

Design Sprint

Author: [Vicky Salim](#)

This material is made based on a combination of experiences from participating in the #Hack4ID bootcamp in 1000 Startup Digital (using Design Sprint) & UX Design course in Dicoding (using Design Thinking) which has been modified according to personal preferences.

Disclaimer: All images shown in this document are owned by its respectful owner.

“

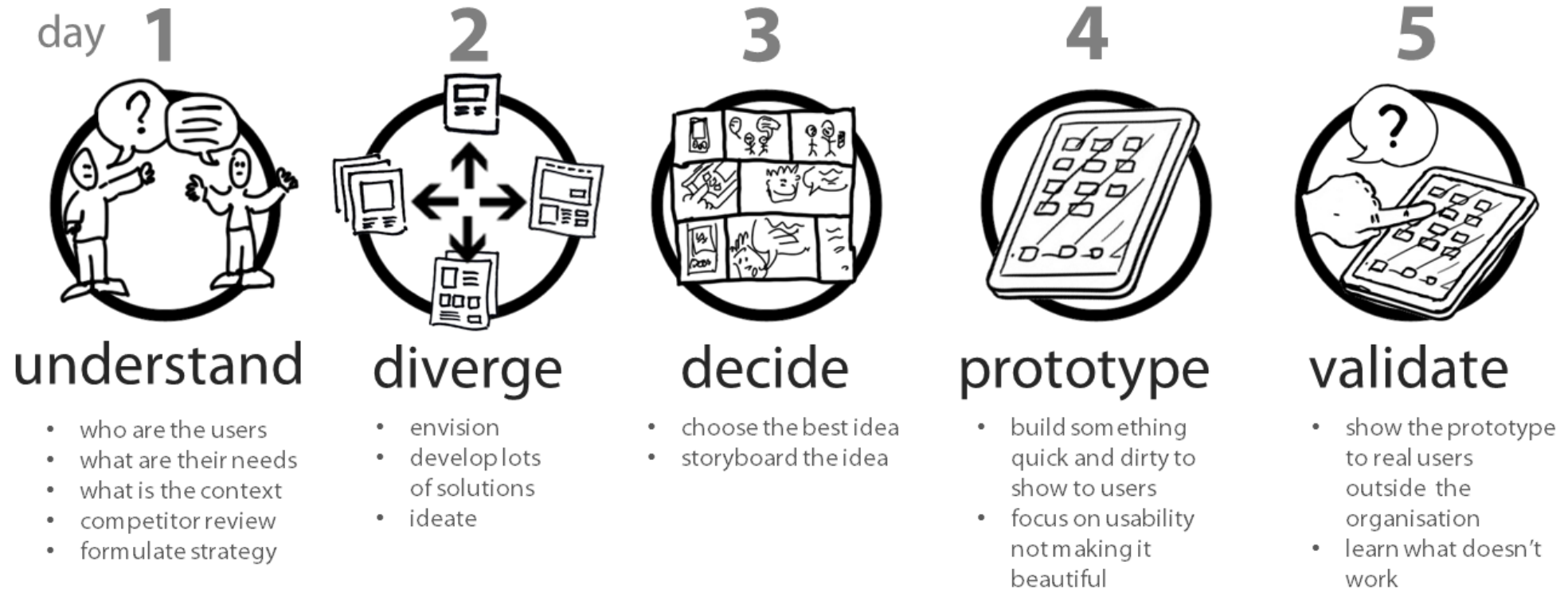
Focus on **brainstorming** and don't be afraid of what to think, but **explore ideas as wide as you can think of.**

Pengertian

Design Sprint merupakan metode pembuatan produk yang membutuhkan **interaksi** dan **komunikasi** dalam **berbagai tahapan** untuk **menghasilkan berbagai ide, masalah, dan solusi** yang kemudian diuji kepada pengguna

TAHAPAN DESIGN SPRINT

Tahapan Design Sprint



1. Understand

- Memahami target pengguna dan menentukan permasalahan.
- Apa yang harus dilakukan?
 - Riset permasalahan
 - Merancang User Persona

2. Diverge

- Menetapkan ide atau gagasan sebagai solusi dari menyelesaikan permasalahan yang telah ditetapkan
- Apa yang harus dilakukan?
 - Merancang How Might We
 - Merancang Affinity Mapping
 - Merancang Crazy 8

3. Decide

- Menentukan rancangan solusi berdasarkan ide atau gagasan yang telah ditetapkan
- Apa yang harus dilakukan?
 - Melakukan Dot Voting
 - Merancang User Journey
 - Merancang Competitive Audit

4. Prototype

- Proses pembuatan sketsa sesuai dengan ide yang ditetapkan
- Apa yang harus dilakukan?
 - Merancang Wireframe

5. Validate

- Proses pengujian rancangan dan penilaian oleh pengguna, yang dimana umpan balik
- Apa yang harus dilakukan?
 - Interview kepada calon pengguna terkait wireframe yang ditawarkan dan dapatkan feedback

KERANGKA KERJA

Riset Permasalahan

- Sebelum meneliti masalah, **tentukan tema** yang akan dibuat.
- Bisa gunakan [Sharpen — Design Challenge Generator](#) untuk mencari tema
- Setelah menentukan tema, **lakukan riset permasalahan** yang ada
- Metode melakukan riset:
 - Dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu **primary research** dan **secondary research**
 - Primary Research: Wawancara, Survey
 - Secondary Research: Observasi (jurnal, buku, artikel)
- Apabila melakukan **primary research**, **tentukan 5-10 pertanyaan** yang tujuannya **untuk mengetahui kebiasaan calon pengguna, masalah yang dihadapi, dan kebutuhan pengguna**

Riset Permasalahan (lanjutan)

- Berdasarkan hasil riset, **tentukan 3 sampai 5 permasalahan utama** pengguna
- Permasalahan utama pengguna ditentukan berdasarkan hal-hal **apa saja yang membuat pengguna frustrasi** atau **sesuatu yang menghalangi pengguna** untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan

Riset Permasalahan (contoh)

	Pain points
Productivity	<ul style="list-style-type: none"> ⊖ Slow software ⊖ Unnecessary long processes ⊖ Lots of manual work
Finances	<ul style="list-style-type: none"> ⊖ Price increase ⊖ Unclear cost structure ⊖ Need to repurchase often
Process	<ul style="list-style-type: none"> ⊖ Lack of data exchange ⊖ Lack of strategies
Support	<ul style="list-style-type: none"> ⊖ Lack of onboarding ⊖ Poor customer support ⊖ Lack of instructions

CONFUSED

NOT STRUCTURED

MANY ADS

TOO MUCH INFO

HARD TO COMPARE ITEMS

The product page is hard to navigate, has too much info, and is not structured

Too many ads

Confused by the search results

Confused by purchase screen - need to verify the info multiple times

Can't add to favorites on the search results page

Hard to compare items. It takes too long to return to the search screen

Tired and Overwhelmed

Not sure of Learning Topics

Don't Know What Topics to Learn

Hard to initiate finding patient education

Don't feel invited by Health Team

Live Far Away or not in Clinic often

User	Need	Insight
An adult person who lives in a city	To use a car for 10-60 minute trips 1-4 times per week	The user would not want to own his own car as it would be too expensive compared to his needs. He would like to share a car with others who have similar needs, however, there are no easy and affordable solutions for him. It's important for the user to think and live green and to not own more than he truly needs.

User Persona

- User Persona adalah **gambaran karakter** yang merepresentasikan **tujuan, kebutuhan, dan karakteristik pengguna** berdasarkan identifikasi permasalahan
- Dalam User Persona, tentukan:
 - **Karakteristik/biografi pengguna** (umur, pekerjaan, kebiasaan, motivasi dll)
 - **Tujuan** yang ingin dicapai pengguna
 - **Masalah** yang dihadapi pengguna
- Ketika merancang User Persona, pastikan mengambil **sudut pandang / POV** sebagai **pengguna**, bukan sebagai pengembang aplikasi

User Persona (contoh)

John Matthews



Age
47

Marital Status

Married with 2 children

Education

Post Graduate

Bio

John is a CEO of an advertising agency and has a lot on his plate every day. As chief executive, he has to keep himself alert during meetings and the decision-making processes.

He understands that health is the most critical factor for his work performance. John is very health-conscious and makes sure that he is physically fit. He finds time to exercise and eat healthy food.

Health Habits



Regular 30-minute exercise



Strict diet plan



Keeping hydrated

Motivation



Work performance



Focus



Family

Wants

- Looking for a better alternative to save time for exercise in a busy schedule.
- Exploring other options like high-intensity interval training

Frustrations

- Missing the daily exercise slot because of a hectic schedule.
- Unable to adhere to healthy eating at parties and meetings

I believe good health is the secret to my success!"

NAME

Leena Heikkinen

TYPE

Rational



Background

- Working as a UX Researcher in a design consultancy in Finland.
- Engaged in multiple products spanning different industries
- Currently working on a project which involves developing an electronic health record (EHR) capable of sharing individual healthcare data of Finnish individuals with different healthcare providers

Goals

- Wants to measure how much would people trust an EHR and report results to stakeholders
- Find an online, easy to use tool that can not only measure trust in technology but also report results in a nice visual way
- Wants to understand how to proceed forward if trust levels of people with EHR are low

Demographics

- 33 years old
- UX Researcher in a Design consultancy

Motivations

Interested in learning new tools and techniques which can help her develop professionally

Frustrations

- Does not have deep knowledge about trust and its importance in technology.
- Is action focused- so wants to understand why measuring trust is important, and how can that inform product design decisions.

How Might We

- Teknik **mengubah masalah menjadi gagasan** dengan **mengajukan pertanyaan**
- Ajukan pertanyaan “**Bagaimana kita bisa**” seperti:
 - “Bagaimana kita bisa membantu [pengguna] untuk [masalah yang dihadapi]”
 - “Bagaimana kita bisa merancang produk yang dapat membantu pengguna dalam [tujuan yang dicapai]”
- Tips pembuatan How Might We:
 - Pada pertanyaan yang diajukan, **jangan fokus ke solusi** yang terlalu luas atau yang terlalu sempit
 - Mulai dari **masalah yang dihadapi** dan fokus kepada **penyelesaian tujuan**

How Might We (lanjutan)

- Contoh baik
 - “Bagaimana kita bisa merancang produk yang dapat **membantu** pengguna dalam **melakukan transaksi** secara **aman dan nyaman**?”
- Contoh buruk:
 - “Bagaimana kita bisa merancang aplikasi e-wallet **yang inovatif**”
 - “Bagaimana kita bisa merancang produk yang membantu pengguna **menabung gaji mereka dalam aplikasi perbankan**?”
- Setelah menentukan pertanyaan “How Might We”, tentukan gagasan yang bisa dilakukan untuk memecahkan pertanyaan tersebut

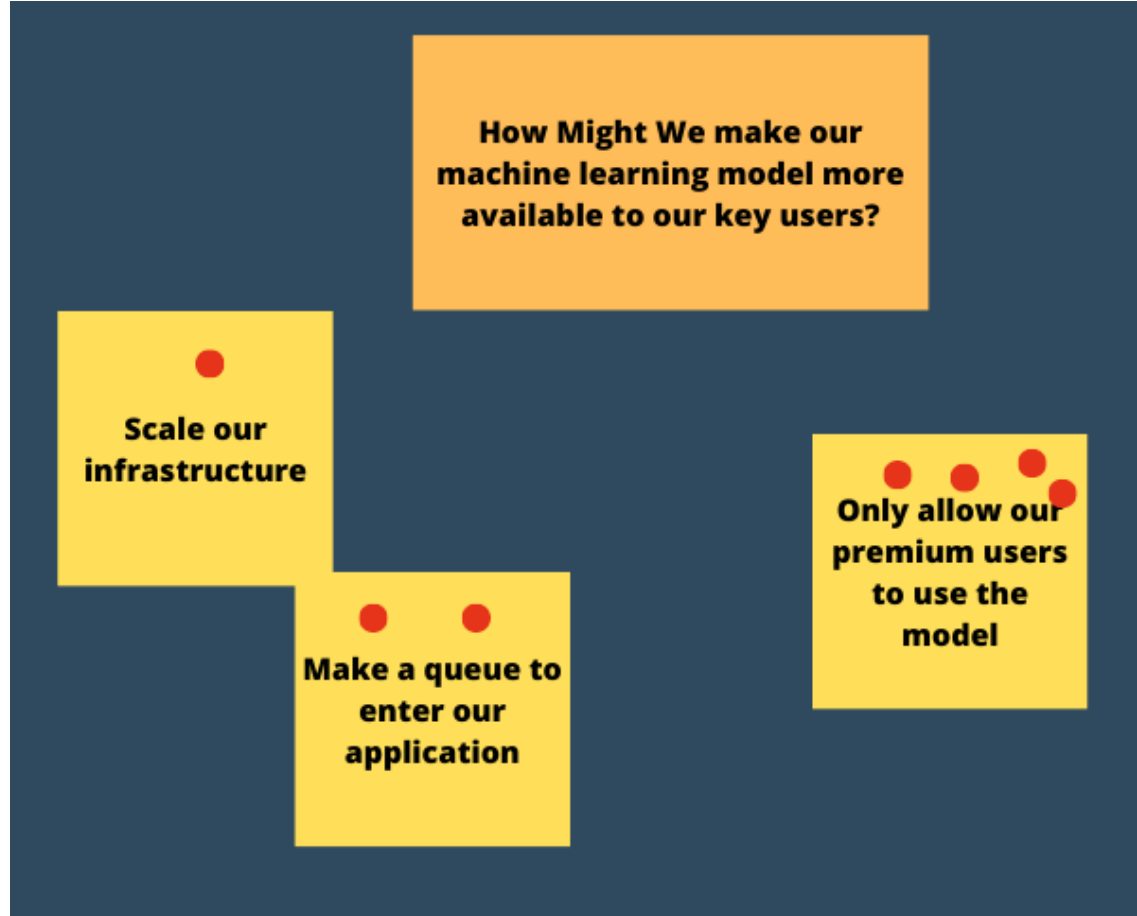
How Might We (contoh)

How might we help Tumelo invest for his retirement given that he wants to live for the moment and can't imagine his future-self?

persona → Tumelo
need → invest for his retirement
reason → he wants to live for the moment

HMW...
make our service more
convenient than having
a washing machine at
home?

HMW...
deal with people missing
their laundry delivery
slot?



HMW...

Design a product that
makes our users feel
confident and secure
during their online
financial transactions

We could send
confirmation notifications
alerting the user when a
successful / unsuccessful
deposit occurs

+1
+1
+1

We could require 2-factor
authentication

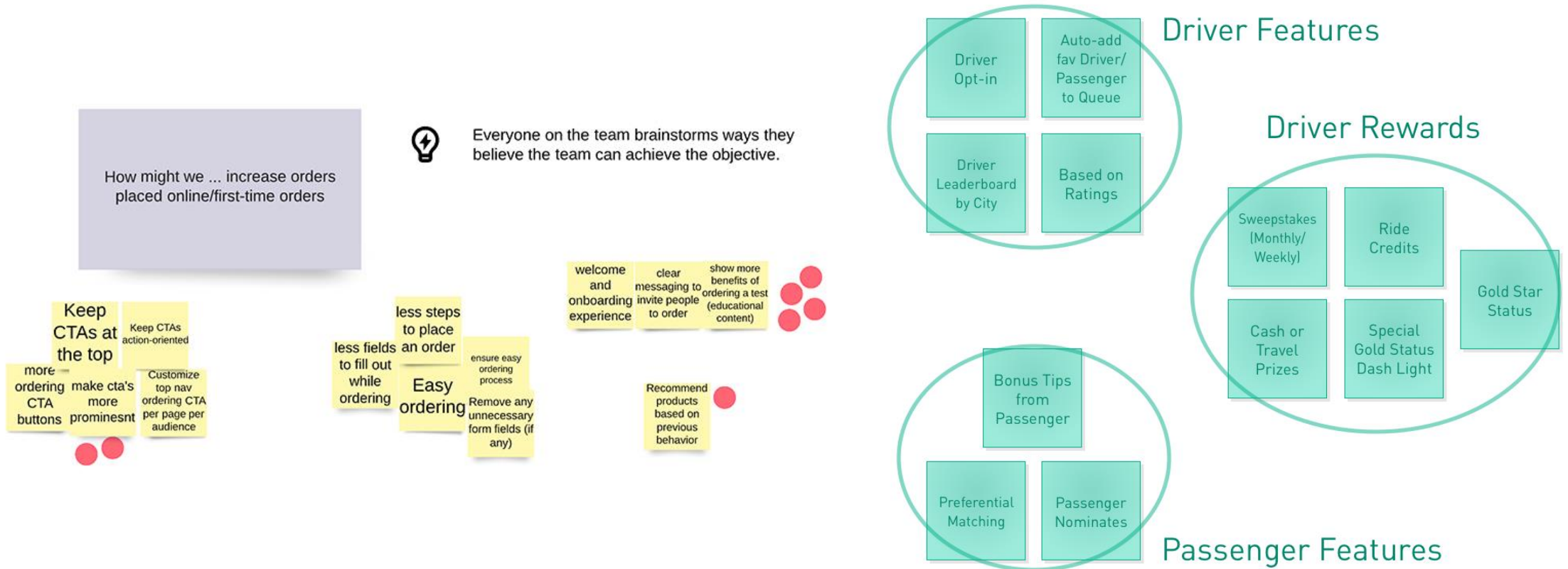
We could create a digital
'tour guide' that helps the
user better understand
pro-level features and
functionality

+1

Affinity Mapping

- Mengumpulkan gagasan dan **melakukan kategorisasi gagasan** tersebut menjadi **beberapa kategori**
- Langkah-langkah:
 - **Kumpulkan** semua hasil **gagasan** pada **How Might We** yang telah dibuat
 - **Lakukan kategorisasi gagasan** tersebut menjadi **beberapa kategori** yang memiliki **kemiripan**

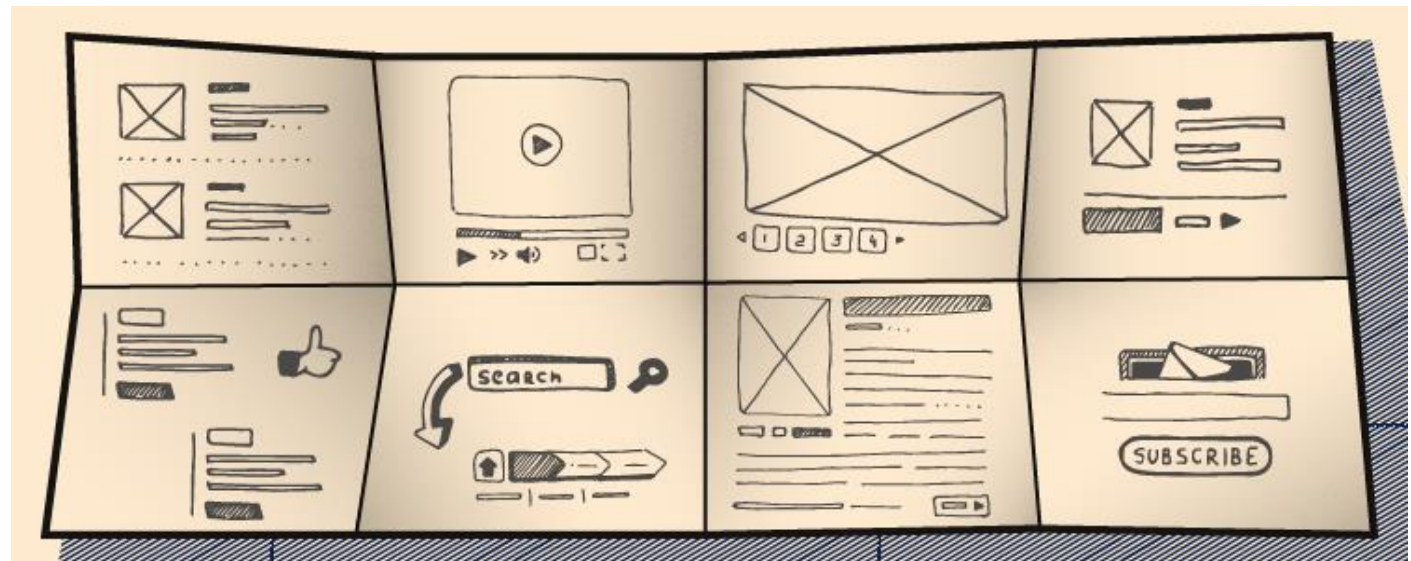
Affinity Mapping (contoh)



Crazy 8

- Merupakan teknik untuk **mengeksplorasi ide secara cepat** dengan **membuat 8 sketsa** dalam **waktu 8 menit**
- Langkah-langkah:
 - **Siapkan 1 kertas A4** dan **lipat kertas** menjadi 2 selama 3 kali sehingga **menghasilkan 8 bagian**
 - Buka lipatan. **Setiap lipatan berisi satu sketsa ide**
 - **Lihat kembali seluruh kategori gagasan** pada Affinity Mapping
 - **Tentukan timer selama 8 menit** dan **mulai gambar sketsa**
 - Setelah selesai, **bagikan hasil sketsa** kepada tim dan **jelaskan arti dari setiap sketsa**

Crazy 8 (contoh)



Dot Voting

- **Teknik memilih ide terbaik** berdasarkan **voting** seluruh anggota tim
- Langkah-langkah:
 - Tiap anggota tim **memilih 3 ide terbaik** berdasarkan **Crazy 8** yang dibuat seluruh anggota tim **menurut versi masing-masing**, bukan berdasarkan diskusi
 - Apabila terdapat **lebih dari 3 sketsa terbaik**, tiap anggota **pilih 1 ide terbaik** lagi dari beberapa sketsa terbaik tersebut **hingga menemukan 3 ide terbaik**

Dot Voting (contoh)

Crazy 8
imaginez, dessinez, votez !

Nom du projet : _____
Date : _____

bluedrop.fr
ebizproduction

Question / problématique : _____

Vous êtes au bon endroit
Démarrez le lot :

Mappe les d'jeu
Photo / Videos
Réseaux Sociaux

Ils se sont installés ici
Ambassadeurs lot par profits :

Rubrique d'attente
• FORMULAIRE :
Je suis --
Je recherche --
+ email
Contactez-moi !

Votre réseau d'accueil
Au départ
Dans les territoires
+ Accès à fiches-projets

L'habitat au Tiers
Après le municipal, le contact humain :
Les lotari à votre disposition :
• Par territoire
• Par projets

Crazy 8
imaginez, dessinez, votez !

Nom du projet : _____
Date : _____

bluedrop.fr
ebizproduction

Question / problématique : _____

Carte des services
• • • • •

FAQ
... ?
... ?
... ?
... ?

Contact
• • • • •

Crazy 8
imaginez, dessinez, votez !

Nom du projet : _____
Date : _____

bluedrop.fr
ebizproduction

Question / problématique : _____

Carte des services
• • • • •

FAQ
... ?
... ?
... ?
... ?

Contact
• • • • •

User Journey

- Cara untuk **mengetahui langkah yang harus dilalui pengguna** saat **berinteraksi dengan produk** untuk mencapai tujuannya
- Dalam User Journey, tentukan:
 - **Tujuan besar** yang ingin dicapai
 - **Langkah-langkah** untuk mencapai tujuan tersebut
 - **Tujuan dari tiap langkah-langkah**
 - **Peluang improvisasi** dari tiap langkah
- **Cara menentukan tujuan besar yang ingin dicapai** adalah berdasarkan **ide terbaik sesuai voting**

User Journey (contoh)

Persona: Wawan Pratama					
Goal: Membeli kebutuhan sehari-hari secara mudah dan cepat					
AKTIVITAS	Persiapan Aplikasi	Memilih Barang	Konfirmasi Pembelian	Melakukan Pembayaran	Mengambil Barang
DETAIL AKTIVITAS	A. Download di Play Store B. Daftar akun dan verifikasi identitas C. Login ke akun D. Mengatur alamat pengantaran	A. Mencari dan memilih barang B. Masukkan ke dalam keranjang	A. Menentukan waktu pengantaran B. Memastikan kembali barang yang dibeli C. Memilih promo	A. Menentukan metode pembayaran B. Melakukan pemesanan	A. Memastikan barang sudah sesuai B. Mengambil barang yang dipesan
PERASAAN/EMOSI PENGGUNA	Antusias karena sudah bisa beli kebutuhan harian secara online	Frustrasi karena harus membuka halaman detail barang untuk menambah ke pesanan	Merasa kesulitan karena harus mengecek kembali kode promo di halaman promo	Bingung karena tidak memiliki saldo di rekening bank atau e-wallet	Khawatir karena tidak tahu apakah pesanannya sudah diantar atau belum
PELUANG IMPROVISASI	Halaman onboarding dan promo khusus pengguna baru	Fitur untuk menambah barang ke keranjang dalam satu halaman	Fitur untuk mengatur promo secara langsung ketika pembelian	Fitur untuk membayar pemesanan secara tunai langsung di tempat (cash on delivery)	Fitur untuk memberi status pemesanan dan melacak pengantaran ketika sedang diantar

Competitive Audit

- Teknik untuk **mengetahui produk serupa** untuk **menganalisis kelebihan dan kekurangan** dari produk serupa
- Terdapat 2 jenis kompetitor, yaitu:
 - **Kompetitor langsung**: produk dengan audiens yang sama atau mirip. Contoh: perusahaan yang hanya menjual produk kopi saja.
 - **Kompetitor tidak langsung**: produk mirip dengan audiens yang berbeda atau lebih besar. Contoh: perusahaan yang tidak hanya menjual kopi saja, namun juga menjual snack.

Competitive Audit (lanjutan)

- Manfaat Competitive Audit:
 - Memahami **produk yang sudah ada** di pasar
 - Memahami **kekurangan** agar **tidak diulang** pada produk kita
 - Memahami **kebutuhan pengguna yang tidak terpenuhi**
 - Memahami **kelebihan** dan **menjadikan inspirasi** pada produk kita
 - Menentukan ***value proposition*** atau nilai lebih dari produk kita dibandingkan produk serupa

Competitive Audit (contoh)

	General information						
	Competitor type (direct or indirect)	Location(s)	Business size (small, medium,	Price (\$ - \$\$\$\$)	Product offering	Target audience	Unique value proposition
MyWoWo	Indirect	Europe (Multiple cities)	Small	\$	Audio-guide app for theNational Gallery of Modern Art, Delhi	Young adults who want to socialize through arts.	Guides in a lot of languages for a lot of cities
Uffizi Gallery	Direct	Florence, Italy	Medium	\$\$	Audio-guide and navigation for Uffizi Gallery	Art lovers and artists.	Image recognition of artworks by framing them with your camera.
NGMA Audio Guide	Direct	India	Large	\$	Audio-guide app for theNational Gallery of Modern Art, Delhi	Tourists in India generally.	Only option for the National gallery.
Indoor Guide	Indirect	Russia	Large	\$\$\$	Audio-guides for multiple museums in St. Petersburg	Tourists who want to explore the culture of the city.	Tours are approved by the museums.

	First impressions	Interaction			
	App or mobile website experience	Features	Accessibility	User flow	Navigation
MyWoWo	Ok + Good navigation and a lot of features. - Poor resolution images and logos.	Good + You can share guides. - Not able to save guides.	Ok + Listen offline option. - No transcript available.	Ok - You have to select country repeatedly.	Good + Intuitive navigation. - No home screen button.
Uffizi Gallery	Outstanding + Modern minimalist design. - Too long text in home screen.	Outstanding + Native features. + Innovations, interactive map, image recognition.	Outstanding + Written descriptions also available. - Big data size for more languages.	Good + Really nice flow connecting the user path. - App is sometimes lagging.	Good + Intuitive to use.
NGMA Audio Guide	Needs work - App not appealing, showing 2 out-of-context photos	Needs work - Very limited feature options. - 2h Audio guide for the whole gallery without timestamps.	Ok - Some headlines only available in Hindi. - No info for artworks written.	Needs work - No home button. - Requiring login right before listening to the guide.	Good + Simple buttons.
Indoor Guide	Good + Nice interface and appealing photos - No free content to test the app.	Ok + Navigation - No filter for choosing guides based on language or preferences.	Ok + 8 different language options. - No information about physical accessibility between museums.	Needs work - No overall image. - You find out about the availability of the guide in the preferred language in the end of the user path.	Good Straight-forward and simple navigation.

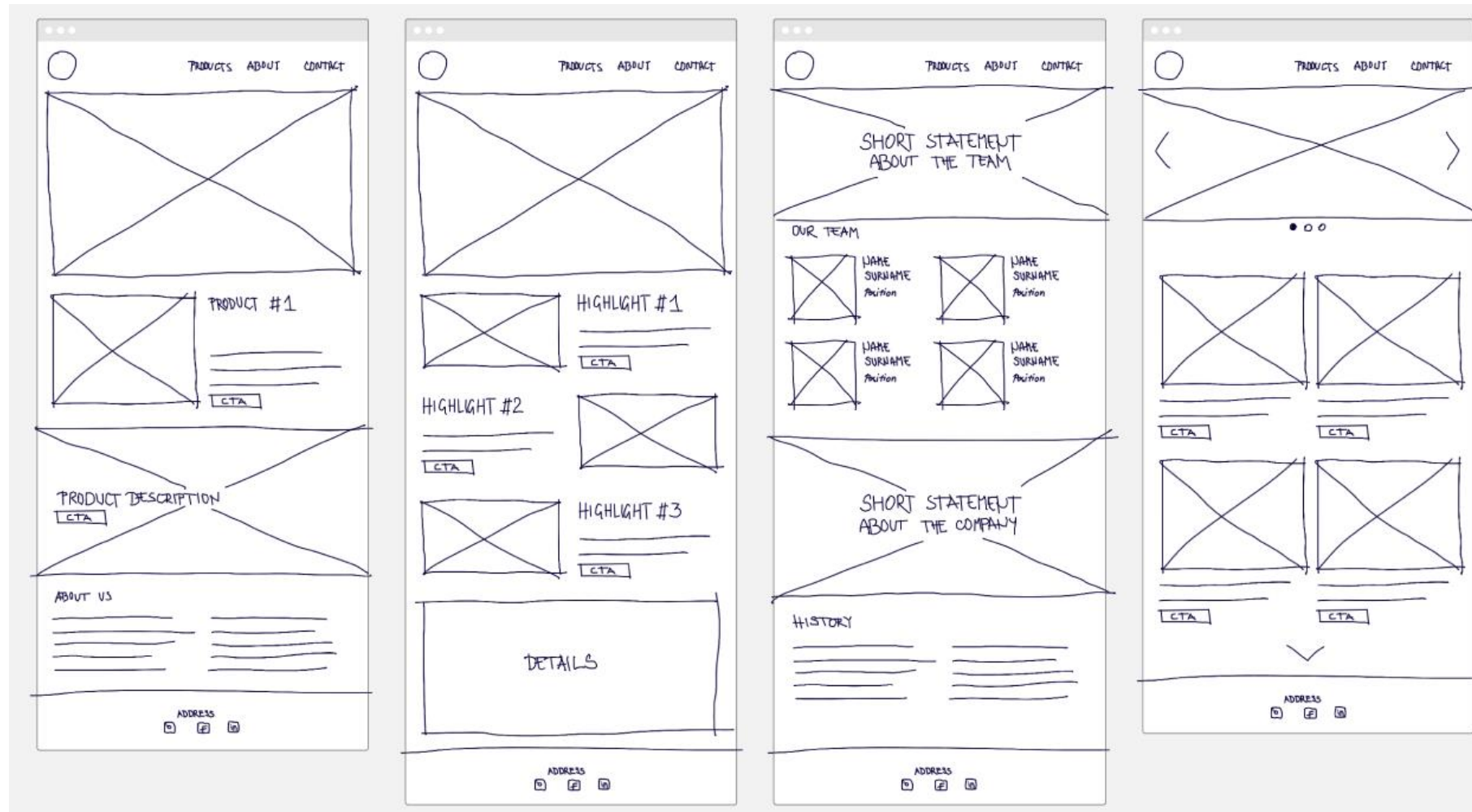
Competitive Audit (contoh)

	Our Products	Competitor 1	Competitor 2	Competitor 3	Competitor 4
Strengths	Faster performance due to new technology	Seamless onboarding experience, great design	Uses social media to their advantage	Great design, usability	Emphasizes security
Weakness	Not much social media presence	Not much interaction with customers	Documents hard to navigate	Sporadic social media presence	Language is formal, not user-friendly
Pricing	\$800 per month	\$800 per month	\$900 per month	\$850 a month	\$950 a month
Social Media	Twitter, Instagram	Blog posts, Twitter	Blog posts, Instagram	Blog posts, Instagram, Twitter	Blog posts
Onboarding Experience	Moderate number of steps to sign up	Smooth instructions	Not much support after first step	Seamless, very few steps involved	Moderate number of steps

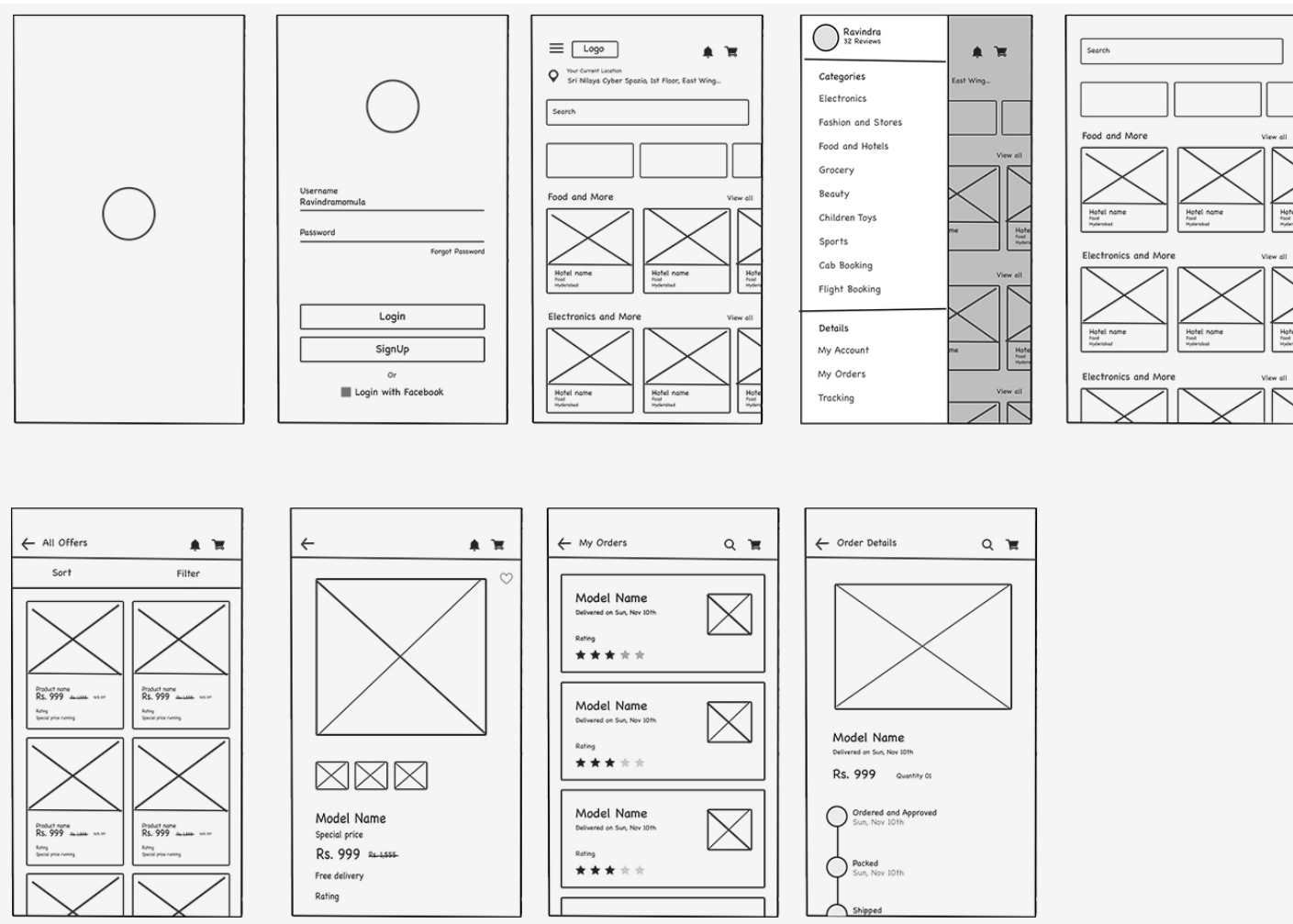
Wireframe

- Merupakan **struktur dasar** dan tata letak **sebagai gambaran suatu halaman**
- Ketika merancang wireframe, **utamakan fungsionalitas** aplikasi sebelum menerapkan aspek visual
- Terdapat 2 jenis wireframe:
 - Wireframe Kertas
 - Wireframe Digital

Wireframe (contoh)



Wireframe (contoh)



RECOMMENDED TOOLS



Online whiteboard untuk
melakukan **brainstorming**



Merancang **Wireframe**



Merancang **Competitive Audit**

and many more...