

REKA BENTUK INDUSTRI DAN PERANANNYA

9

9.1 REKA BENTUK DAN KREATIVITI

9.1.1 Pengenalan kepada Reka Bentuk

Makna 'reka bentuk' itu sendiri merangkumi pelbagai maksud. Salah satu daripada definisi yang diutarakan oleh pereka Richard Seymour di dalam *Design in Business Week*, 2002, menjelaskan 'reka bentuk adalah mencipta sesuatu yang lebih baik untuk manusia'. Definisi ini menfokuskan kepada produk atau idea yang berkaitan realiti tiga dimensi.

9.1.2 Apa Itu Reka Bentuk?

Reka bentuk dapatlah digambarkan sebagai aktiviti yang menterjemahkan sesuatu idea yang kreatif kepada pelan tindakan yang bermanfaat, seperti rekaan sebuah kereta, bangunan, perabot, produk atau grafik. Apa yang paling mustahak adalah terjemahan idea, namun keupayaan untuk mengolah idea reka bentuk pada permulaannya adalah asas kepada ciptaan seterusnya. Saintis boleh mencipta teknologi, pengilang boleh menghasilkan produk-produk dan jurutera boleh menjadikannya berfungsi dengan baik dan penjual boleh memasarkannya, namun hanya pereka yang dapat menggabungkan kesemua gambaran dan

menjadikannya suatu konsep yang ingin dimiliki, berdaya saing, bernilai komersial serta mampu meningkatkan nilai tambah kepada kehidupan setiap individu. Walau bagaimanapun, reka bentuk yang baik bukanlah bergantung kepada rupa luaran semata-mata. Estetik adalah penting, tetapi ia hanyalah sebahagian daripada sesuatu gambaran yang lebih besar.

Seseorang itu biasanya memerlukan sesuatu yang boleh mengingatkan mereka bahawa semua yang ada di sekeliling kita adalah dicipta dan keputusan ke atas sesuatu ciptaan itu berupaya memberi impak kepada setiap manusia di muka bumi ini. Sebagai contoh, ruang persekitaran tempat kita bekerja, pembelian tiket untuk percutian atau kaedah membuka penutup jem. Apabila semua ini berfungsi seperti yang dikatakan oleh Bill Moggridge, pengasas perundingan antarabangsa IDEO, “banyak percubaan dan kesilapan dibuat dalam menghasilkan produk yang lebih baik.”

9.1.3 Reka Bentuk dan Pengguna

Reka bentuk yang baik selalunya bermula dengan persoalan berkenaan keperluan pengguna. Tanpa reka bentuk, tidak kira bagaimana pintar dan cantik reka bentuk, ia tidak akan memberi makna jika ia tidak memenuhi cita rasa pengguna. Kenyataan ini mungkin kedengaran biasa, namun terdapat banyak produk dan perkhidmatan seperti perkhidmatan internet telefon bimbit dan banyak lagi perniagaan telekomunikasi gagal kerana tidak memahami falsafah ini.

Mengenal pasti apakah yang dimahukan oleh pelanggan adalah langkah pertama yang perlu dilakukan oleh pereka. Kemudian, diteruskan dengan proses pembangunan berdasarkan persoalan serta gabungan elemen kreativiti dan pengkomersialan.