strukture of Intellect*, maka inteligensi lebih menyangkut pada cara berpikir konvergen (memusat), sedangkan kreativitas lebih berkenaan dengan cara berpikir divergen (menyebar). Dalam hal ini Guilford (1967), sebagaimana dikemukakan Utami Munandar (1992), menjelaskan bahwa berpikir konvergen adalah pemberian jawaban atau penarikan kesimpulan yang logis (penalaran) dari informasi yang digunakan, dengan penekanan pada pencapaian jawaban tunggal yang paling tepat. Adapun berpikir divergen (yang juga disebut berpikir kreatif) adalah kemampuan memberikan bermacam-macam jawaban berdasarkan informasi yang diberikan, dengan penekanan pada keragaman, jumlah dan kesesuaian.

Kedua proses berpikir tersebut oleh Guilford (1967) digambarkan dalam sebuah model struktur intelek dalam bentuk kubus yang dikelompokkan ke dalam tiga matra yaitu:

1. Matra operasi (proses), yang memuat lima proses berpikir yaitu: kognisi, ingatan, berpikir divergen, berpikir konvergen, dan evaluasi.

2. Matra konten (materi), menunjukkan bermacam-macam materi yang digunakan meliputi empat materi yaitu: figural, simbolik, sematik, dan behavioral.
3. Matra produk, menunjukkan hasil dan proses tertentu yang diterapkan dalam materi tertentu mencakup enam bentuk yaitu: unit, kelas, hubungan, sistem, transformasi dan implikasi.

Mengenai hubungan kreativitas dengan inteligensi dapat diamati melalui hasil studi para ilmuwan psikologi. Torrance (1965) dalam temuan hasil penelitiannya menjelaskan bahwa anak-anak yang tinggi kreativitasnya memiliki taraf inteligensi (IQ) di bawah rata-rata IQ kelompok sebayanya. Dalam kaitannya dengan keberbakatan (Giftedness), Torrance mengemukakan bahwa IQ tidak dapat dijadikan ukuran satu-satunya sebagai kriteria untuk mengidentifikasi anak-anak berbakat. Apabila yang digunakan untuk menentukan kriteria keberbakatan hanya IQ, diperkirakan 70% anak yang memiliki tingkat kreativitas tinggi akan tersingkir dari penyaringan.

Getzels dan Jackson (1962) melaporkan hasil studinya bahwa pada tingkat IQ di atas 120, hampir tidak ada hubungan antara kreativitas dengan inteligensi. Artinya, orang-orang yang IQnya tinggi mungkin kreativitasnya rendah, atau sebaliknya.

Dari laporan studi dan penelitian tersebut di atas dapat dikemukakan bahwa kreativitas dan inteligensi merupakan dua ranah kemampuan manusia yang berbeda dalam sifat dan orientasinya. Dalam konteks keterkaitan, inteligensi tidak dapat dijadikan kriteria tunggal untuk mengidentifikasi orang-orang yang kreatif.

Mengembangkan potensi kreatif anak supaya dapat diwujudkan dalam karya kreatif memerlukan bimbingan yang intensif dan dorongan dari orang tua karena pola asuh dalam keluarga dapat menunjang pengembangan potensi kreatif anak. Utami Munandar dalam bukunya Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat (1999) mengemukakan beberapa sikap orang tua yang menunjang pengembangan kreativitas anak yaitu: 1) menghargai pendapat anak dan mendorongnya untuk mengungkapkannya, 2) memberi waktu kepada anak untuk berpikir, merenung dan berhayal, 3) membiarkan anak mengambil keputusannya sendiri, 4) mendorong ketelitian anak, untuk menjajagi dan mempertanyakan banyak hal, 5) meyakinkan anak bahwa orang tua menghargai apa yang ingin dicoba dilakukan dan apa hasilnya, 6) menunjang dan mendorong kegiatan anak, 7) menikmati keberadaannya bersama anak, 8) memberi pujian yang sungguh-sungguh kepada anak, 9) mendorong kemandirian anak dalam bekerja, dan 10) melatih hubungan kerja sama yang baik dengan anak.

Lingkungan yang mendukung dengan disediakannya kesempatan, contoh-contoh yang positif, bimbingan yang fektif dapat mengembangkan dan mengarahkan anak yang kreatif menjadi anak yang produktif. Tetapi dalam pengembangan kreativitas itu harus ada hal-hal yang menjadi koridor yaitu etika dan nilai-nilai yang ditanamkan kepada anak agar kreativitas itu tidak destruktif atau liar.

DAFTAR PUSTAKA

Bacaan Utama

Dedi Supriadi, (1994), **Kreativitas, Kebudayaan & Perkembangan Iptek**, Alfabeta, Bandung.

Bacaan Tambahan

Conny Semiawan dkk, (1984), **Memupuk Bakat dan Kreativitas Siswa Sekolah Menengah**, Gramedia, Jakarta.

Guilford, J.P., (1977), **Way Beyond the IQ**, Buffalo, Creative Learning Press.

Reni Akbar dkk, (2001), **Kreativitas**, Panduan bagi Penyelenggaraan Program Percepatan Belajar, Grasindo, Jakarta.

Torrance, E.P. **Future Careers for Gifted and Talented Students Gifted Child**, Quarterly 20: 142-156. 1976.

Utami Munandar (1982), **Anak-Anak Berbakat: Pembinaan dan Pendidikannya**, Rajawali, Jakarta.

Utami Munandar (1999), **Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat**, Depdiknas dan Rineka Cipta, Jakarta.