Kreativitas

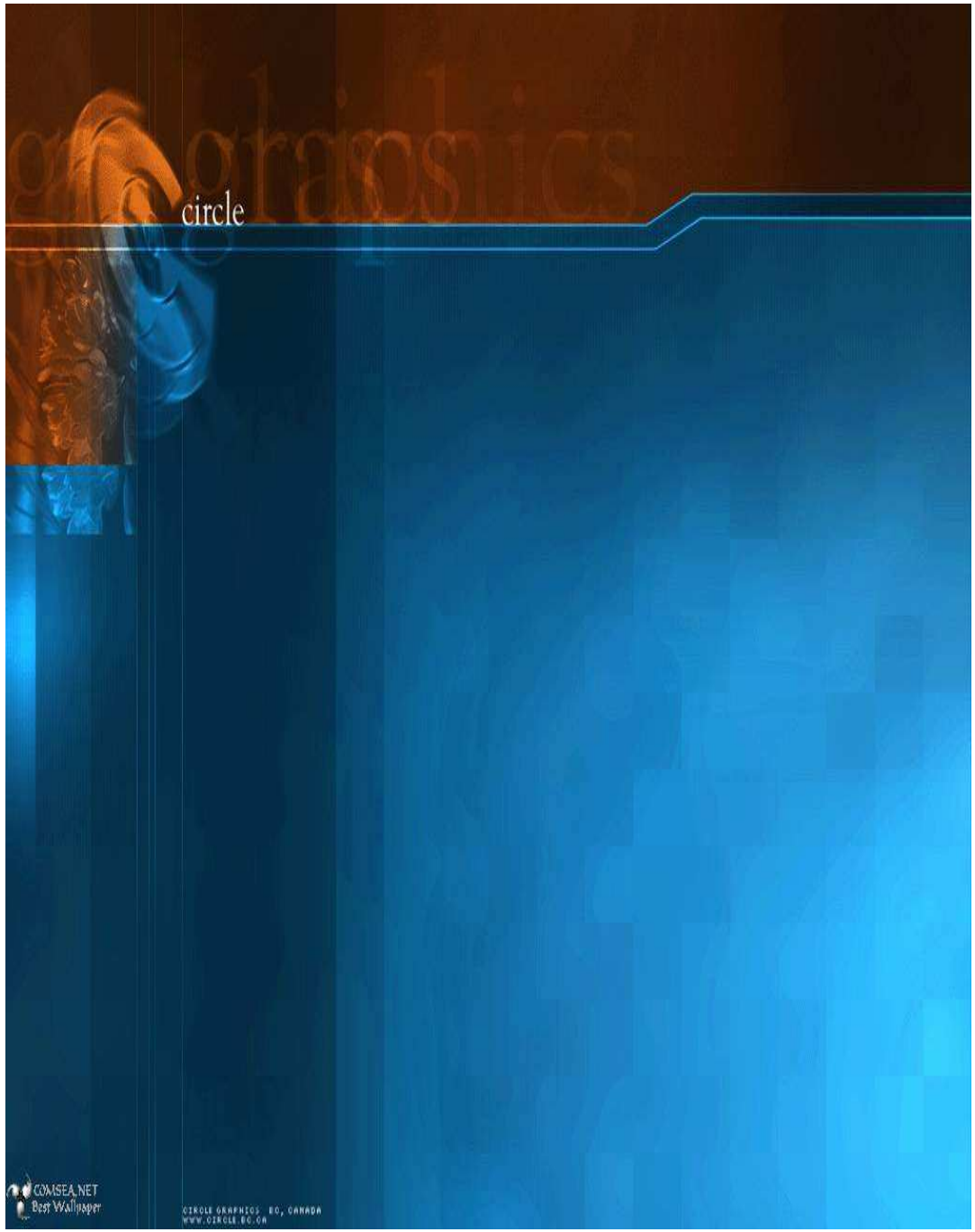
Disampaikan pada acara Seminar
bertema “GURU SENIOR vs GURU MUDA: Pengkaderan Tenaga Didik, Realita dan Tantangan”
&
Pelatihan bertema:
“Menggali Kreativitas Tenaga Didik”

yang diadakan oleh Forum Ilmu 6 Bandung, pada tanggal 26 April 2008, di gedung Telkom Training Centre.

MIF Baihaqi

- Bagaimana orang kreatif diidentifikasi? Apakah yang menjadi ukuran bahwa seseorang lebih kreatif daripada yang lain? Atas dasar apakah seseorang dikatakan sebagai orang kreatif, dan suatu produk disebut sebagai produk kreatif?

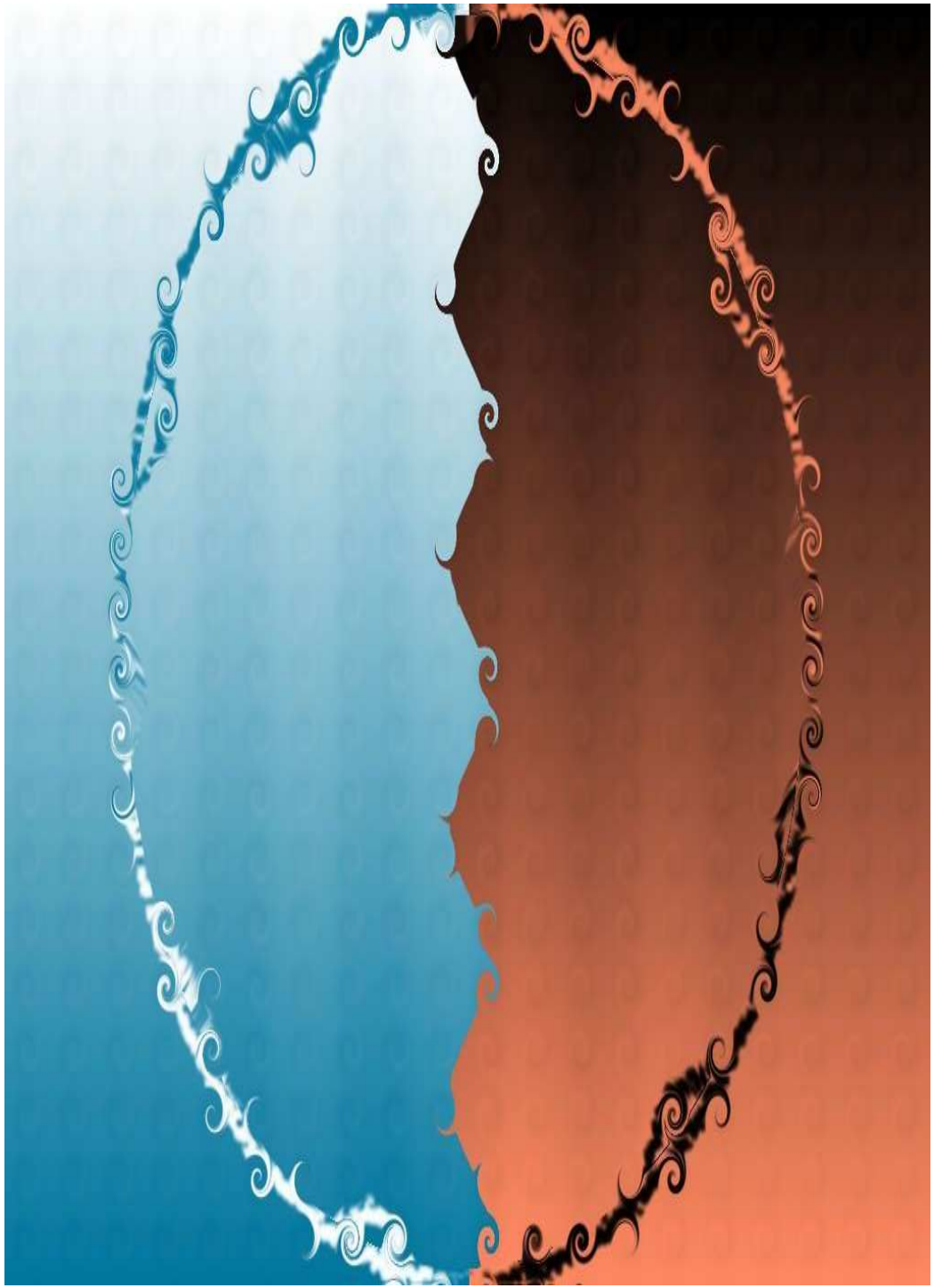
- Menurut Shapiro (1973), tanpa ada kejelasan mengenai kriteria kreativitas, suatu kajian tentang kreativitas patut diragukan keabsahan hasilnya.



Meskipun definisi kreativitas dapat dibedakan kedalam empat dimensi, “the Four P’s of Creativity” namun penentuan kriteria kreativitas lazimnya hanya dilihat dari tiga dimensi, yaitu: dimensi proses, person, dan produk kreatif (Amabile, 1983).

Dimensi proses

- Dengan menggunakan proses kreatif sebagai kriteria kreativitas, maka segala produk yang dihasilkan dari proses itu dianggap sebagai produk kreatif, dan orangnya disebut sebagai orang kreatif.
- Hal ini dilukiskan oleh Koestler yang mengartikan kreativitas sebagai suatu proses bisosiatif, yaitu “menyambungkan secara tidak tergesa-gesa atas dua hal yang tak terkait sebelumnya dengan ‘acuan penyambung’ untuk menghasilkan wawasan atau ciptaan baru”.



- Sedangkan Rothenberg menyatakan, proses kreatif identik dengan berpikir Janusian (*Janusian thinking*),

  yaitu suatu tipe berpikir divergen yang berusaha melihat berbagai dimensi yang beragam atau bahkan bertentangan menjadi suatu pemikiran yang baru.

- Apabila proses bisosiatif dihubungkan dengan tahap-tahap berpikir kreatif, maka selama proses tersebut merentang dari pengumpulan informasi (preparasi), inkubasi, iluminasi, dan verifikasi/evaluasi, dapat dikatakan bahwa hasil proses berpikir itu adalah produk kreatif.

Dimensi person/pribadi

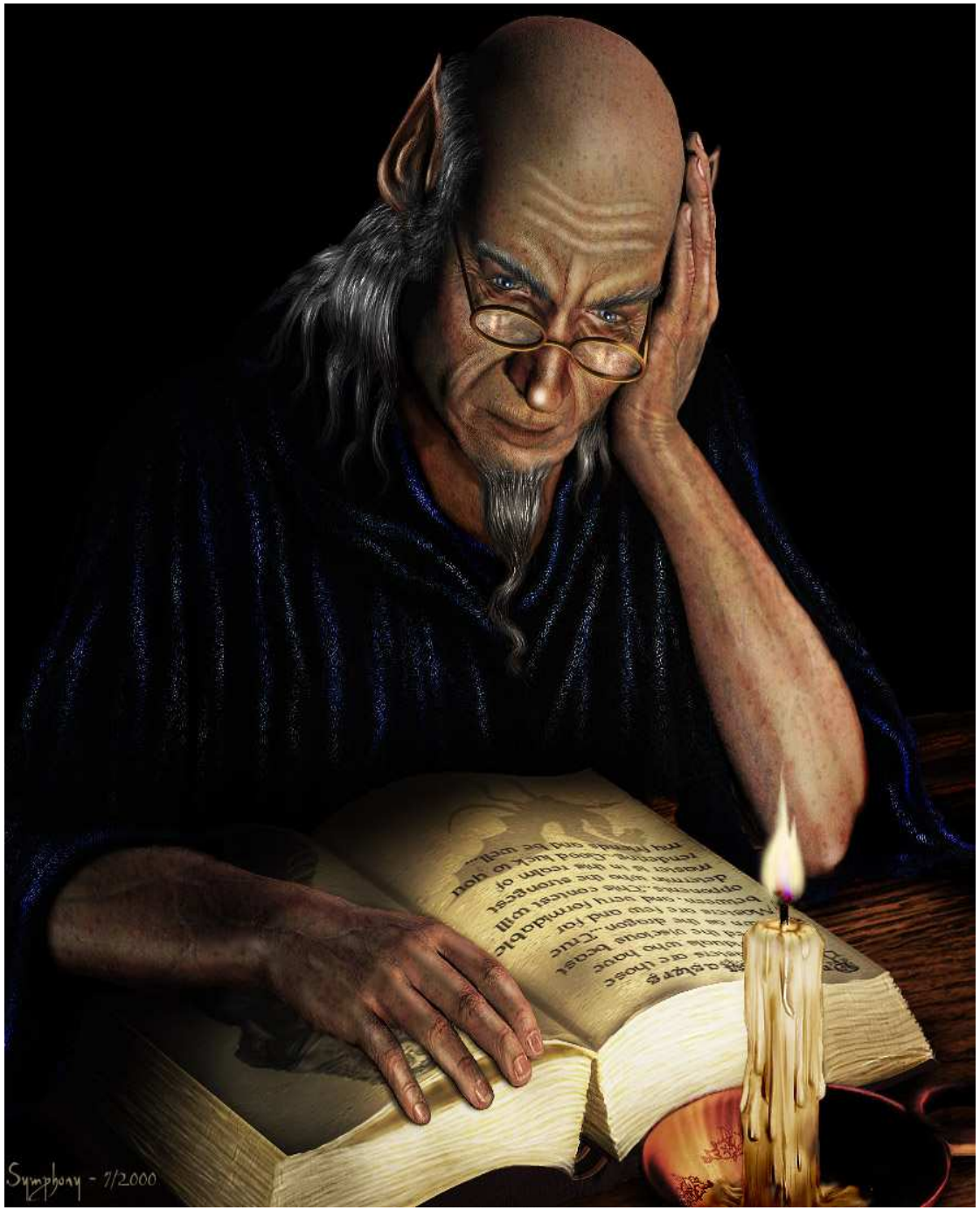
Dimensi person sebagai kriteria kreativitas seringkali kurang jelas rumusannya.

Amabile (1983) mengatakan bahwa pengertian person sebagai kriteria kreativitas identik dengan apa yang oleh Guilford (1950) disebut kepribadian kreatif.

Kepribadian kreatif meliputi dimensi kognitif (yaitu bakat) dan dimensi nonkognitif (yaitu minat, sikap, dan kualitas temperamental).

- Menurut teori ini, orang-orang kreatif memiliki ciri-ciri kepribadian yang secara signifikan berbeda dengan orang-orang yang kurang kreatif.

- Karakteristik-karakteristik kepribadian ini menjadi kriteria untuk mengidentifikasi orang-orang kreatif.



Prosedur identifikasi orang-orang kreatif berdasarkan ciri-ciri kepribadian yang dimilikinya, biasanya dilakukan melalui teknik *self-report*, nominasi, dan penilaian oleh teman sebaya, rekan sejawat atau atasan dengan menggunakan pertimbangan subyektif.

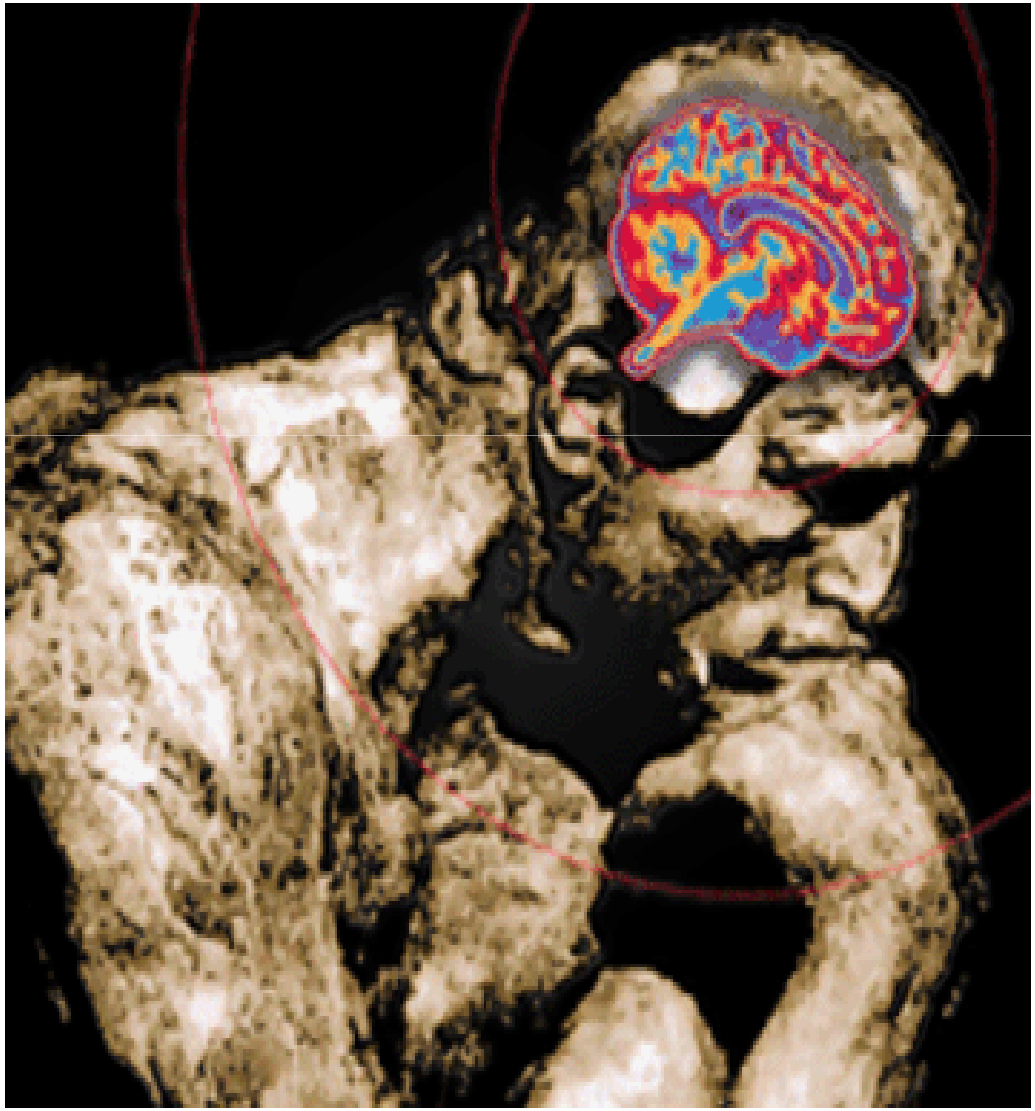
Analisis faktor Guilford menemukan ada **lima sifat yang menjadi ciri kemampuan berpikir kreatif**

- Kelancaran *(fluency)*, adalah kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan.
- Keluwesan *(flexibility)*, adalah kemampuan untuk mengemukakan bermacam-macam pemecahan atau pendekatan terhadap masalah.
- Orisinalitas *(originality)*, adalah kemampuan untuk mencetuskan gagasan dengan cara-cara yang asli, tidak klise.
- Elaborasi *(elaboration)*, adalah kemampuan untuk menguraikan sesuatu secara terinci.
- Redefinisi *(redefinition)*, adalah kemampuan untuk meninjau suatu persoalan berdasarkan perspektif yang berbeda dengan apa yang sudah diketahui oleh banyak orang.

Dimensi produk

- Kriteria ketiga ialah produk kreatif, yang menunjuk pada hasil perbuatan, kinerja, atau karya seseorang dalam bentuk barang, kerajinan, penampilan atau pertunjukan, karangan atau gagasan.

- Kriteria ini dipandang sebagai yang paling eksplisit untuk menentukan kreativitas seseorang, sehingga disebut ‘kriteria puncak’ bagi kreativitas (Amabile, 1983; Shapiro, 1973).



- Dalam operasi penilaiannya, proses identifikasi kreativitas dilakukan melalui analisis obyektif terhadap produk, pertimbangan subyektif oleh peneliti atau panel ahli, dan melalui sayembara/seleksi.

- Dari berbagai indikator yang pernah dikemukakan para ahli (misal sebelas indikator menurut McPherson), tampak bahwa kualitas produk kreatif ditentukan oleh sejauh mana produk tersebut memiliki kebaruan atau orisinal, bermanfat, dan dapat memecahkan masalah.

Produk kreatif yg ditampilkan oleh individu yg dibuktikan dalam karya-karya kreatifnya, menjadi ukuran: apakah ia layak disebut sebagai orang kreatif istimewa atau tidak.

Kriteria yg didasarkan pada produk kreatif cukup dapat dipercaya, bahkan lebih dapat dipercaya daripada kriteria yang didasarkan atas skor tes semata-mata (Brandt, 1986), karena produk kreatif secara langsung menggambarkan penampilan aktual seseorang dalam kegiatan kreatif.