

Pembentukan Generasi Kreatif: Studi Pengembangan Kreativitas Tokoh Udjo Ngalagena Pendiri Saung Angklung Bandung

Budiman Mahmud M.

Program Studi Pariwisata

Kampus Vokasi Universitas Indonesia Depok, Jawa Barat 16424

budimanmm@gmail.com

Abstract: This article is the result of qualitative research that discusses the emergence of a creative generation through the development of traditional instrument angklung. The study is a case study. The primary data were collected through observation and interviews, while the secondary data were obtained from library research. The success Udjo Ngalagena as a creative person who develops various creative products in various conditions, as well as his Saung Angklung Udjo project which is known worldwide is interesting to be studied in depth. Through the analysis of the 4P approach (personally, press, processes and products), the results showed that Udjo succeeded in delivering “angklung” tradition to become a creative product in educational activities, production and performances. Educational model created by Udjo Ngalagena proves that he is able to create creative generations and to transform his creativity from the individual level to the wider community.

Keywords: creativity, creative education, art traditions, udjo ngalagena

Abstrak: Artikel ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang membahas tentang pembentukan generasi kreatif melalui pengembangan seni tradisi angklung. Penelitian ini adalah penelitian studi kasus. Alat pengumpul data primer adalah observasi dan wawancara. Alat pengumpul data sekunder adalah melalui studi pustaka. Kemampuan dan keberhasilan Udjo Ngalagena sebagai pribadi kreatif yang menghasilkan berbagai produk kreatif di tengah berbagai kondisi zaman dan karyanya berupa Saung Angklung Udjo berhasil mendunia menarik untuk dikaji lebih dalam. Melalui analisis pendekatan 4P; pribadi, pendorong, proses dan produk kreatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa Udjo berhasil mengemas tradisi angklung menjadi produk kreatif dalam aktivitas pendidikan, produksi dan pertunjukan. Model pendidikan yang dibuat oleh Udjo Ngalagena membuktikan bahwa ia mampu membentuk generasi kreatif dan mampu mentransformasikan kreativitasnya dari tingkat individu ke masyarakat luas.

Kata kunci: kreativitas, pendidikan kreatif, seni tradisi, udjo ngalagena

Baru-baru ini, *Global Innovation Index* merilis data tentang tingkat inovasi global. Posisi Indonesia pada tahun 2016 di peringkat 88, pada tahun 2015 ada di peringkat 97, pada tahun 2014 ada di peringkat 87, tahun 2013 ada di posisi 85, tahun 2012 ada di posisi 100 dunia dari 150 negara (GDI, 2016). Jika mengacu pada pendapat Fontana (2009) yang menjelaskan bahwa tingkat inovasi sangat ditentukan oleh kreativitas dan kualitas SDM, maka dapat dikatakan bahwa kreativitas masyarakat secara umum masih rendah.

Pengembangan kreativitas merupakan tanggungjawab banyak pihak, tetapi dunia pendidikan memiliki peran dan tanggungjawab yang besar, karena melalui pendidikan akan lahir

generasi-generasi berpengetahuan dan generasi kreatif. Dari realita yang ada, sistem pendidikan kita sepertinya belum sepenuhnya diarahkan untuk menumbuhkan semangat inovasi dan kreativitas. Lingkungan pendidikan kita secara umum tidak mencoba menumbuhkan daya nalar kritis dalam setiap kurikulumnya. Padahal, sejarah lahir dan berkembangnya suatu peradaban sebagaimana dikemukakan oleh Toynbee (2004) ditentukan oleh minoritas kreatif dan kondisi lingkungan. Lingkungan terus menerus menantang masyarakat dan melalui minoritas kreatif ditentukan cara menanggapi tantangan tersebut (Sztompka, 2011). Kenyataannya lingkungan pendidikan masih belum siap untuk menciptakan generasi kreatif yang siap

menghadapi globalisasi.

Studi mengenai kreativitas masih sangat relevan untuk menjawab berbagai tantangan dan permasalahan di era globalisasi saat ini. Perhatian terhadap studi kreativitas secara akademik di Indonesia telah dikembangkan sejak tahun 1977 oleh Munandar (1988) dalam disertasinya tentang “*Creativity and Education*” yang menekankan pentingnya kreativitas dalam dunia pendidikan. Sejak saat itu, berbagai kajian kreativitas semakin banyak dan berkembang hingga melahirkan berbagai definisi baru tentang kreativitas. Menyusul krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 1980-an, kreativitas muncul sebagai istilah yang sering digunakan untuk melukiskan jalan keluar dari kesulitan. Istilah kreativitas di Indonesia menjadi semakin populer dan memperoleh perhatian khusus dari pemerintah dengan adanya kementerian yang fokus menangani ekonomi kreatif pada tahun 2011 dan kemudian pada tahun 2015 secara resmi dibentuk Badan Ekonomi Kreatif. Istilah ekonomi kreatif ini digunakan sebagai sebuah konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi (Howkins, 2001).

Kajian ini mencoba untuk mengangkat keberhasilan Udjo Ngalagena sebagai individu kreatif yang berhasil membentuk dan mengembangkan kreativitas masyarakat melalui bidang pendidikan angklung, yaitu dengan mendirikan sanggar seni tradisi yang dikenal dengan Saung Angklung Udjo (SAU). Selama lebih dari 50 tahun SAU berkembang dalam kondisi yang secara sosial budaya dan politik dapat dikatakan membatasi daya kreatif masyarakat, namun Udjo tetap kreatif dan mampu menciptakan generasi kreatif.

Dari informasi awal yang diperoleh, masyarakat pada saat itu umumnya masih berorientasi untuk dirinya sendiri atau berorientasi lokal, apalagi kondisi sosial politik dan ekonomi saat itu masih belum stabil dan budaya feodal masih kuat bertahan. Periode zaman dimana Udjo hidup secara teoritik dapat dijelaskan oleh kajian Bachtiar (1983) yang menyimpulkan bahwa di tengah situasi politik yang ketat dan otoriter maka kreativitas masyarakat cenderung dihambat dan tidak berkembang. Selain itu, Udjo juga hidup dalam sistem budaya feodal yang secara teoritik juga berkontribusi dalam menciptakan berbagai upaya pengekangan terhadap kebebasan yang menghambat kreativitas. Berbeda dengan kecenderungan kondisi kreativitas masyarakat pada umumnya yang terjadi sebagaimana dijelaskan dalam

teori tersebut, saya melihat bahwa Udjo Ngalagena yang hidup dalam berbagai situasi dan kondisi zaman ternyata berhasil mengembangkan kreativitasnya dan produk kreasinya yang bertahan hingga saat ini.

Aktivitas Udjo Ngalagena melalui penciptaan berbagai kreasi seni tradisi memungkinkan masyarakat terlibat dalam mengekspresikan kreativitasnya (Syafii, 2009; Milyartini & Alwasilah, 2012). Hal ini, secara teoritik menarik untuk dipertanyakan dan diperdalam, bagaimana teori pembentukan pribadi kreatif dapat menjelaskan kreativitas Udjo Ngalagena dan berbagai dorongan serta pengaruh lingkungan sehingga ia mampu kreatif dalam berbagai kondisi zaman dan mampu mentransformasikan kreativitasnya kepada masyarakat. Atas permasalahan ini maka perlu digali dan dikaji lebih dalam tentang kemampuan Udjo Ngalagena dalam melakukan proses kreatif dan menghasilkan produk kreatif. Secara konseptual pendekatan 4P (*person, press, process* dan *product*) dapat digunakan untuk membantu menjelaskan kreativitas Udjo Ngalagena tersebut.

Kajian ini menjadi penting karena keberhasilan individu dalam mengembangkan kreativitasnya di tengah berbagai keterbatasan, hambatan dan tantangan zaman dapat menjadi inspirasi untuk menyiapkan generasi kreatif di masa kini dan masa yang akan datang. Keberhasilan seorang individu dalam berkreasi dan mengembangkan aktivitas kreatifnya dapat dikaji secara mendalam sebagai sebuah studi kasus kreativitas sehingga diharapkan mampu menjadi inspirasi bagi masyarakat dan berbagai pihak yang berkepentingan untuk menciptakan pribadi dan masyarakat yang lebih kreatif.

Kajian-kajian para ahli mengenai kreativitas secara umum menjelaskan bahwa keberadaan minoritas kreatif sangat penting dalam kehidupan manusia untuk menjawab berbagai tantangan zaman serta mengubah dan mengembangkan kebudayaan (Munandar, 1988; 2004; 2009; 2012; Semiawan, 2009; Sztompka, 2011; Soemardjan, 1983). Penelitian pertama di Indonesia tentang ciri-ciri kepribadian yang kreatif dilakukan pada tahun 1977 oleh Munandar (1999) dengan membandingkan tiga kelompok yaitu kelompok psikolog, guru dan orang tua. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan perbedaan kelompok orang yang sangat kreatif dan orang yang kurang kreatif. Ciri-ciri perilaku yang ditemukan pada orang-orang yang memberikan sumbangan kreatif yang menonjol terhadap masyarakat digambarkan sebagai berikut: berani dalam pendirian/keyakinan, ingin tahu, mandiri

dalam berpikir dan mempertimbangkan, bersibuk diri terus menerus dengan kerjanya, intuitif, ulet, tidak bersedia menerima pendapat dari otoritas begitu saja. Kenyataan menunjukkan bahwa guru dan orang tua lebih menginginkan perilaku sopan, rajin dan patuh dari anak, padahal ciri-ciri tersebut tidak berkaitan dengan kreativitas.

Kreativitas dapat diartikan sebagai suatu kemampuan umum untuk menciptakan suatu yang baru atau kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah, atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan-hubungan baru antara unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya. Sesuatu yang diciptakan itu tidak perlu baru sekali, tetapi merupakan gabungan atau kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya (Munandar, 2012; Semiawan 2009). Berbeda dengan definisi di atas yang berakar pada kajian psikologi, kreativitas juga telah lama dilakukan dari kajian ilmu sosiologi dan antropologi. Selo Soemardjan (1983) menegaskan bahwa timbul dan tumbuhnya kreativitas dan selanjutnya berkembang menjadi suatu kreasi yang diciptakan oleh seseorang individu tidak dapat luput dari pengaruh kebudayaan serta pengaruh masyarakat tempat individu itu hidup dan bekerja. Hal ini diperkuat oleh Ember & Ember (1996) yang menjelaskan bahwa tokoh yang menciptakan suatu kreasi baru pada prosesnya dipengaruhi oleh kondisi sosial budaya masyarakatnya, melalui hubungan antara individu dan kebudayaannya, kreativitas dimungkinkan berkembang dengan lebih baik. Semiawan (2009) mendefinisikan kreativitas sebagai modifikasi sesuatu yang sudah ada menjadi konsep baru. Berbagai kajian tentang kreativitas telah dibahas dalam berbagai sudut pandang keilmuan.

Berbeda dengan kedua definisi tersebut yang berakar pada kajian psikologi, berbagai kajian kreativitas juga dilakukan oleh ahli manajemen, misalnya Fontana (2009) yang menjelaskan kreativitas sebagai proses awal terjadinya inovasi. Definisi ini memiliki kesamaan dengan definisi Anderson dkk. (2014) yang menjelaskan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan suatu proses, hasil, dan produk dari upaya untuk mengembangkan dan memperkenalkan cara-cara baru dan lebih baik dalam melakukan sesuatu. Berdasarkan berbagai kajian yang ada, kreativitas dapat terjadi pada bidang psikologi (Munandar, 1988; 2012; Semiawan, 2009), manajemen (Fontana, 2009; Anderson, 2014), sosial budaya (Bachtiar, 1983; Soemardjan, 1983; Ember & Ember, 1996; Fischer & Shipman, 2011; Fischer,

2014) dan berbagai bidang lainnya.

Dari berbagai bidang keilmuan yang membahas tentang kreativitas ada satu pendekatan umum yang dapat digunakan oleh berbagai bidang keilmuan dalam menganalisis kreativitas sebagaimana dikemukakan oleh Rhodes yaitu pendekatan 4P yaitu *person* (pribadi), *press* (pendorong), *process* (proses), dan *product* (produk) (Munandar, 2012). Menurut Munandar (2012) dari keempat pendekatan tersebut hal yang paling menentukan dalam proses perwujudan kreativitas adalah aspek pribadi (*person*). Istilah kepribadian digunakan untuk menjelaskan karakteristik pribadi seseorang yang menyebabkan munculnya konsistensi perasaan, pemikiran, dan perilaku (Pervin dkk., 2010). Teori yang digunakan oleh peneliti pada kajian ini adalah teori Carl Rogers (1902-1987) yang tergolong dalam aliran teori humanistik. Teori Carl Roger bertitik tolak dari pandangan bahwa manusia menentukan nasibnya sendiri. Carl Rogers mengutarakan sebuah teori yang disebut dengan teori pribadi terpusat, di mana tiap individu ada dalam dunia pengalaman yang selalu berubah dan individu tersebut menjadi pusatnya. Teori Rogers tentang aktualisasi diri menekankan pada konsistensi diri dan kongruensi antara diri dan pengalaman (Pervin dkk., 2010).

Berbagai studi terdahulu menunjukkan bahwa ada akademisi yang mengkaji dari semua sisi, seperti Munandar (1988; 2012) yang fokus pada kreativitas di bidang pendidikan, dan Palaniappan (2012) tentang kreativitas berbasis budaya. Studi yang menekankan pada dimensi pribadi atau tokoh kreatif antara lain Mushnikova (2014) tentang tokoh pelukis terkemuka di Rusia, Almasitoh (2013) tentang kepribadian kreatif. Studi yang menekankan pada proses, Fischer (2011; 2014) tentang kreativitas sosial. Studi yang menekankan pada produk seperti Glăveanu (2013) tentang kreativitas berupa kerajinan tradisional.

Proses kreatif yang dilakukan oleh pribadi kreatif pada akhirnya menghasilkan suatu produk kreatif yang memberikan makna. Produk-produk kreatif ini perlu mendapat pengakuan (penghargaan) dari masyarakat dan memberi makna bagi kehidupan. Kreativitas atau daya kreasi di dalam masyarakat yang progresif dihargai sedemikian tingginya dan dianggap penting sehingga untuk memupuk dan mengembangkannya dibentuk laboratorium atau bengkel-bengkel khusus yang tersedia tempat, waktu dan fasilitas yang diperlukan (Soemardjan, 1983).

Teori kreativitas yang beraliran humanis fokus pada kreativitas sebagai ungkapan dasar manusia.

Rogers menjelaskan bahwa kreativitas muncul dari kebutuhan sosial; ia percaya bahwa hal ini tumbuh dari kualitas yang unik dari individu dalam interaksi mereka dengan pengalaman hidup (Munandar, 2012). Aktivitas kreatif tumbuh dari hubungan antara individu dan aktivitas mereka, serta dari interaksi antara individu. Dengan kata lain, kreativitas tidak hanya terjadi di dalam kepala orang, tetapi dalam interaksi antara pikiran seseorang dan konteks sosial budaya (Fischer, 2011). Aktivitas kreatif tidak terletak di ranah pribadi dalam pikiran individu, tetapi dalam interaksi dialogis dalam konteks relasional. Proses kreatif berorientasi relasional dapat dilihat di Saung Angklung Udjo misalnya terlihat dalam proses belajar, bermain, berkesenian, pertunjukan dan membuat angklung sehingga kegiatan tersebut menjadi tindakan sosial.

Berdasarkan studi literatur tersebut, saya melihat sampai saat ini kajian-kajian yang membahas kreativitas khususnya terkait dengan seni tradisi yang secara komprehensif membahas mulai dari dimensi pribadi (tokoh pencipta sebagai minoritas kreatif), dimensi dorongan (*press*), dimensi proses, dan dimensi produk (Munandar, 2012) masih relatif sedikit di Indonesia. Kajian tentang strategi transformasi kreativitas dari individu ke masyarakat melalui seni tradisi belum banyak yang membahasnya secara ilmiah, sehingga penulis merasa terdorong untuk mengangkat hal ini dengan mengacu pada konsep-konsep ilmiah yang ada.

METODE

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial (Creswell, 2010). Kajian ini bersifat eksplanasi yang bertujuan untuk menjelaskan alasan terjadinya peristiwa dan untuk membentuk, memperdalam, dan mengembangkan teori (Neuman, 2013). Kajian ini menekankan pada studi kasus dalam upaya memahami kreativitas secara utuh, lebih mendalam dan lebih detail, dalam hal ini adalah studi kasus kreativitas Udjo Ngalagena di SAU yang berlokasi di Jalan Padasuka No 118, Bandung, Jawa Barat. Data primer diperoleh peneliti melalui observasi dan wawancara terhadap informan seperti keluarga, pengrajin, murid, pemain, pelatih, tokoh masyarakat dan berbagai informan lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui kegiatan studi pustaka, berupa penelusuran dokumen yang memuat fakta-fakta, artikel atau referensi, serta

bahan-bahan lain yang menunjang terkait dengan kreativitas, aktivitas Udjo Ngalagena dan aktivitas di Saung Angklung Udjo.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kreativitas Udjo Ngalagena

Berbagai aktivitas dan produk kreatif Udjo Ngalagena merupakan salah satu wujud aktualisasi dirinya sebagaimana mengacu pada teori Rogers yang mendasarkan pada suatu “daya hidup” yang disebut dengan kecenderungan aktualisasi (Pervin dkk., 2010). Aktualisasi diri di bidang seni tradisi mendorong Udjo mampu mengembangkan berbagai potensi yang dimilikinya sehingga ia menjadi pribadi kreatif yang menghasilkan berbagai produk kreatif.

Perjalanan hidup dan proses kreatif yang Udjoalui menjadikan dirinya memiliki karakter pribadi kreatif. Melalui wawancara dengan berbagai informan kunci dapat diketahui bahwa Udjo memiliki pribadi yang sederhana, ulet, disiplin, jujur dan optimis. Karakter ini lahir dari pengalaman hidupnya sejak masa anak-anak, pergaulan dengan masyarakat, dalam lingkungan pendidikan dan lain sebagainya. Aktualisasi diri yang Udjo lakukan tidak lepas dari pengalaman hidupnya, misalnya ia menambahkan sendiri kata *Ngalagena*, sehingga menjadi Udjo Ngalagena. Ngalagena mengandung makna penuh harapan, mandiri, bebas. Kreativitas Udjo lahir bukan hanya karena potensi yang dimilikinya, tetapi tumbuh dan berkembang melalui interaksi dengan masyarakat dan lingkungannya (pendorong kreatif).

Kontribusi terbesar yang membuat Udjo kreatif dan mampu mengembangkan kreativitasnya adalah dorongan dari gurunya, Daeng Soetigna. Perpaduan kekuatan pribadi kreatif, dorongan kreatif, proses kreatif menjadikan Udjo tumbuh menjadi manusia kreatif dan mengungkapkan berbagai ekspresinya. Tidak hanya itu, Udjo juga konsisten dengan apa yang dilakukannya. Konsisten membuat pertunjukkan di saat orang menganggapnya aneh, konsisten membuat angklung dengan berbagai variasinya, konsisten mengajar anak-anak sampai larut malam dan tidak mengenal waktu demi tercapainya keinginan dan cita-citanya, serta konsisten memberdayakan masyarakat sekitarnya.

Konsistensi ini penting, sebagaimana teori Roger tentang aktualisasi diri yang menekankan pada konsistensi diri dan kongruensi antara diri dan pengalaman (Pervin dkk., 2010). Guna menjaga konsistensi diri dan kongruensi (membuat sama atau

Tabel 1. Strategi 4 P Dalam Menganalisis Kreativitas Udjo Ngalagena

	Siapa	Apa	Bagaimana	Mengapa	Kapan	Dimana
Person	Udjo Ngalagena	Pribadi kreatif yang dominan dengan ciri: 1. Ulet/tekun 2. Disiplin 3. Jujur 4. Optimis	Kepribadian kreatif Udjo terbentuk di antaranya melalui interaksinya dengan keluarga, masyarakat, alam, sekolah, pergaulan dalam komunitas seni Sunda.	Dorongan kuat dari pribadi Udjo yang didukung oleh lingkungan membuat bakat dan kreativitasnya berkembang terus.	Sejak lahir hingga lahir SAU, kemudian sejak SAU berdiri tahun 1966-2001	Cicalung Padasuka
Press	Keluarga: Orang Tua	Agen sosialisasi primer	Menekankan pentingnya jadi orang pandai, berilmu, taat aturan, tata krama	Agar hidupnya enak, lebih baik dari kehidupan orang tuanya	Sejak lahir hingga menikah	Cicalung
	Masyarakat dan lingkungan	Agen sosialisasi sekunder	Penekanan pada harmoni dengan alam dan budaya dalam nilai silih asah silih asih silih asuh.	Interaksi sosial membutuhkan harmoni sosial, budaya & alam	Saat lahir hingga 1966	Cicalung dan Padasuka
	Sekolah: Guru, mentor	Agen sosialisasi sekunder: Pengaruh Sosok Daeng Soetigna	Penekanan pada ilmu seni musik dan ekspresi seni Gurunya mendorong Udjo membuat SAU	Sekolah memberikan kapasitas ilmu dan metode pengajaran	1937-1970	HIS, SGB, SGCB, Daeng Soetigna
Process	Udjo Ingin berkontribusi dalam pengembangan seni tradisi	Udjo memilih fokus pada seni tradisi karena rasa cintanya pada seni Sunda dan dunia pendidikan sehingga ia memiliki ilmu untuk mengembangkan seni tradisi dan berekspresi melalui seni khususnya calung, angklung dan karawitan sunda. Tahun 1968 mengembangkan SAU sebagai proyek pariwisata	Melalui 4 tahapan: 1. Persiapan: Belajar Angklung secara komprehensif dari Daeng Soetigna. 2. Inkubasi: Refleksi dan merenung "Jika Daeng Soetigna bisa menciptakan angklung diatonik maka Udjo bisa apa?" 3. Iluminasi: Muncul gagasan ingin menciptakan Sanggar Angklung sebagai tempat pengembangan angklung dan seni 4. Verifikasi: Membuat sanggar angklung yang berfungsi sebagai pendidikan anak.	Untuk memastikan bahwa karya/kreativitas yang dibuat oleh Udjo benar-benar sesuai dengan visi dan keinginannya serta didukung oleh orang-orang terdekat, guru dan masyarakatnya.	1958 -2001	Padasuka
Product	Udjo mewujudkan kreativitas dengan menciptakan SAU sebagai tempat produksi, pendidikan & pertunjukan	Sanggar pengembangan seni, produksi angklung, pendidikan dan pertunjukan yang kemudian bertransformasi menjadi pariwisata budaya dan pariwisata kreatif	Pribadi kreatif, <i>press</i> (pendorong/tekanan) serta proses kreatif membuat Udjo mampu menciptakan kreativitas berupa pengembangan seni tradisi angklung dan seni tradisi lainnya sebagai media pendidikan dan pertunjukan seni serta aktivitas pariwisata.	Udjo ingin ikut serta membina dan melestarikan budaya Sunda dengan memberikan nilai tambah baik dari sisi materi maupun non materi.	1966 - 2001	Padasuka

selaras), individu mengembangkan sistem nilai yang dipakai untuk mengevaluasi diri dan menjaga sistem diri. Individu berperilaku dalam cara yang konsisten dengan konsep diri mereka walaupun perilaku ini tidak memberikan imbalan pada mereka (Pervindkk., 2010). Aktualisasi diri Udjo sebagai seorang

pendidik dan seniman diwujudkan dengan membuat SAU. Udjo secara konsisten membangun institusinya melalui aktivitas produksi angklung, pendidikan angklung untuk anak dan pertunjukan, meskipun belum memberikan hasil yang memuaskan, ia terus bekerja dengan tekad melestarikan budaya

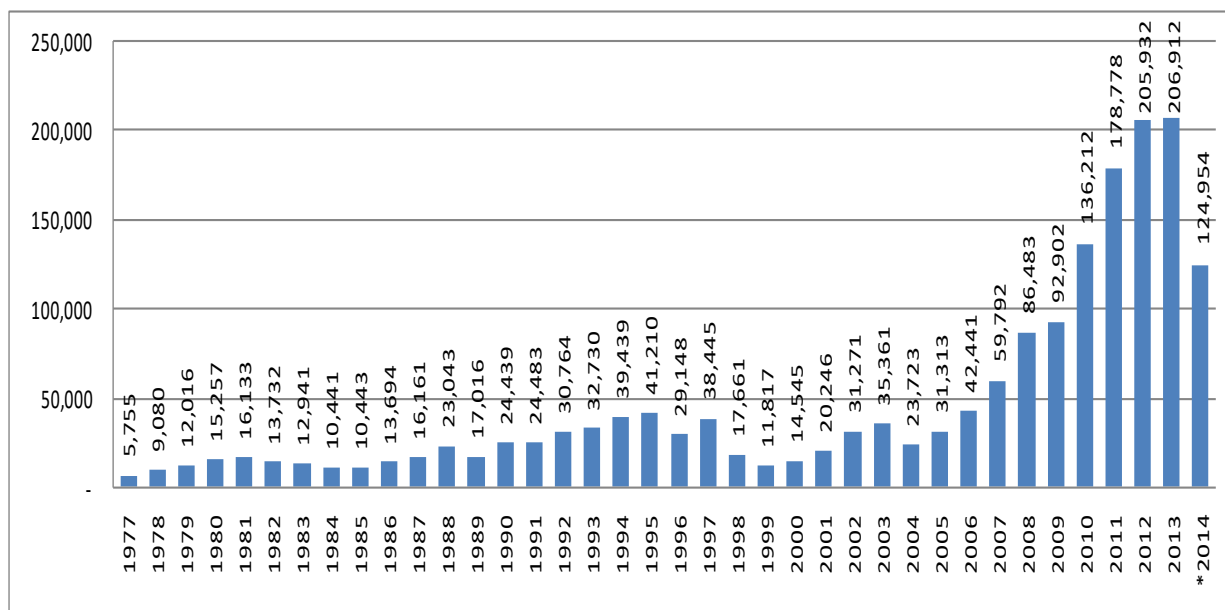
dan harapan suatu saat angklung akan mendunia. Konsistensi dan optimisme akhirnya memberikan hasil dan dampaknya dirasakan bukan hanya oleh diri dan keluarganya tetapi oleh masyarakat lokal hingga mancanegara.

Pada saat yang sama kongruensi antara diri dan pengalaman juga terjadi dalam diri Udjo. Diakui oleh semua informan, Udjo benar-benar sosok yang perkataan dan perbuatannya sama. Ciri pribadi ulet, disiplin, jujur dan optimis melekat dalam kepribadiannya sampai akhir hayat. Contoh dari kongruensi Udjo adalah ketika Udjo memandang dirinya sebagai sosok guru yang sayang dengan anak-anak, maka Udjo menerapkan metode belajar yang disenangi anak-anak sehingga anak-anak menikmati dan cepat belajar, misalnya mengajar sambil bermain di halaman, di sawah. Bukan hanya itu, dia juga empati dan dekat dengan murid-muridnya dan sering memberikan apresiasi. Melalui pendekatan 4P, penulis membuat tabulasi mengacu pada konsep yang dikembangkan oleh Munandar (1988; 2012) dan mengkaitkannya dengan beberapa aspek yaitu aspek siapa (*who*), apa (*what*), di mana (*where*), kapan (*when*), mengapa (*why*) dan bagaimana (*how*). Selanjutnya dikaitkan dengan peranan lingkungan, seperti lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan masyarakat. Perpaduan antara 4P, Aspek 5W+1H dan peranan lingkungan ini menghasilkan Tabel 1.

Pada Tabel 1 terlihat bahwa SAU merupakan produk kreatif yang di dalamnya ada berbagai

aktivitas seni tradisi dan budaya Sunda yang dipraktikkan, diajarkan dan dilestarikan melalui suatu aktivitas rutin yang berlangsung terus-menerus. Produk kreatif ini secara sederhana sesungguhnya adalah sanggar yang Udjo buat sedemikian rupa sehingga angklung dan seni tradisi Sunda dapat tumbuh dan berkembang. Udjo berhasil merancang kondisi sosial dan lingkungan dengan mendirikan SAU sehingga kreativitas berbasis budaya dapat terekpresikan, khususnya kreativitas berbasis pada angklung dan kesenian Sunda.

Saung Angklung Udjo merupakan produk kreatif Udjo yang di dalamnya ada berbagai seni tradisi dan kebudayaan Sunda yang dipraktikkan, diajarkan dan dilestarikan melalui suatu aktivitas rutin yang berlangsung terus-menerus sehingga menjadi suatu tradisi baru. Di SAU, berbagai seni tradisi Sunda diciptakan, diproduksi, dikemas dan dilestarikan melalui berbagai atribut, simbol-simbol dan dikreasikan dalam berbagai bentuk seperti pertunjukan, produksi alat musik angklung, pelatihan, pendidikan dan lain sebagainya yang dikaitkan dengan atraksi pariwisata. SAU yang pada awalnya didirikan dengan spirit kecintaan Udjo Ngalagena terhadap seni tradisi Sunda khususnya pendidikan dan pelestarian angklung kemudian berkembang menjadi objek tujuan wisata budaya yang mendunia. SAU telah menjadi contoh keberhasilan dari pembangunan seni tradisi yang berkembang menjadi pembangunan wisata budaya



Grafik 1. Data Pengunjung Tahun 1977-2014

yang berbasis pada kreativitas. Jumlah pengunjung (wisatawan) di SAU secara statistik dapat dilihat dalam grafik berikut:

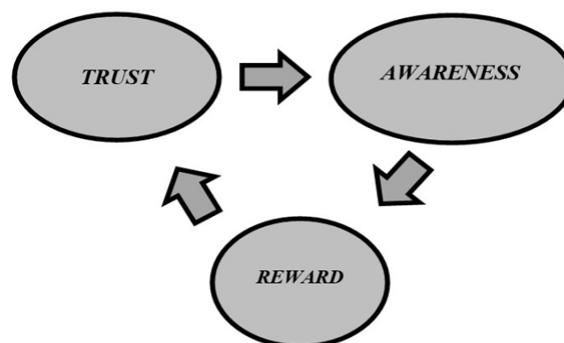
Strategi Pembentukan Generasi Kreatif

Langkah awal yang dilakukan oleh Udjo dalam mengelola kreativitasnya adalah menciptakan generasi kreatif (subyek kreatif) untuk mengelola produk kreatifnya (obyek kreatif). Strategi transformasi kreativitas dari pribadi ke masyarakat dilakukan melalui regenerasi dan pengelolaan kreativitas pada skala kecil, yakni skala keluarga, khususnya istri dan anak-anaknya menjadi prioritas yang dilakukan oleh Udjo. Permasalahan transformasi kreativitas merupakan persoalan yang sudah diantisipasi oleh Udjo Ngalagena sehingga ia melakukan regenerasi dengan memaksa semua anak-anaknya untuk belajar angklung. Sebagaimana diungkapkan anak-anak Udjo Ngalagena, setiap hari, suka tidak suka, mau tidak mau semua anak-anaknya harus belajar dan menurut perintah Udjo. Secara sosial dan budaya, konteks jaman saat itu di mana pendekatan pendidikan orang tua ke anak bersifat otoriter adalah hal yang wajar dan lumrah. Hampir semua gaya mendidik anak pada masa itu adalah otoriter. Menurut anak-anaknya, masa-masa itu adalah masa yang membuat anak-anaknya tertekan. Baru akhirnya, puluhan tahun berikutnya ketika anak-anak sudah mulai remaja dan dewasa baru mulai ada dialog. Udjo mulai mengubah sikap dan cara mendidik anak. Mulai ada dialog antara anak dan orang tua, mulai ada apresiasi yang lebih buat anak meskipun sikap disiplin dan tegas masih melekat pada diri Udjo. Baru ketika cucu sudah mulai banyak, jaman pun berubah, pola yang diterapkan Udjo jauh lebih demokratis, di mana anak diberikan kebebasan untuk berekspresi dan mengembangkan kreativitasnya masing-masing.

Dari berbagai data yang diperoleh, saya mencoba model pendidikan yang dilakukan Udjo Ngalagena dalam pembentukan pribadi kreatif di SAU yang dilakukan oleh Udjo terhadap anak-anak dan muridnya seperti pada Bagan 1.

Langkah pertama yang dilakukan adalah meyakinkan keluarga agar memahami dan mengikuti apa yang menjadi visi besar Udjo dengan adanya SAU. Upaya untuk meyakinkan keluarga adalah dengan membangun *trust* (kepercayaan) bahwa apa yang dilakukan Udjo bersama SAU adalah sesuatu yang baik, membawa manfaat dan memiliki harapan akan masa depan yang lebih baik. Ketika anak-anak Udjo masih kecil maka yang dilakukan

Udjo adalah membangun karakter kedisiplinan dan tanggungjawab serta mengarahkan perilaku anak-anaknya. Hal ini ada kaitannya dengan bagaimana gaya Udjo yang otoriter dalam proses regenerasi kepada anak-anaknya.



Bagan 1. Model Pendidikan Pembentukan Pribadi Kreatif

Langkah berikutnya setelah Udjo berhasil membangun *trust* adalah membangun *awareness* (kesadaran/kepedulian). Ketika anak-anaknya sudah mulai remaja dan sudah mulai terlihat minat dan bakatnya maka anak-anak mulai diajak dialog, dibangun kesadaran akan pentingnya seni tradisi, pentingnya kreatif dan mulai dibangun kesadaran bahwa hidup itu harus punya visi dan arah yang jelas. Proses membangun kesadaran bukanlah proses yang mudah pada saat itu karena anak mulai memperoleh pengaruh dari luar, dari pergaulan dan lain sebagainya sehingga perlu dialog yang terus menerus. Baru setelah ada *reward*. *Reward* yang dimaksud disini bukan secara materi, lebih dari itu *reward* berupa apresiasi kepada anak-anaknya dengan memberikan peran lebih misalnya memimpin pertunjukan menggantikan Udjo baik di dalam negeri maupun luar negeri.

Udjo menerapkan prinsip dan filosofi Sunda dalam proses regenerasi. Salah satu filosofi yang diterapkan filosofi *silih asah* (saling mengasah atau mengajari), *silih asih* (saling mengasihi) dan *silih asuh* (saling mengasuh). Menurut anak-anak Udjo, jika metode pewarisan yang dilakukan secara otoriter melahirkan keterpaksaan dan perlawanan, metode pewarisan melalui dialog melahirkan rasa “dihargai keberadaannya dan dianggap” sehingga dapat memberikan kontribusi dan kreativitas lebih maka metode demokratis melahirkan apresiasi dan kebahagiaan bagi anak-anaknya tetapi di balik itu ada tanggungjawab yang berat. Filosofi *silih asah*, *silih asih*, *silih asuh* menjelaskan bahwa hubungan antara manusia dengan sesama manusia dalam masyarakat

Sunda yang harus saling mengasah atau mengajari, saling mengasihi, dan saling mengasuh menciptakan suasana kehidupan masyarakat yang diwarnai keakraban, kerukunan, kedamaian, ketentraman, dan kekeluargaan. Udjo Ngalagena berhasil melakukan pengelolaan kreativitas dengan melibatkan partisipasi masyarakat yang bersinergi dengan sektor pariwisata sehingga produk SAU memberikan nilai tambah secara ekonomi, sosial dan budaya yang mampu menggerakkan masyarakat untuk berkreasi. Hal ini penting karena jika sekedar transformasi budaya tanpa komponen dan nilai tambah secara ekonomi maka sangat berat untuk mendorong pergerakan masyarakat. Dampak yang diperoleh oleh Udjo secara pribadi maupun masyarakat secara umum memungkinkan terus berlangsungnya kreativitas.

Mengacu pada konsep Owlia (2009) tentang sistem kreatif maka dapat dilihat bahwa pembentukan sistem kreatif Udjo dilakukan dengan membangun aturan, mengelola sumber daya manusia yang kreatif dan menciptakan struktur yang mendukung kreativitas di SAU meskipun konteks dulu berbeda dengan saat ini, pola yang Udjo terapkan berbeda dengan yang dikembangkan anak-anaknya. Pada akhirnya, aktivitas kreatif tidak terletak di ranah pribadi dalam pikiran individu Udjo, tetapi ada dalam interaksi dialogis dalam konteks relasional antara Udjo dan masyarakatnya. Proses kreatif berorientasi relasional dapat dilihat di Saung Angklung Udjo misalnya terlihat dalam proses belajar, bermain, berkesenian, pertunjukan dan membuat angklung sehingga kegiatan tersebut menjadi aktivitas kreativitas bersama. Proses ini membuat warga sekitar yang terlibat dalam aktivitas kreatif Udjo menjadi masyarakat kreatif.

PENUTUP

Simpulan

Udjo Ngalagena merupakan sosok kreatif yang memiliki kekuatan dan kemampuan mengubah masyarakat dan mengembangkan seni tradisi masyarakat di tengah berbagai tantangan globalisasi budaya. Kreativitas Udjo Ngalagena dapat dilihat dari aspek pribadi kreatif, faktor pendorong, proses dan produk kreatif. Sebagai individu kreatif, Udjo Ngalagena berhasil melakukan proses kreatif baik secara pribadi maupun bersama masyarakatnya sehingga lahir berbagai produk kreatif. Saung Angklung Udjo (SAU) merupakan produk kreatif Udjo Ngalagena sebagai wadah, institusi dari berbagai aktivitas kreatifnya di bidang angklung,

mulai dari produksi, pendidikan, pertunjukan dan berbagai aktivitas lainnya.

Model pendidikan yang dimulai dengan membangun *trust*, *awareness* dan *reward*, serta berdasarkan pada Filosofi Sunda khususnya terkait dengan nilai *silih asah silih asih silih asuh* Udjo berhasil mendidik anak-anak dan mengembangkan kreativitas di SAU sehingga lahir generasi-generasi kreatif hingga saat ini. Secara singkat, filosofi tersebut mengandung makna perlunya mengembangkan sesama untuk mencapai kehidupan yang harmoni. Berbagai nilai-nilai tradisi Sunda berhasil dikreasikan menjadi suatu strategi yang memberikan dampak pada berkembangnya kreativitas masyarakat dan besarnya partisipasi masyarakat dalam aktivitas di SAU.

Saran

Jika kita menginginkan kreativitas dapat tumbuh dengan baik pada generasi-generasi bangsa Indonesia dan dalam kebudayaan Indonesia maka para orang tua, pendidik dan pimpinan (masyarakat, negara) harus dapat menghargai dan mengembangkan kreativitas individu dan melakukan kolaborasi kreativitas bersama masyarakat, sehingga kreativitas dalam ranah kolektif dan sosial menjadi sangat penting. Hal ini sebagaimana yang telah dilakukan oleh Udjo Ngalagena di SAU.

Mengacu pada keberhasilan Udjo Ngalagena dalam mengembangkan SAU dan mengembangkan kreativitasnya bersama masyarakat, maka selain pribadi kreatif, faktor lingkungan perlu dikondisikan agar mendukung aktivitas dan proses kreatif sehingga menghasilkan produk kreatif yang bertahan lama dan didukung masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Almasitoh, U. H. 2013. Kepribadian Individu Kreatif: Afiliatif & Asertif. *Magistra*, 83: 1-10.
- Anderson, N., Potocnic, K. & Zhon, J. 2014. Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of Management*, 40(5): 1297-1333.
- Bachtiar, H. 1983. Kreativitas, Suatu Tinjauan dari Sosiologi. Sutan Takdir Alisyahbana (Ed.), *Kreativitas*. Jakarta: Penerbit Dian Rakyat.
- Creswell, J. W. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ember, C. R. & Ember, M. 1996. *Anthropology*. New Jersey: Prentice Hall.

- Fischer, G. .2014. Learning, Social Creativity, and Cultures of Participation. A. Sannino, & V. Ellis (Eds.) *Learning and Collective Creativity: Activity-Theoretical and Sociocultural Studies* (pp. 198-215). New York: Taylor & Francis/Routledge.
- Fischer, G. & Shipman, F. 2011. Collaborative Design Rationale And Social Creativity in Cultures of Participation, *Human Technology*, 7(2): 164-187.
- Fontana, A. 2009. *Innovate We Can! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- GDI. 2016. Report dalam www.globalinnovationindex.org, diakses tanggal 25 Oktober 2015.
- Glăveanu, V. P. 2011 Creativity and Folk Art: A Study of Creative Action in Traditional Craft. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 7(2): 140–154.
- Howkins, J. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguins Books.
- Milyartini, T. A., & Alwasilah, C. Saung Angklung Udjo Sebuah Model transformasi Nilai Budaya Melalui Pembinaan Seni Untuk Membangun Ketahanan Budaya. *Jurnal Integritas*, 1(1): 36-54.
- Munandar, U. 1988. *Kreativitas Sepanjang Masa*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Munandar, U. 2004. *Pengembangan Emosi dan Kreativitas*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Munandar, U. 2009. *Kreativitas & Keberbakatan..* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Munandar, U. 2012. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mushnikova, E, 2014. Creativity of Altai Artist G.F. Borunov. *Himalayan and Central Asian Studies*, 18 (3/4): 169-180.
- Neuman, W. L. 2013. *Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn & Bacon.
- Owlia, M.S., Shookuhi, S., & Ekhtiyari, S. 2008. Innovation Center: A Climate for Attracting and Developing Creativity, *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, IV(1): 38-54.
- Palaniappan, A. K. 2012. Culture-based Creativity: Concept and Applications. *Creativity and Leisure: An Intercultural and Cross-disciplinary Journal*, 1(2): 195–204.
- Pervin, L. A., Cervone, D. & John, O.P. 2010. *Psikologi Kepribadian Teori dan Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Semiawan, R. C. 2009. *Kreativitas Keberbakatan: Mengapa, Apa dan Bagaimana*. Jakarta: PT Index.
- Soemardjan, S. 1983. Kreativitas, Suatu Tinjauan dari Sosiologi. Sutan Takdir Alisyahbana (Ed.), *Kreativitas*. Jakarta: Penerbit Dian Rakyat.
- Syafii, S. 2009. *Udjo Diplomasi Angklung*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sztompka, P. 2004. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media.
- Toynbee, A. 2004. *Sejarah Umat Manusia (Mankind and Mother Earth): A Narrative History of the World*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.