MENGGALI KREATIVITAS TENAGA DIDIK [1]

[Boost Teaching Creativity]

Oleh
MIF Baihaqi[2]

1

Apa pernah dengar: telur dan ayam?
Apa masih perlu bertanya: duluan mana, telur atau ayam?

Tadi dibahas, begitu banyak masalah pendidikan. Rumah Ilmu 6 mengangkatnya menjadi tema seminar dan pelatihan. Memang, tidak akan semuanya dapat digali, saking luasnya masalah dan terbatasnya waktu. Tetapi, saya sependapat, bahwa "memberikan setitik air di tengah gurun pasir gersang, jauh lebih baik, daripada diam menunggu tanpa berbuat".

Dinamima yang diangkat:
1) Berapa persen mahasiswa pendidikan yang terjun total menjadi guru?
2) Bagaimana solusi penguasaan teknologi bagi para guru yang dibesarkan di era yang berbeda?

Secercah sinar untuk memberikan penyelesaian yang cantik bagi masalah-masalah itu < yang sering dianggap klasik > diwujudkan oleh Forum Ilmu 6 Bandung kedalam: GURU SENIOR vs GURU MUDA, Kaderisasi Tenaga Didik, Tantangan serta Realitanya.

Lalu, mengapa saya?
Mengapa saya mendapat undangan mengisi sesi latihan? Saya tidak tahu persis.
Mungkin... karena saya pernah menjadi mahasiswa IKIP.

Lalu, mengapa **4P dalam kreativitas?** Saya juga tidak tahu persis.
Mungkin... ***karena saya pernah menulis,*** karena saya melewati dunia kepenulisan hingga sekarang.
Atau.. ***saya juga pernah mengarang,*** dan melewati perjalanan kepengarangan-kepenyairan – yang sayang – tidak pernah tuntas.

2

Apa kabar pendidik kita? Stagnasi atau melesat maju?
Saya yakin, melesat maju, seiring zaman seiring teknologi.
Lalu, sisi mana yang sore ini akan kita perbincangkan?
Nampaknya, panitia berkeinginan untuk 'menggali kreativitas' tenaga didik.

Apa itu kreativitas? Apa definisinya, dan bagaimana teorinya?

---

[1] Disampaikan pada acara Seminar bertema "GURU SENIOR vs GURU MUDA: Pengkaderan Tenaga Didik, Realita dan Tantangan" serta Pelatihan bertema "Menggali Kreativitas Tenaga Didik", yang diadakan oleh Forum Ilmu 6 Bandung, pada tanggal 26 April 2008, di gedung Telkom Training Centre.

[2] Penulis adalah staf pengajar Fakultas Ilmu Pendidikan UPI. Kini mendapat amanah sebagai Ketua Jurusan Psikologi UPI.

Definisi Kreativitas
Kreativitas didefinisikan secara berbeda-beda. Tidak ada satu definisi pun yang dianggap dapat mewakili pemahaman yang beragam tentang kreativitas. Mengapa demikian?

Hal ini disebabkan oleh dua alasan. *Pertama*, sebagai suatu 'konstruk hipotesis' kreativitas merupakan ranah psikologis yang kompleks dan multidimensional, yang mengundang berbagai tafsiran yang beragam. *Kedua*, definisi-definisi kreativitas memberikan tekanan yang berbeda-beda, tergantung dasar teori yang menjadi acuan pembuat definisi.

Berdasarkan penekanannya, definisi-definisi kreativitas dapat dibedakan kedalam dimensi person, proses, press, dan produk, yang oleh Rhodes disebut sebagai "the Four P's of Creativity.

- Definisi kreativitas yang menekankan dimensi person, dikemukakan Guilford (1950): *"Creativity refers to the abilities that are characteristic of creative people".*
- Definisi yang menekankan segi proses, diajukan oleh Munandar (1977): *"Creativity is a process that manifests itself in fluency, in flexibility as well in originality of thinking".*
- Definisi yang menekankan segi produk, dikemukakan oleh Baron (1976): *"The ability to bring something new into existence",* dan oleh Amabile (1983): *"Creativity can be regarded as the quality of products or responses judged to be creative by appropriate observers".*
- Definisi yang menekankan segi press, belum saya temukan. Tetapi intinya, suatu kreativitas biasanya muncul jika seseorang berada dalam desakan tertentu. Jika 'kepepet' atau emergency.

Dua Pembeda Definisi
Definisi kreativitas juga dibedakan kedalam definisi konsensual dan definisi konseptual.

- Definisi ***konsensual*** menekankan segi produk kreatif, yang dinilai derajat kreativitasnya oleh pengamat yang ahli. Kata Amabile (1983:31), suatu produk atau respons seseorang dikatakan kreatif apabila menurut penilaian orang yang ahli atau pengamat yang mempunyai kewenangan dalam bidang itu, bahwa hasil itu kreatif. Jadi, kreativitas merupakan kualitas suatu produk atau respons yang dinilai kreatif oleh pengamat yang ahli.

  Sekaitan dengan ini, dasar asumsinya adalah:
  (a) produk kreatif atau respon-respon 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, para pengamat dapat sampai pada kesepakatan bahwa suatu produk lebih kreatif daripada yang lainnya.

Definisi konsensual sering digunakan dalam studi kreativitas dalam lapangan keilmuan dan kesenian, baik 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. Meskipun tetap menekankan segi produk, definisi ini tidak mengandalkan semata-mata pada konsensus pengamat dalam menilai kreativitas, melainkan didasarkan pada kriteria tertentu.

Sekaitan dengan ini, Amabile (1983:33) melukiskan bahwa suatu produk dinilai kreatif apabila:

(a) produk tersebut bersifat baru, orisinal, dan unik. Meski tidak berarti sama sekali baru, produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru atau reintegrasi dari hasil-hasil yang sudah ada sehingga melahirkan sesuatu yang baru;
(b) produk tersebut bernilai benar/baik, berguna, atau bernilai memuaskan dilihat dari segi kebutuhan tertentu;
(c) produk tersebut lebih bersifat heuristik, yaitu menampilkan metode yang masih belum pernah atau jarang dilakukan oleh orang lain sebelumnya.

Jadi, apa itu definisi **kreativitas?**
Meski banyak definisi, namun pada intinya ada persamaan diantara definisi-definisi tersebut. Kreativitas merupakan "kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya" (Supriadi, 1994:7).

3

Bagaimana kreativitas diteorikan?
Ada hubungan yang erat antara definisi dan teori kreativitas. Bagaimana kreativitas didefinisikan, tergantung kepada bagaimanakah kreativitas diteorikan. Menurut Mackler & Sontz (1970), teori kreativitas dapat digolongkan menjadi enam kelompok, yaitu psikoanalitik, asosianistik, gestalt, eksistensial, interpersonal, dan kandungan ciri atau sifat.

Dasar teori kreativitas

- **Teori psikoanalitik** menganggap bahwa proses ketidaksadaran melandasi kreativitas. Kreativitas merupakan manifestasi dari kondisi psikopatologis.
- **Teori asosiasi** memandang kreativitas sebagai hasil dari proses asosiasi dan kombinasi antara elemen-elemen yang telah ada, sehingga menghasilkan sesuatu yang baru.
- **Teori gestalt** memandang kreativitas sebagai manifestasi dari proses tilikan individu terhadap lingkungannya secara holistik.
- **Teori eksistensial** mengemukakan bahwa kreativitas merupakan proses untuk melahirkan sesuatu yang baru melalui perjumpaan antara manusia dengan manusia, dan antara manusia dengan alam. Menurut May (1980), dengan teori eksistensial ini, setiap perilaku kreatif selalu didahului oleh 'perjumpaan' yang intens dan penuh kesadaran antara manusia dengan dunia sekitarnya.
- **Teori intepersonal** menafsirkan kreativitas dalam konteks lingkungan sosial. Dengan menempatkan pencipta (kreator) sebagai inovator dan orang di sekeliling sebagai pihak yang mengakui hasil kreativitas, teori ini menekankan pentingnya nilai dan makna dari suatu karya kreatif. Nilai mengimplikasikan adanya pengakuan sosial.
- **Teori sifat atau ciri** memberikan tempat khusus kepada usaha untuk mengidentifikasi ciri-ciri atau karakteristik utama kreativitas.

Didasarkan atas teori-teori kreativitas dan berbagai studi tentang kreativitas, selanjutnya ada enam asumsi tentang kreativitas.

Pertama, *setiap orang memiliki kemampuan kreatif dengan tingkat yang berbeda-beda*.

- Tidak ada orang yang sama sekali tidak memiliki kreativitas, hal yang diperlukan adalah bagaimanakah mengembangkan kreativitas itu.

- Kata Devito (1971:213-216; dalam Supriadi, 1994:15), setiap orang lahir dengan potensi kreatif, dan potensi ini dapat dikembangkan dan dipupuk. Malahan Treffinger (1980) mengatakan, bahwa tidak ada orang yang sama sekali tidak mempunyai kreativitas, seperti halnya tidak ada seorang pun manusia yang inteligensinya nol. Jadi, tenaga pendidik pun seyogianya memiliki kemampuan kreatif.
- Derajat kreativitas ada dalam suatu garis kontinum, perbedaan antara orang kreatif satu dengan yang lain hanyalah istilah teknis belaka. Kedua kategori sesungguhnya menunjuk pada tingkat kreativitas yang tinggi dan tingkat kreativitas yang rendah.

Kedua, kreativitas dinyatakan dalam bentuk produk-produk kreatif, baik berupa benda maupun gagasan *(creative ideas*).

- Produk kreatif merupakan 'kriteria puncak' untuk menilai tinggi-rendahnya kreativitas seseorang. Tinggi atau rendahnya kualitas karya kreatif seseorang dapat dinilai berdasarkan orisinalitas atau kebaruan karya itu, dan sumbangannya secara konstruktif bagi perkembangan kebudayaan dan peradaban.

Ketiga, aktualisasi kreativitas merupakan hasil dari proses interaksi antara faktor-faktor psikologis (internal) dengan lingkungan (eksternal).

- Asumsi ini disebut juga sebagai asumsi interaksional (menurut Stein, 1967) atau asumsi sosial-psikologis (menurut Amabile, 1983; dan Simonton, 1975) yang memandang kedua faktor tersebut secara komplementer, saling melengkapi.

Keempat, dalam diri seseorang dan lingkungannya terdapat faktor-faktor yang dapat menunjang atau justru menghambat perkembangan kreativitas.

- Faktor tersebut dapat diidentifikasi persamaan dan perbedaannya pada kelompok individu atau antara individu yang satu dengan yang lain.

Kelima, kreativitas seseorang tidak berlangsung dalam kevakuman, melainkan didahului oleh –dan merupakan– pengembangan dari hasil-hasil kreativitas orang-orang yang berkarya sebelumnya.

- Jadi kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan kombinasi-kombinasi baru dari hal-hal yang telah ada sehingga melahirkan sesuatu yang baru.

Keenam, karya kreatif tidak lahir hanya karena kebetulan, melainkan melalui serangkaian proses kreatif yang menuntut kecakapan, keterampilan, dan motivasi yang kuat.

- Ada tiga faktor yang menentukan prestasi kreatif seseorang, yaitu: motivasi atau komitmen yang tinggi, keterampilan dalam bidang yang ditekuni, dan kecakapan kreatif.

4

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 (1974), 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 (1976) 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;
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 non-kognitif (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.

Namun, ternyata ada keberatan terhadap kriteria ini. Keberatannya, jika digunakan sebagai satu-satunya kriteria untuk menentukan kreativitas seseorang, sebab kriteria ini belum tentu menyentuh esensi dari kreativitas –yakni kemampuan untuk melahirkan sesuatu yang baru– yang nyata dalam hasil karyanya. Karena itu, dimensi kepribadian dari kreativitas biasanya diteliti dalam kaitan dengan kriteria lain yang lebih eksplisit, yaitu produk kreatif.

Makanya, ada analisis faktor yang digagas oleh Guilford. Ia 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 (misalnya sebelas indikator[3] menurut McPherson, 1963), tampak bahwa kualitas produk kreatif ditentukan oleh sejauh mana produk tersebut memiliki kebaruan atau orisinal, bermanfat, dan dapat memecahkan masalah.

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

5

Saya pikir, pelatihan dengan dukungan teoritis ini sudah cukup. Lalu bagaimana kita bisa melihat **4P Kreativitas** di dalam **praktek**? Bagaimana kita bisa saling berdiskusi dan berbagi pengalaman?

Untuk menjawab itu, dalam sesi ceramah, akan saya selipkan beberapa ide awal ketika saya menulis (dimensi person: proses perenungan), tahap ketika melakukan penulisan (dimensi proses: saat penuangan gagasan), tahap menghadapi kejenuhan dan cara menyiasati, tahap ketika melakukan negosiasi dengan penerbit dan hambatan yang pernah dihadapi (dimensi press: tekanan), serta beberapa foto buku yang pernah saya tulis (dimensi produk: divisualkan dari sampul buku yang sudah terbit).

Mudah-mudahan sesi pelatihan ini bermanfaat. Selamat berkreativitas. Selamat berkarya.

ℭ
ℭ

[3] Proses identifikasi kreativitas melalui analisis para ahli, misalnya mengenai kriteria produk kreatif di bidang penelitian keilmuan (murni dan terapan), yang menurut McPherson ada sebelas indikator: (1) patents, (2) patent disclosures, (3) publications, (4) unpublished research reports, (5) unprinted oral presentations, (6) improved processes, (7) new instruments, (8) new analytical methods, (9) ideas, (10) new products, (11) new compounds. Indikator yang disebut lebih mencerminkan produk kreatif di bidang sains dan teknologi; dan tidak semuanya berlaku pada produk kreativitas di bidang ilmu sosial, seni budaya, dan kemanusiaan.

SUMBER BACAAN

Amabile, T.M. (1983). *The Social Psychology of Creativity.* New York: Springer-Verlag.

Barron, F. (1976). "The Psychology of Creativity". Dalam A. Rothenberg & C.R. Hausman (Eds.). *The Creativity Question.* Durham: Duke Univesity Press, hal. 189-200.

Brandt, R.S. (1986). "On Creativity and Thinking Skills". *Educational Leadership, 43, 8:* 12-18.

Guilford, J.P. (1965). "Factors that Aid and Hinder Creativity". *Teachers Record, 1965, 65.*

Guilford, J.P. et al. (1978). *Alternate Uses.* Orange, California: Sheridan Psychological Services.

Koestler, A. (1974). *The Act of Creation.* New York: McMillan.

Mackler, B. & Sontz, F.C. (1970). "Creativity: Theoretical and Methodological Considerations". *The Psychological Record, 1975, 15:* 217-238.

May, R. (1980). *The Courage to Create.* Boston: Norton & Co.

McPherson, J.H. (1963). "A Proposal for Establishing Ultimate Criteria for Measuring Creative Output". Dalam C.W. Taylor & F. Barron (Eds.), *Scientific Creativity: Its Recognition and Development.* New York: John Wiley & Sons, hal. 24-29.

Munandar. S.C.U. (1977). *Creativity and Education: A Study of the Relationship Between Measures of Creative Thinking and a Number of Educational. Variables in Indonesian Primary and Junior Secondary Schools.* Jakarta: UI.

Munandar, S.C.U. (1982). *Pemanduan Anak Berbakat: Suatu Studi Penjajakan.* Jakarta: Rajawali.

Rothenberg & C.R. Hausman (Eds.). (1976). *The Creative Question.* Durham: Duke University Press, hal. 165-175.

Shapiro, R.J. (1973). "The Criterion Problem". Dalam P.E. Vernon (Ed.). *Creativity.* Middlesex: Penguin, hlm 257-269.

Simonton, D.K. (1975). "Sociocultural Context of Individual Creativity: A Transhistorical Time-Series Analysis". *Journal of Personality and Social Psychology, 1975, 32:* 1119-1133.

Stein, M.I. (1967). "Creativity and Culture". Dalam R.L. Mooney & T.A. Razik. *Explorations in Creativity.* New York: Harper, hlm 109-119.

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

Treffinger, D.J. (1980). *Encouraging Creative Learning for the Gifted and the Talented.* Ventura, California: Ventura County Superintendent of School Office.