

CREATIVE TALENT BIDANG KECANTIKAN DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF

Asi Tritanti
Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Profesi dalam bidang hiburan sangat dekat dengan kompetensi-kompetensi vokasional khususnya bidang rias dan kecantikan. Untuk menjawab tantangan sumber daya manusia yang berkualitas sejalan dengan perkembangan industry kreatif, dibutuhkan *creative-creative talent* yang memiliki kreativitas, kemampuan berinovasi, berekspresi dan berkreasi sesuai standar kebutuhan industry. Pengembangan industry kreatif saat ini membuka peluang kerja yang sangat luas bagi lulusan bidang kecantikan. Semakin terbukanya apresiasi masyarakat terhadap pekerjaan *creative talent* membuat bidang ini menjadi salah satu pilihan profesi yang cukup menjanjikan. Terlebih pemerintah melalui departemen perdagangan telah menetapkan 14 kategori sektor industry kreatif yaitu jasa periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, film, video & fotografi, permainan interaktif (games), musik, seni pertunjukan, penerbitan & percetakan, layanan komputer & piranti lunak, televisi & radio serta riset & pengembangan. Dari keempatbelas sektor tersebut lima sector merupakan basis industry kreatif bidang kecantikan.

Kata kunci : *creative talent*, kecantikan, industry kreatif

PENDAHULUAN

Globalisasi dan liberalisasi ekonomi dunia terkait dengan sektor industry telah bergerak begitu cepat, hal ini terlihat pada sikap negara-negara maju yang lebih siap menyambut sehingga cenderung lebih mampu memanfaatkan kesempatan dibandingkan dengan negara-negara sedang berkembang. Menyikapi kondisi tersebut Indonesia sebagai salah satu negara berkembang menetapkan kebijakan-kebijakan untuk mempercepat proses industrialisasi. Krisis ekonomi global yang terjadi secara tidak langsung juga memberikan dampak positif terhadap sektor industry yang sempat terpuruk,

yaitu tumbuhnya industry kreatif yang perlahan tapi pasti mampu berdiri dan berdaya saing untuk mendukung pembangunan ekonomi nasional. Pemerintah Indonesia memberikan dukungan tumbuhnya industry kreatif dengan mencanangkan tahun 2009 sebagai tahun Indonesia Kreatif.

Tumbuhnya industry kreatif telah menciptakan lapangan kerja baru yang membantu pemerintah mengatasi permasalahan penyerapan tenaga kerja dalam berbagai sektor. Selain itu industry kreatif juga mampu mendongkrak perekonomian dengan memunculkan banyak peluang bisnis baru. Peluang bisnis tersebut membuat profesi pekerjaan tidak lagi

konvensional namun lebih beragam. Jika semula profesi seperti guru, dokter, pengacara, dan lain-lain merupakan profesi yang dapat menjamin kesejahteraan hidup, kini paradigma tersebut bergeser dan berkembang menjadi profesi-profesi yang mengandalkan kreativitas, inovasi, dan entrepreneurship, salah satunya profesi dalam bidang hiburan.

Profesi dalam bidang hiburan sangat dekat dengan kompetensi-kompetensi vokasional khususnya bidang rias dan kecantikan. Untuk menjawab tantangan sumber daya manusia yang berkualitas sejalan dengan perkembangan industry kreatif, dibutuhkan *creative-creative talent* yang memiliki kreativitas, kemampuan berinovasi, bereksprosi dan berkreasi sesuai standar kebutuhan industry.

PEMBAHASAN

Kebutuhan SDM unggulan dalam industry kreatif

Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang mengandalkan kreativitas individu, keterampilan serta talenta yang memiliki kemampuan meningkatkan taraf hidup dan penciptaan tenaga kerja melalui penciptaan gagasan dan eksploitasi hak dan kekayaan intelektual atau HKI (Mudrajad Kuncoro, 2008). Definisi industri kreatif dari Departemen Perdagangan RI adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeskplotasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Sementara ekonomi kreatif didefinisikan sebagai sistem kegiatan

manusia yang berkaitan dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi barang dan jasa yang bernilai kultural, artistik dan hiburan (Kelompok Kerja Indonesia Design Power-Departemen Perdagangan, 2008).

Pada dasarnya industri kreatif mengembangkan tiga pilar utama sebagai modal awal, yakni kreativitas sumber daya manusia, inovasi, serta semangat kewirausahaan (Mudrajad Kuncoro, 2008). Sumber daya manusia yang kreatif adalah SDM yang memiliki dan menciptakan ide-ide baru, teknologi-teknologi bari dan konten baru. Diperlukan penanaman pola pikir kreatif yang lebih kontekstual dan diterapkan disegala sisi kehidupan, baik dari sisi pendidikan, budaya serta motivasi kewirausahaan.

Mengembangkan industri kreatif memerlukan sinergi antara industri, pemerintah dan pengelola pendidikan, dalam hal ini adalah perguruan tinggi. Sebagai salah satu lembaga pendidikan, perguruan tinggi merupakan tempat untuk menyiapkan sumber daya manusia yang mampu menjawab tantangan, menganalisis dan menyelesaikan masalah, kreatif, inovatif, mampu berfikir kritis, bereksprosi, berkreasi dan profesional dibidang keahliannya.

Lembaga pendidikan hendaknya memuat kurikulum yang berorientasi pada kreativitas, dan terbentuknya jiwa kewirausahaan yang dapat mengasah kepekaan dan kesiapan untuk proaktif didalam menghadapi perubahan-perubahan yang ditemui di lingkungan nyata. Lembaga pendidikan seharusnya dapat mengarah pada system pendidikan yang dapat menciptakan 1) Kompetensi yang kompetitif yaitu kompetensi yang banyak membutuhkan latihan, orientasi

lapangan, eksperimen, riset dan pengembangan serta mengadakan proyek kerjasama multidisipliner yang beranggotakan berbagai keilmuan dari sains, teknologi, maupun seni. 2) Intelegensia multi dimensi dengan cara menempatkan dimensi kecerdasan manusia yaitu IQ (kecerdasan rasional), EQ (kecerdasan emosional), dan SQ (kecerdasan spiritual) diharapkan dapat dihasilkan SDM yang berintelegensia rasional yang tinggi dan memiliki daya kreativitas yang tinggi pula (Kelompok Kerja Indonesia Design Power-Departemen Perdagangan, 2008).

Lembaga pendidikan kecantikan sebagai salah satu lembaga pendidikan dengan bidang keilmuan multidisipliner sangat dekat dengan industri kreatif. Pendidikan vokasi bidang kecantikan masuk dalam beberapa kategori sektor industri kreatif yang ditetapkan oleh Departemen Perdagangan. Terdapat 14 kategori sektor industri kreatif yaitu jasa periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, film, video & fotografi, permainan interaktif (games), musik, seni pertunjukan, penerbitan & percetakan, layanan komputer & piranti lunak, televisi & radio serta riset & pengembangan. Sektor-sektor yang merupakan basis industri kreatif bidang kecantikan adalah :

1. Periklanan; merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan yang meliputi proses kreasi, produksi, dan distribusi iklan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi produk, tampilan iklan di media cetak dan elektronik,

2. Video, film dan fotografi; merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film dan jasa fotografi serta distribusi rekaman video dan film.
3. Music ; merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
4. Seni pertunjukan; merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten produksi pertunjukan, seperti : balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, music tradisional, music teater, opera, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung dan tata pencahayaan.
5. Televisi dan radio; merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (*games, reality show, infotainment, dll*) penyiaran dan transmisi content acara televisi dan radio termasuk kegiatan stasiun relay stasiun radio dan televisi.

Potensi dari masing-masing basis industri kreatif bidang kecantikan memiliki nilai yang berbeda-beda. Menurut Departemen Perdagangan, beberapa sektor industri kreatif yang diperkirakan memiliki prospek cukup bagus antara lain bidang percetakan dan penerbitan, promosi, pengemasan, entertainment, industri film, musik, animasi & teknologi *on line*. Sedangkan sektor industri kreatif yang memiliki trend pertumbuhan industri tertinggi dalam 3 tahun terakhir adalah musik periklanan dan penerbitan & percetakan.

Tabel 1. Nilai Pasar Industri Kreatif

BIDANG	ESTIMASI NILAI PASAR (SALES)
Arsitek	Rp300 miliar
Ekspor Film	na
Industri Craft	USD 540 juta
Industri Desain Visual	Rp5 triliun
Industri Desainer Fashion	na
Penata Rambut	Rp360 miliar
Industri Seni & Barang Antik	na
Industri Film & Fotografer	Rp350 miliar
Industri Televisi & Radio	Rp19 triliun
Industri Publishing	Rp11,5 triliun
Industri Software & Komputer	Rp24,5 triliun
Musik, Visual & Performing Art	na
Industri Periklanan	Rp11 triliun

Sumber : Dep. Perdagangan 2007

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Studi Industri Kreatif Indonesia-Departemen Perdagangan tahun 2007 diperoleh data tentang pemain-pemain utama dalam industry kreatif. Dalam tabel tersaji bahwa

kompetensi bidang kecantikan muncul pada bidang penata rambut, industri Film & Fotografi, industri music, visual dan *performing art*, serta industri periklanan.

Tabel. 2 Pemain Utama Industri Kreatif

BIDANG	PEMAIN UTAMA
Arsitek	Urbane Indonesia, CV. Dana;s Company, PT. Bintang Bangun Mandiri, PT. Han Awal & Partner, PT. Indomegah Cipta Bangun Citra
Ekspor Film	PT. Tripar Multiviosion Plus
Industri Craft	F. Widayanto Stay Statement, Batik Harni, PT. Retota Sakti
Industri Desain Visual	Le Boyet, Avigra Communication, PT Petak Umpet (Yogyakarta)
Industri Desainer Fashion	Arantxa Adianto, Sebastian A Gunawan, Ronald V Gaghana
Penata Rambut	Rudy Hadisuwarno, Peter F Saerang, Johny Andean
Industri Seni & Barang Antik	Linda Galery, Edwin Galery
Industri Film & Fotografi	Darwis Triadi, Jerry Aurum, Sam Nugroho, Artli Ali, Anton Ismail, Kayus Mulia, RCTI, SCTV, TRANS TV
Industri Televisi & Radio	Smart FM, Trijaya, Delta Pass FM, Elshinta
Industri Publishing	Erlangga, Gramedia, Kanisius, Yudhistira, Tiga Serangkai
Industri Software & Komputer	PT. Sigma Cipta Caraka, PT. Invosa System, PT. Jati Piranti Solusindo
Musik, Visual & Performing	PT. Anggun C Sasmi, Samsons, Gumarang

Art	Sakti Dance Company, Getar
Industri Periklanan	Matari Advertising, Lowe Indonesia, Dwi Sapta Advertising

Sumber : Dep. Perdagangan 2007

Creative talent bidang kecantikan dalam industri kreatif

Creative talent dapat didefinisikan sebagai orang-orang kreatif yang bekerja di sektor hiburan meliputi sektor periklanan, sektor televisi dan radio, sektor seni pertunjukan, film dan fotografi, musik serta penata rambut. *Creative talent* dalam bidang kecantikan adalah orang-orang kreatif yang bekerja di belakang layar untuk menunjang terselenggaranya sebuah acara, baik iklan, pertunjukan, siaran berita, dan lain-lain. Selain bekerja pada industri hiburan, seorang *creative talent* kecantikan juga dapat berprofesi ganda sebagai pengusaha rumah kecantikan, sanggar rias pengantin, atau gria spa.

Creative talent menjadi sebuah profesi karena adanya keterbukaan dari masyarakat terutama dalam hal perkembangan media, dari media cetak hingga media digital yang secara langsung memberi dampak positif bagi terbukanya ruang untuk berekspresi. Kebebasan berekspresi ternyata mendapat sambutan dari masyarakat luas. Dengan diakuinya kiprah *creative talent* dalam lingkup nasional dan internasional membuka sebuah kesempatan bidang pekerjaan baru.

Untuk membentuk seorang *creative talent* yang berkualitas dan siap terjun dalam dunia industri dibutuhkan suatu standarisasi pekerjaan. Perguruan tinggi sebagai salah satu lembaga pencetak *creative talent* diharapkan dapat menjaga standar kualitas setiap lulusannya agar siap pakai dan siap kerja. Penerapan

standarisasi kompetensi dapat dilakukan dengan cara ; 1) merumuskan standarisasi proses belajar mengajar agar sesuai dengan kebutuhan industri dan terus berupaya untuk menjaga standar kualitas pendidikan, 2) menyelaraskan muatan pendidikan yang diberikan dengan perkembangan industri kreatif agar sumber daya manusia yang dihasilkan dapat menjawab tantangan industri.

Peluang bidang pekerjaan sebagai *creative talent* berbeda-beda di setiap daerah. Sebagai contoh beberapa kota utama di Indonesia memiliki potensi sektor yang berbeda-beda seperti Jakarta mempunyai potensi di sektor periklanan, film & video, televisi & radio, musik serta penerbitan & percetakan. Sementara Bandung berpotensi pada sektor desain, fashion, arsitektur, film & video, musik, dan perangkat lunak. Lain lagi dengan Denpasar, Yogyakarta dan Solo yang berpotensi besar akan seni pertunjukan, barang antik dan kerajinan (Ratih Kusumaning Esti & Dinie Suryani, 2008). Terkadang kesenjangan kerap terjadi antara *creative talent* yang berasal dari kota besar dan dari daerah walaupun sistem pendidikan telah menerapkan standarisasi kompetensi yang sama. Hal ini berkaitan dengan pembinaan kepribadian secara utuh untuk menunjang kompetensi belum dilakukan maksimal. Untuk itu pembinaan menyeluruh terhadap faktor-faktor yang dapat memperkuat daya kreasi dan kreativitas harus benar-benar diterapkan. Pembinaan-pembinaan tersebut meliputi; 1) edukasi, 2) inovasi, 3) ekspresi, 4)

kepercayaan diri, 5) pengalaman langsung, 6) dan Hak Intelektual.

Proses pendidikan kreatif dapat melahirkan generasi-generasi yang kreatif, dinamis dan inovatif, dan berkembang menjadi sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif yang mampu mengembangkan potensi ekonomi kreatif menjadi industri kreatif. Creative talent diharapkan sebagai salah satu SDM unggul yang memiliki daya saing tinggi, inovatif, kreatif, dan mampu menghadapi segala tantangan yang ada baik lokal, regional maupun global.

Creative talent menjadi sebuah profesi yang mulai dapat diterima karena tumbuhnya keterbukaan dalam masyarakat terutama dalam bidang media dan hiburan yang membawa dampak positif bagi tumbuhnya ruang untuk berekspresi dan berkreasi. Profesi *creative talent* berada dalam lingkup pekerjaan music, film, dan video sudah mendapatkan apresiasi dari masyarakat. Sebagai bagian dari komunitas pekerja dalam industri kreatif diharapkan perguruan tinggi sebagai salah satu lembaga pendidikan yang mencetak tenaga kerja dapat menjaga standar kualitas lulusan dengan selalu memantau perkembangan industri dan kebutuhan-kebutuhan apa saja yang disyaratkan oleh industri.

SIMPULAN

Dibutuhkan kerjasama yang baik dari lembaga pendidikan, pemerintah, dan pengelola industri kreatif agar pengembangan industri kreatif dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Lembaga pendidikan

menyiapkan sebaik mungkin sumber daya manusia yang unggul dibidangnya agar dapat berkreasi dan mendapat pengakuan secara nasional maupun internasional karena kualitasnya. Pemerintah menetapkan kebijakan-kebijakan yang mendukung dan mensupport baik SDM dan industri-industri kreatif agar dapat terus mengembangkan inovasi dan kreativitas.

Kerjasama yang baik termasuk juga pembinaan menyeluruh terhadap faktor-faktor yang dapat memperkuat daya kreasi dan kreativitas agar creative talent yang berasal dari kota besar maupun daerah dapat bekerja sesuai standar yang ditetapkan oleh industri. Pembinaan-pembinaan tersebut meliputi; 1) edukasi, 2) inovasi, 3) ekspresi, 4) kepercayaan diri, 5) pengalaman langsung, 6) dan Hak Intelektual.

REFERENSI

- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2008). Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Jakarta.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2008). Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi, Kreatif Indonesia 2025. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Jakarta.
- Mudrajad Kuncoro. (2008). *UKM dan industry kreatif*. Harian Seputar Indonesia Edisi Senin, 10 Maret 2008
- Ratih Kusumaning Esti, Dinie Suryani. (2008). *Economic Review* Volume 212 Juni 2008