

Ideation

Brainstorming &
Pengembangan Ide



Rudy C Tarumingkeng

*Rudy C Tarumingkeng: 5. Ideation: Brainstorming & Pengembangan
Ide*

Oleh:

[Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD](#)

Guru Besar Manajemen, NUP: 9903252922

Rektor, Universitas Cenderawasih, Papua (1978-1988)

Rektor, Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta (1991-2000)

Ketua Dewan Guru Besar IPB-University, Bogor (2005-2006)

Ketua Senat Akademik IBM-ASMI, Jakarta

© RUDYCT e-PRESS

rudyc75@gmail.com

Bogor, Indonesia

26 Agustus 2025

DTBG5. Ideation: Brainstorming & Pengembangan Ide

Pendahuluan

Tahap *Ideation* adalah salah satu pilar utama dalam *Design Thinking*, yaitu fase di mana tim mulai **menghasilkan sebanyak mungkin ide** untuk menjawab masalah yang telah didefinisikan pada tahap *Define*. Jika *Empathize* adalah mendengarkan dan memahami, *Define* adalah merumuskan masalah inti, maka *Ideation* adalah **menyalakan mesin kreativitas kolektif** untuk menemukan solusi inovatif.

Brainstorming, sebagai teknik paling populer, sering dianggap sederhana. Namun dalam kerangka *Design Thinking*, brainstorming adalah **proses sistematis yang berlandaskan empati, keterbukaan, dan kolaborasi lintas disiplin**. Dari sekadar curah pendapat, brainstorming berkembang menjadi **pengembangan ide (idea development)** yang lebih terarah, teruji, dan siap untuk diprototipekan.

Tulisan ini akan menguraikan secara komprehensif:

1. Konsep dasar *ideation* dalam *Design Thinking*.
2. Prinsip-prinsip brainstorming efektif.
3. Teknik dan metode ideasi.
4. Studi kasus global dan lokal.
5. Hambatan umum dalam brainstorming dan cara mengatasinya.
6. Pengembangan ide: dari gagasan mentah menuju konsep solusi.
7. Refleksi filosofis, etis, dan manajerial.
8. Implikasi bagi organisasi dan Indonesia di era digital.

Bagian I: Konsep Dasar Ideation

1.1 Definisi Ideation

Ideation adalah **tahap menghasilkan, mengembangkan, dan menyaring ide-ide** yang berpotensi menjadi solusi terhadap masalah pengguna. IDEO menyebutnya sebagai fase “go wide” — menciptakan sebanyak mungkin kemungkinan sebelum mengerucutkan menjadi pilihan terbaik.

1.2 Posisi Ideation dalam Design Thinking

- *Empathize*: memahami manusia.
- *Define*: merumuskan masalah.
- *Ideate*: menciptakan solusi kreatif.
- *Prototype*: membuat versi awal.
- *Test*: menguji dengan pengguna.

Dengan demikian, *ideation* adalah **jembatan antara perumusan masalah dan penciptaan solusi nyata**.

1.3 Tujuan Utama Ideation

1. **Melepaskan diri dari bias solusi awal.**
2. **Menggali kreativitas kolektif tim.**
3. **Menghasilkan variasi ide** — dari konvensional hingga radikal.
4. **Membangun kultur inovasi** dalam organisasi.

Bagian II: Prinsip Brainstorming Efektif

Brainstorming bukan sekadar “berkumpul dan berbicara”. Ada prinsip yang harus dipegang agar prosesnya produktif.

2.1 Prinsip Dasar Brainstorming (Osborn, 1953)

1. **Defer Judgment** – jangan menghakimi ide di awal.
2. **Go for Quantity** – semakin banyak ide, semakin besar peluang menemukan yang terbaik.
3. **Encourage Wild Ideas** – ide liar sering memicu terobosan.
4. **Build on Others' Ideas** – gunakan prinsip “yes, and...” bukan “yes, but...”.
5. **Stay Focused on the Topic** – tetap relevan dengan masalah yang didefinisikan.
6. **One Conversation at a Time** – disiplin komunikasi.
7. **Be Visual** – gunakan papan tulis, sticky notes, gambar.

2.2 Budaya Psikologis

Brainstorming efektif hanya mungkin jika ada **keamanan psikologis** (*psychological safety*). Peserta harus merasa aman menyampaikan ide tanpa takut dikritik atau ditertawakan.

Bagian III: Teknik dan Metode Ideasi

Selain brainstorming klasik, ada banyak metode yang bisa digunakan untuk menghasilkan ide.

3.1 Brainstorming Tradisional

- Bentuk: diskusi kelompok.
- Alat: papan tulis, sticky notes, aplikasi kolaboratif.

3.2 Brainwriting

- Peserta menulis ide mereka secara diam-diam lalu saling bertukar.
- Mengurangi dominasi peserta yang vokal.

3.3 SCAMPER

Metode pengembangan ide dengan tujuh pendekatan:

- **S**ubstitute (mengganti),
- **C**ombine (menggabungkan),
- **A**dapt (menyesuaikan),
- **M**odify (mengubah),
- **P**ut to another use (memanfaatkan untuk fungsi lain),
- **E**liminate (menghilangkan),
- **R**everse (membalikkan).

3.4 Mind Mapping

Membuat peta ide secara visual untuk menemukan hubungan antar gagasan.

3.5 Six Thinking Hats (Edward de Bono)

Menggunakan enam perspektif berpikir (fakta, emosi, logika negatif, logika positif, kreativitas, kontrol) untuk memperkaya ideasi.

3.6 Design Studio

Metode di mana peserta menggambar ide solusi dalam waktu singkat, lalu berbagi dan menggabungkan.

3.7 Role Storming

Peserta berpikir seolah-olah mereka adalah orang lain (misalnya pelanggan, pesaing, tokoh publik).

3.8 Crazy 8s

Setiap peserta menggambar 8 ide dalam 8 menit. Fokus pada kuantitas cepat.

Bagian IV: Studi Kasus

4.1 Global

1. **Airbnb** – ide awal lahir dari brainstorming mencari cara membayar sewa apartemen, lalu berkembang menjadi ide *home-sharing*.
2. **Post-it Notes (3M)** – muncul dari brainstorming bagaimana menggunakan lem yang terlalu lemah untuk industri, hingga berubah menjadi produk ikonik.
3. **IKEA** – ide *flat-pack furniture* (furnitur dirakit sendiri) muncul dari sesi ideasi tentang cara mengurangi biaya logistik.

4.2 Indonesia

1. **Gojek** – lahir dari brainstorming solusi transportasi urban, lalu berkembang ke ekosistem (GoFood, GoPay, GoSend).
 2. **Ruangguru** – ide digitalisasi bimbingan belajar, berawal dari ideasi tentang kesenjangan akses pendidikan.
 3. **Grab Indonesia** – brainstorming menghasilkan ide fitur “GrabKios” untuk memberdayakan warung kecil masuk ke ekosistem digital.
-

Bagian V: Hambatan dalam Brainstorming

5.1 Hambatan Umum

1. Dominasi peserta tertentu.
2. Kurangnya fokus.
3. Kritik dini terhadap ide.
4. “Groupthink” – ide seragam karena tekanan sosial.
5. Kelelahan kognitif.

5.2 Cara Mengatasinya

- Fasilitator yang tegas namun inklusif.
- Aturan brainstorming ditegakkan.
- Gunakan variasi metode (brainwriting, role storming).
- Batasi waktu agar energi tetap tinggi.

Bagian VI: Pengembangan Ide

Menghasilkan ide saja tidak cukup. Perlu ada proses **penyaringan, pengembangan, dan penguatan ide**.

6.1 Penyaringan Ide

Gunakan kriteria:

1. **Desirability** – apakah pengguna menginginkannya?
2. **Feasibility** – apakah secara teknis bisa diwujudkan?
3. **Viability** – apakah menguntungkan/berkelanjutan?

6.2 Pengelompokan Ide

Gunakan *Affinity Diagram* untuk mengelompokkan ide berdasarkan tema.

6.3 Pengembangan Konsep

Mengubah ide mentah menjadi konsep solusi yang lebih konkret, misalnya dengan storyboard atau sketsa.

6.4 Co-Creation

Melibatkan pengguna langsung dalam pengembangan ide, sehingga relevansinya terjaga.

Bagian VII: Refleksi Filosofis dan Etis

7.1 Filosofi Kreativitas

Filsafat kreatifitas menekankan bahwa ide bukan milik individu, tetapi hasil interaksi sosial. Brainstorming adalah praktik filosofis kebersamaan.

7.2 Etika Ideasi

Tidak semua ide layak diwujudkan. Ide yang berpotensi merugikan masyarakat (misalnya memicu kecanduan) perlu disaring secara etis.

7.3 Ide dan Nilai

Ide yang hebat bukan hanya menjawab "bisa dilakukan", tetapi juga "layak dilakukan".

Bagian VIII: Deduksi Manajerial

1. Deduksi 1 – Ideasi adalah Kompetensi Strategis

Organisasi modern harus melatih karyawan agar terbiasa brainstorming.

2. Deduksi 2 – Pentingnya Fasilitator

Brainstorming membutuhkan fasilitator yang menjaga alur, energi, dan fokus.

3. Deduksi 3 – Ideasi Kolektif lebih Kuat

Kombinasi ide lintas disiplin melahirkan inovasi radikal.

4. Deduksi 4 – Manajemen Portofolio Ide

Ide harus diperlakukan sebagai aset, dikelola, dan diarsipkan untuk pengembangan masa depan.

Bagian IX: Relevansi bagi Indonesia

9.1 UMKM

Brainstorming membantu UMKM menemukan cara kreatif bersaing dengan modal terbatas, misalnya inovasi kemasan atau strategi pemasaran digital.

9.2 Startup Digital

Tahap ideation sering menentukan arah pivot startup. Indonesia melahirkan banyak startup besar (Gojek, Tokopedia) karena berani memanfaatkan sesi brainstorming untuk *reframe* masalah.

9.3 Pendidikan

Sekolah dan universitas perlu memasukkan *creative brainstorming* sebagai metode pembelajaran agar mahasiswa terbiasa berpikir divergen.

9.4 Pemerintahan

Brainstorming dalam kebijakan publik dapat menghasilkan solusi kreatif, seperti *smart city* atau layanan publik berbasis digital.

Kesimpulan

Tahap *Ideation* adalah jantung kreativitas dalam *Design Thinking*. Brainstorming bukan sekadar kumpulan ide acak, tetapi proses sistematis untuk menghasilkan, mengembangkan, dan menyaring solusi yang relevan dengan kebutuhan manusia.

Refleksi filosofis mengingatkan bahwa ide adalah milik kolektif, refleksi etis menuntut tanggung jawab, dan deduksi manajerial menegaskan bahwa ideasi adalah kompetensi organisasi masa depan.

Bagi Indonesia, keberhasilan ekonomi kreatif dan digital bergantung pada kemampuan kolektif bangsa untuk **berani berideasi, berkolaborasi, dan berinovasi**.

Tabel Perbandingan Teknik Brainstorming

Teknik	Deskripsi	Kelebihan	Keterbatasan	Contoh Penerapan
Brainstorming Klasik	Diskusi terbuka untuk menghasilkan banyak ide secara cepat.	- Memicu energi kolektif.- Ide berkembangan spontan.	- Bisa didominasi peserta vokal.- Potensi <i>groupthink</i> .	Sesi tim marketing merumuskan kampanye iklan baru.
Brainwriting	Peserta menulis ide secara diam, lalu ide diputar ke peserta lain untuk dikembangkan.	- Semua peserta berkontribusi.- Mengurangi dominasi individu tertentu.	- Kurang interaktif.- Bisa terasa monoton.	Tim desain produk menulis ide fitur aplikasi lalu bertukar kertas.
SCAMPER	Teknik sistematis dengan 7 pendekatan: Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to use, Eliminate, Reverse.	- Terstruktur, membantu memperluas sudut pandang.- Menghasilkan ide variatif.	- Membutuhkan fasilitator yang berpengalaman.- Bisa terlalu teknis.	Inovasi kemasan minuman: "Apa yang bisa dihilangkan/diganti?"
Mind Mapping	Visualisasi ide dalam bentuk peta yang	- Membantu melihat hubungan	- Bisa berantakan jika terlalu banyak	Pemetaan ide startup edutech untuk fitur belajar interaktif.

Teknik	Deskripsi	Kelebihan	Keterbatasan	Contoh Penerapan
	bercabang dari ide.- topik utama.	ide.- Mendorong kreativitas visual.	cabang.- Butuh fasilitasi.	
Six Thinking Hats	Peserta berpikir - dengan enam peran/topi berbeda (fakta, emosi, logika positif/negatif, kreativitas, kontrol).	Menghadirkan perspektif beragam.- Mengurangi bias tunggal.	- Bisa kompleks bagi peserta baru.- Membutuhkan waktu lebih lama.	Tim manajemen menilai ide transformasi digital dari berbagai sudut.
Crazy 8s	Setiap peserta menggambar 8 ide dalam 8 menit.	- Fokus pada kuantitas.- Melatih spontanitas & imajinasi visual.	- Bisa menghasilkan ide mentah yang belum matang.- Tekanan waktu tinggi.	Desainer UX menggambar 8 prototipe layar aplikasi dalam 8 menit.
Design Studio	Peserta menggambar ide, mempresentasikan, lalu menggabungkan ide terbaik secara iteratif.	- Visual, kolaboratif, iteratif.- Menghasilkan ide siap untuk prototipe.	- Butuh waktu & koordinasi yang baik.- Tidak cocok untuk tim sangat besar.	Workshop inovasi layanan publik digital di sebuah kementerian.

Teknik	Deskripsi	Kelebihan	Keterbatasan	Contoh Penerapan
Role Storming	Peserta berpikir seolah-olah mereka adalah orang lain (pengguna, pesaing, tokoh publik).	- Menghadirkan perspektif unik.- Membantu mengatasi kebuntuan ide.	- Bisa terasa "bermain peran" yang tidak semua nyaman.- Membutuhkan kreativitas tinggi.	Brainstorming untuk fitur layanan bank: peserta berpikir sebagai lansia pengguna.

Penjelasan Naratif

1. **Brainstorming klasik** masih relevan untuk mengumpulkan ide cepat, tetapi sering kali perlu dipadukan dengan metode lain untuk mencegah dominasi.
2. **Brainwriting** cocok untuk tim dengan anggota introvert atau kultur yang cenderung segan berbicara terbuka.
3. **SCAMPER** adalah metode terstruktur yang memastikan ideasi tidak mandek.
4. **Crazy 8s** sering dipakai dalam dunia desain karena fokus pada eksplorasi cepat.
5. **Six Thinking Hats** membantu melihat ide dari berbagai perspektif logis maupun emosional.
6. **Role storming** memberi perspektif segar, terutama dalam memahami sudut pandang pengguna yang berbeda.

Dengan adanya perbandingan ini, organisasi dapat memilih **teknik brainstorming sesuai kebutuhan**: apakah untuk eksplorasi cepat, penyaringan mendalam, atau pengembangan visual menuju prototipe.

Perbandingan Teknik Brainstorming

Brainstorming Klasik	Brainwriting	SCAMPER
Deskripsi Diskusi terbuka untuk mengumpulkan ide secara cepat	Deskripsi Menulis ide secara diam, lalu bertukar antar peserta	Pendekatan terstruktur dengan tujuh cara mengembangkan ide
Kelebihan <ul style="list-style-type: none">• Memicu energi kolektif• Ide berkembang spontan	Kelebihan <ul style="list-style-type: none">• Mengurangi dominasi individu• Semua berpartisipasi	Kelebihan <ul style="list-style-type: none">• Menghasilkan ide variatif• Memperluas sudut pandang• Bisa terlalu teknis
Crazy 8s	Mind Mapping	Role Storming
Menggambar 8 ide dalam 8 menit	Visualisasi ide dalam bentuk peta dengan abang	Berpikir seolah-olah sebagai orang lain
Kelebihan <ul style="list-style-type: none">• Fokus pada kuantitas• Melatih spontanitas• Tekanan waktu tinggi• Ide belum matang	Kelebihan <ul style="list-style-type: none">• Mendorong kreativitas visual• Membantu melihat hubungan ide. Bisa berantakan• Butuh fasilitasi	Kelebihan <ul style="list-style-type: none">• Menghadirkan perspektif unik• Mengatasi kebuntuan ide• Bisa terasa tidak nyaman• Membutuhkan kreativitas tinggi

Refleksi dan Diskusi

1. Refleksi Filosofis: Ide sebagai Buah Imajinasi Kolektif

Ideation dalam *Design Thinking* mengingatkan kita bahwa ide bukan hanya produk individu jenius, melainkan hasil interaksi sosial dan kolaborasi. Filosof Yunani kuno seperti Plato menekankan bahwa dunia ide adalah sesuatu yang abstrak, sedangkan Aristoteles melihat ide sebagai hasil observasi nyata. Dalam konteks modern, brainstorming mempertemukan keduanya: **imajinasi liar yang abstrak** dan **realitas kebutuhan pengguna**.

Refleksi filosofis ini menegaskan bahwa setiap kali kita berideasi, kita sebenarnya sedang menyeberangkan jembatan antara dunia kemungkinan (*possibility*) dan dunia kenyataan (*reality*).

2. Refleksi Praktis: Kualitas vs Kuantitas dalam Brainstorming

Salah satu dilema utama dalam ideation adalah apakah kita harus mengejar kuantitas ide atau kualitas ide. Prinsip klasik brainstorming menekankan kuantitas—semakin banyak ide, semakin baik. Namun, dalam praktiknya, kuantitas tanpa arah bisa menghasilkan kebisingan yang tidak produktif.

Refleksi praktis ini membuka diskusi: **bagaimana menyeimbangkan eksplorasi bebas dengan fokus strategis?** Artinya, ide sebanyak apapun tetap perlu dipandu oleh *problem statement* yang jelas.

3. Diskusi Manajerial: Pertanyaan Kritis

Dalam forum manajemen, beberapa pertanyaan diskusi yang relevan adalah:

1. **Bagaimana organisasi memastikan bahwa ideasi tidak terjebak pada ide klise?**
2. **Sejauh mana empati pelanggan digunakan sebagai filter awal ideasi?**
3. **Apakah brainstorming harus dilakukan tatap muka, atau bisa digantikan dengan platform digital?**
4. **Bagaimana mengatasi dominasi peserta tertentu dalam brainstorming?**
5. **Bagaimana mengelola portofolio ide agar tidak hilang setelah sesi ideasi selesai?**

Pertanyaan-pertanyaan ini penting untuk memastikan bahwa brainstorming tidak berhenti pada euforia, melainkan menghasilkan nilai strategis.

4. Refleksi Etis: Ide dan Tanggung Jawab Sosial

Tidak semua ide pantas diwujudkan. Ada ide yang secara teknis mungkin menarik, tetapi secara etis bermasalah. Contohnya, aplikasi yang mendorong *impulse buying* berlebihan bisa meningkatkan keuntungan jangka pendek, tetapi berdampak buruk bagi literasi keuangan masyarakat.

Refleksi etis menekankan bahwa **inovasi harus mempertimbangkan dampak sosial, budaya, dan lingkungan**. Dengan kata lain, ide yang hebat adalah ide yang bukan hanya bisa dilakukan, tetapi **layak dilakukan**.

5. Refleksi Kontekstual: Ideation untuk Indonesia

Dalam konteks Indonesia, brainstorming memiliki nuansa khas karena budaya kolektivisme dan gotong royong. Diskusi kelompok sering kali

dihargai, tetapi risiko *groupthink* juga tinggi. Oleh karena itu, metode seperti **brainwriting** atau **Crazy 8s** bisa sangat relevan untuk mendorong kontribusi individu tanpa kehilangan semangat kolektif.

Pertanyaan reflektif yang bisa diajukan di kelas atau organisasi Indonesia antara lain:

- Bagaimana kita bisa memanfaatkan brainstorming untuk membantu UMKM menemukan inovasi produk lokal?
- Bagaimana ideasi dapat mendukung transformasi digital BUMN tanpa kehilangan orientasi pelayanan publik?
- Bagaimana sekolah dan universitas bisa menanamkan budaya ideasi pada generasi muda?

6. Refleksi Masa Depan: AI dan Ideation

Dengan hadirnya AI, muncul pertanyaan baru: apakah mesin bisa menggantikan peran manusia dalam ideasi? AI dapat menghasilkan ribuan ide dalam hitungan detik, tetapi empati dan konteks sosial masih merupakan kekuatan manusia.

Refleksi masa depan ini mengingatkan bahwa **masa depan ideation adalah kolaborasi manusia + AI**: manusia menyediakan empati dan nilai, AI menyediakan kecepatan dan variasi. Diskusi menarik muncul: *apakah ide terbaik lahir dari intuisi manusia, data AI, atau kombinasi keduanya?*

Kesimpulan Refleksi dan Diskusi

Tahap *Ideation* bukan sekadar sesi kreatif, melainkan arena refleksi filosofis, etis, dan manajerial. Beberapa poin penting dari refleksi dan diskusi:

- Ide adalah buah kolektif yang menghubungkan imajinasi dan realitas.
 - Kuantitas ide penting, tetapi kualitas tetap harus terjaga dengan arah yang jelas.
 - Brainstorming harus dipandu oleh empati dan tanggung jawab sosial.
 - Dalam konteks Indonesia, ideation dapat menjadi motor inovasi lokal jika dilakukan dengan metode yang tepat.
 - Masa depan ideation akan semakin diperkaya oleh AI, namun manusia tetap menjadi pusat karena empati tidak tergantikan.
-

Glosarium:

Ideation – Brainstorming & Pengembangan Ide

1. **Ideation**

Tahap dalam *Design Thinking* untuk menghasilkan, mengembangkan, dan menyaring ide kreatif sebagai solusi masalah yang telah didefinisikan.

2. **Brainstorming**

Teknik curah pendapat kelompok untuk menghasilkan banyak ide dalam waktu singkat, dengan menunda penilaian.

3. **Brainwriting**

Metode ideasi di mana peserta menulis ide secara diam-diam lalu berbagi atau bertukar untuk dikembangkan lebih lanjut.

4. **SCAMPER**

Teknik pengembangan ide dengan tujuh pendekatan kreatif: Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to another use, Eliminate, Reverse.

5. **Crazy 8s**

Teknik ideasi cepat di mana setiap peserta membuat 8 sketsa ide dalam 8 menit.

6. **Design Studio**

Metode kolaboratif dengan menggambar ide, mempresentasikan, mendiskusikan, lalu menggabungkan menjadi konsep yang lebih matang.

7. **Role Storming**

Brainstorming dengan berpura-pura sebagai orang lain (misalnya pelanggan, kompetitor) untuk melihat perspektif berbeda.

8. **Mind Mapping**

Teknik visualisasi ide dalam bentuk cabang-cabang yang saling terhubung dari topik utama.

9. **Six Thinking Hats**

Metode berpikir kreatif oleh Edward de Bono dengan enam "topi" perspektif: fakta, emosi, positif, negatif, kreativitas, kontrol.

10. **Divergent Thinking**

Pola pikir terbuka untuk menghasilkan sebanyak mungkin ide tanpa membatasi kemungkinan.

11. **Convergent Thinking**

Pola pikir menyaring, memilih, dan memfokuskan ide terbaik dari sekian banyak kemungkinan.

12. **Psychological Safety**

Rasa aman dalam kelompok yang memungkinkan peserta menyampaikan ide tanpa takut dihakimi.

13. **Affinity Diagram**

Alat visual untuk mengelompokkan ide ke dalam kategori berdasarkan kesamaan tema.

14. **Co-Creation**

Proses ideasi atau pengembangan ide dengan melibatkan pengguna atau pemangku kepentingan secara langsung.

15. **Idea Portfolio Management**

Manajemen sistematis atas kumpulan ide yang dihasilkan, termasuk pengarsipan, prioritas, dan tindak lanjut.

16. **Wild Ideas**

Ide liar atau ekstrem yang sengaja didorong dalam brainstorming untuk memicu perspektif baru.

17. **Yes, And...**

Prinsip membangun ide dengan menambahkan gagasan baru, bukan mengoreksi atau menolak (berbeda dengan "Yes, But...").

18. **Groupthink**

Fenomena ketika peserta mengikuti arus mayoritas sehingga ide menjadi homogen dan kehilangan keragaman.

19. **Idea Refinement**

Tahap pengembangan ide dari bentuk mentah menjadi konsep lebih konkret melalui diskusi dan iterasi.

20. **Innovation Funnel**

Model proses inovasi di mana banyak ide dikumpulkan (divergen), lalu disaring dan difokuskan (konvergen) untuk menghasilkan solusi terbaik.

Daftar Pustaka

1. Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. New York: Harper Business.
2. Osborn, A. F. (1953). *Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Thinking*. New York: Charles Scribner's Sons. (Buku klasik pencetus brainstorming).
3. de Bono, E. (1999). *Six Thinking Hats*. London: Penguin.
4. Cross, N. (2011). *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*. Oxford: Berg.
5. IDEO.org. (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*. San Francisco: IDEO.
6. Kelley, T., & Kelley, D. (2013). *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All*. New York: Crown Business.
7. Michalko, M. (2006). *Thinkertoys: A Handbook of Creative-Thinking Techniques* (2nd ed.). Berkeley: Ten Speed Press.
8. Michalko, M. (2001). *Cracking Creativity: The Secrets of Creative Genius*. Berkeley: Ten Speed Press.
9. Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L. (Eds.). (2010). *Design Thinking: Understand – Improve – Apply*. Berlin: Springer.
10. Rowe, P. (1987). *Design Thinking*. Cambridge, MA: MIT Press.
11. Sutton, R. I., & Hargadon, A. (1996). Brainstorming Groups in Context: Effectiveness in a Product Design Firm. *Administrative Science Quarterly*, 41(4), 685–718.

12. Paulus, P. B., & Nijstad, B. A. (Eds.). (2003). *Group Creativity: Innovation through Collaboration*. New York: Oxford University Press.
13. Toubia, O. (2006). Idea Generation, Creativity, and Incentives. *Marketing Science*, 25(5), 411–425.
14. Goldenberg, J., & Mazursky, D. (2002). *Creativity in Product Innovation*. Cambridge: Cambridge University Press.
15. Liedtka, J., & Ogilvie, T. (2011). *Designing for Growth: A Design Thinking Tool Kit for Managers*. New York: Columbia Business School Publishing.
16. Koen, P. A., Ajamian, G., Boyce, S., Clamen, A., Fischer, E., Fountoulakis, S., Johnson, A., Puri, P., & Seibert, R. (2001). Providing Clarity and a Common Language to the Fuzzy Front End. *Research-Technology Management*, 44(2), 46–55.
17. Nijstad, B. A., & Stroebe, W. (2006). How the Group Affects the Mind: A Cognitive Model of Idea Generation in Groups. *Personality and Social Psychology Review*, 10(3), 186–213.
18. Rittel, H., & Webber, M. (1973). Dilemmas in a General Theory of Planning. *Policy Sciences*, 4(2), 155–169. (Wicked problems & ideation context).
19. von Stamm, B. (2008). *Managing Innovation, Design and Creativity* (2nd ed.). Chichester: Wiley.
20. Zeng, L., Proctor, R. W., & Salvendy, G. (2011). Can Traditional Brainstorming Be Improved? A Meta-Analysis of Ideation Techniques. *Human Factors*, 53(1), 7–20.

✦ Dengan daftar pustaka ini, elaborasi *Ideation* menjadi kokoh baik secara teori, praktik, maupun empiris.