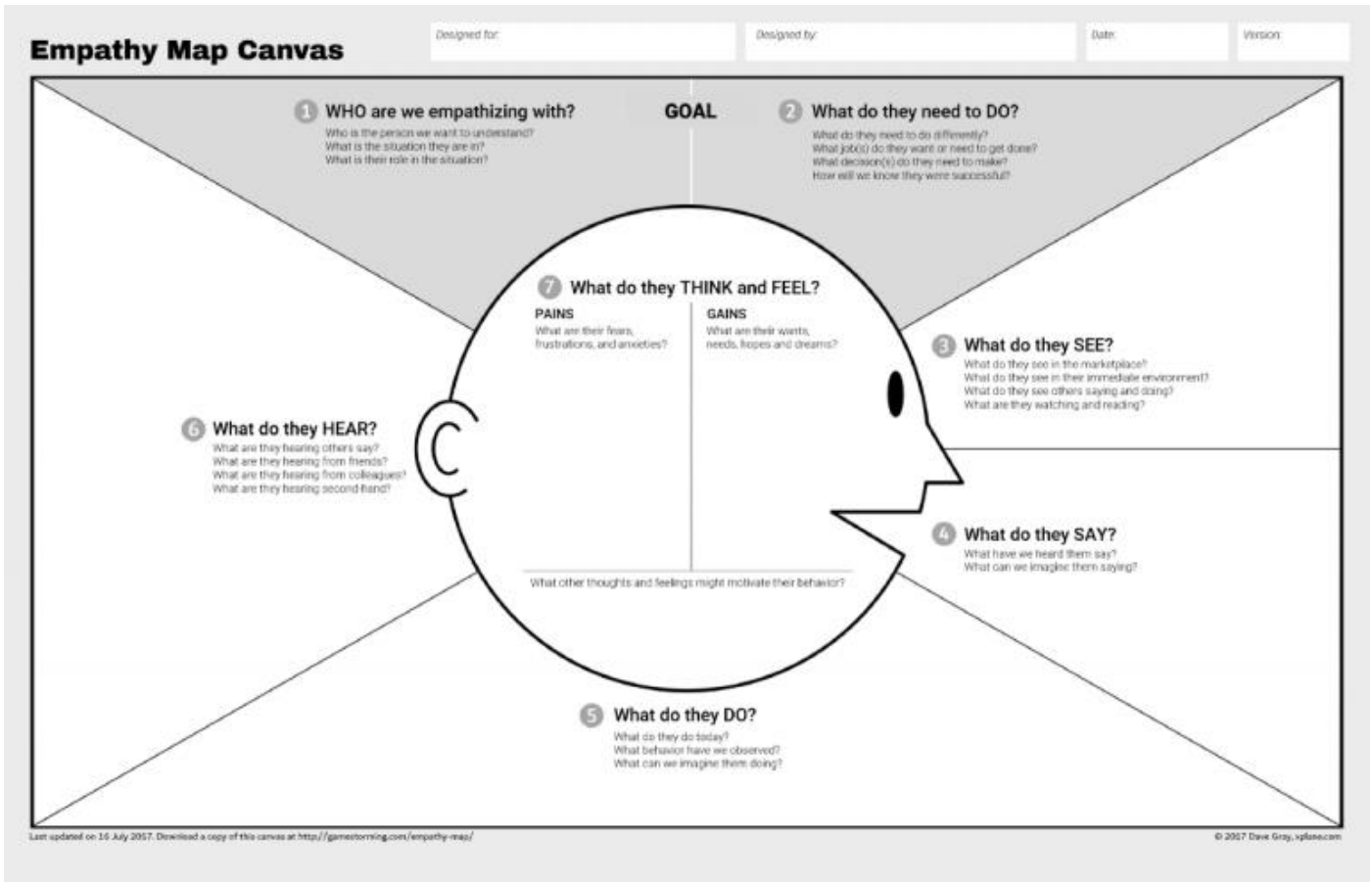


PART 2

PROBLEM SOLUTION FIT

IDEATION

2.3 Empathy Map



What is Empathy Map?

Empathy Map adalah alat visualisasi yang digunakan untuk mengartikulasikan apa yang diketahui tim produk mengenai pengguna. Empathy Map ini membantu tim produk untuk membangun pemahaman yang lebih luas mengenai aspek **“mengapa”** di balik kebutuhan dan keinginan pengguna.

Empathy Map berguna di proses paling awal dari proses *design thinking* yaitu tahap *Empathize*

Inside and Rules Empathy Maps

Step 1: Establish Focus and Goal

- 1. WHO are we empathizing with?** Tentang calon customer yang ingin Anda pahami dan berempati. Buat ringkasan terkait situasi dan perannya. Jika ada beberapa persona, masing-masing akan membutuhkan petanya masing masing
- 2. What do they need to DO?** yang Tim harap akan dilakukan pengguna. Misalnya, apa yang perlu dia lakukan atau putuskan secara berbeda? Meskipun fokusnya adalah tentang membangun empati dan tidak menjual

atau merancang apa pun, dengan menjawab pertanyaan ini dapat memfokuskan peserta dan menetapkan konteks untuk aktivitas tersebut.

Step 2: Capture the outside World

3. **What do they SEE?** Apa yang dia temui dalam pengalaman sehari-harinya? Ini bisa berupa orang, aktivitas mereka, atau benda. Apa yang dilakukan orang-orang di sekitarnya? Apa yang dia tonton, baca, dan lihat di lingkungan atau pasarnya yang dapat memengaruhinya? Pertimbangkan produk dan layanan alternatif atau sesuatu yang dilakukan pesaing. Canvas ini adalah dunianya, bukan dunia Anda, jadi jangan berasumsi bahwa perusahaan atau produk Anda menarik perhatiannya
4. **What do they DO and SAY?** Tentang bagaimana mereka berperilaku? Apa yang akan mereka katakan? Perilaku dan perkataan tergantung dari lingkungan pelanggan, bagaimana mereka bertindak, apa yang mereka lakukan dan katakan di media sosial, semua tergantung dari masing2 pribadi yang berbeda
5. **What do they HEAR?**
Apa yang didengar pengguna dan bagaimana pengaruhnya terhadapnya? Terkait hubungan pribadi dengan keluarga, teman, dan rekan kerja serta apa yang dikatakan di media oleh blogger, influencer media sosial, dan pakar di bidangnya. Fokus pada hal-hal yang memengaruhi pemikirannya.

Step 3: Explore inside the mind

6. **What do they THINK and FEEL?** Apa yang penting bagi pengguna sehingga dia memikirkannya? Pertimbangkan sisi positif dan negatif dari pikiran. Apa yang membuatnya merasa baik atau buruk? Apa yang dia khawatirkan atau apa yang membuatnya terjaga di malam hari? Pikirannya menjelajahi jalan dan kemungkinan saat dia mempertimbangkan untuk melakukan atau mencoba sesuatu. Bagaimana perasaannya? Takut? Bersemangat? Cemas?

Example Traditional Empathy Maps

EMPATHY MAP *Example (Buying a TV)*

