

LAPORAN
Evaluasi terhadap Pengalaman Peserta Workshop *Design Thinking*
bagi Pegawai Bank dan Aparatur Sipil Negara



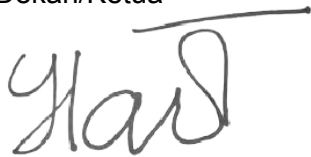
Hendriana Werdhaningsih
NIDN: 0317017402

UNIVERSITAS PARAMADINA
Juli 2023

HALAMAN PENGESAHAN


| | |
|-----------------------|---|
| Judul Penelitian/PKM | : Evaluasi terhadap Pengalaman Peserta Workshop Design Thinking bagi Pegawai Bank dan Aparatur Sipil Negara |
| Peneliti / Pelaksana | |
| Nama Lengkap | : Hendriana Werdhaningsih |
| NIDN | : 0317017402 |
| Jabatan Fungsional | : Lektor |
| Program Studi | : Desain Produk |
| Nomor HP | : 08112425956 |
| Alamat surel (e-mail) | : hendriana@paramadina.ac.id |
| Perguruan Tinggi | : Universitas Paramadina |
| Tahun Pelaksanaan | : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun |
| Biaya Keseluruhan | : Rp. 1.500.000 |

Mengetahui
Dekan/Ketua



Dr. Harry T.Y. Achsan, M.Kom
NIP: 198090005

Jakarta, 7 Juli 2023
Ketua Peneliti/Pelaksana,



Hendriana Werdhaningsih, Ph.D
NIP: 207020130

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian/Pengabdian



Dr. Sunaryo
NIP: 216040313

Disclaimer:

Laporan penelitian ini disusun untuk keperluan internal dan bukan untuk dipublikasikan. Adapun adopsi hasil penelitian dapat dilakukan untuk publikasi tanpa mencantumkan nama lembaga yang ada di dalam isi penelitian ini dan harus atas seizin peneliti.

RINGKASAN

Design thinking atau berpikir desain merupakan cara berpikir desainer yang telah diteliti, dikembangkan, dan dipraktikkan oleh para desainer sejak tahun 1960an. Metode *Design Thinking* yang dikembangkan IDEO pada tahun 1990an dirancang untuk memfasilitasi kalangan non-desainer dalam berpikir kreatif dan berkolaborasi untuk menghasilkan inovasi yang berorientasi pada manusia. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi pelaksanaan Workshop *Design Thinking* yang diselenggarakan selama satu hari penuh, yang diikuti oleh peserta dengan latar belakang non-designer. Data diambil dari dua Workshop *Design Thinking* yang difasilitasi oleh peneliti. Dua workshop ini diikuti oleh peserta dengan latar belakang yang berbeda. Satu workshop diikuti oleh pegawai bank dan satu workshop lainnya diikuti oleh Aparatur Sipil Negara eselon III. Terdapat dua tujuan yang akan dicapai melalui evaluasi ini. Pertama, untuk mengetahui pandangan peserta terhadap pengalaman melakukan tahapan-tahapan atau bagian-bagian pada metode *design thinking*. Kedua, untuk mengetahui pengaruh workshop ini terhadap pandangan peserta tentang pentingnya orientasi pada manusia (*human centered*) dan proses kolaborasi (*collaboration*). Pengumpulan data dilakukan dengan pengisian kuesioner oleh peserta setelah mengikuti Workshop *Design Thinking*. Kuesioner bertanya tentang tahapan/bagian *Design Thinking* paling menarik bagi peserta serta alasannya, tahapan/bagian yang dirasa paling sulit, tahapan/bagian yang paling bermanfaat untuk diri sendiri, tahapan/bagian yang paling bermanfaat untuk organisasi tempat bekerja, tahapan/bagian yang ingin dipelajari lebih jauh, dan pandangan peserta tentang *Human Centered* dan *Collaboration* sebelum dan sesudah mengikuti Workshop *Design Thinking* ini. Data yang terkumpul dari total 48 sampel menunjukkan bahwa kedua kelompok peserta memiliki ketertarikan terhadap bagian/tahapan *Design Thinking* yang berbeda. Data menunjukkan bahwa kedua kelompok peserta memiliki ketertarikan terhadap bagian/tahapan *Design Thinking* yang berbeda namun kedua kelompok peserta memiliki ketertarikan untuk memperdalam bagian *ideate*. Hal ini menunjukkan bahwa para peserta dengan latar belakang non-desainer memiliki minat untuk berpikir kreatif dan berinovasi. Data juga menunjukkan bahwa mayoritas peserta berpendapat bahwa *human centered* dan *collaboration* sangat penting setelah mengikuti workshop ini, padahal sebelumnya sebagian peserta tidak mengetahui tentang *human centered* dan *collaboration* atau memandang keduanya adalah hal yang biasa. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman mengikuti Workshop *Design Thinking* mampu menggugah kesadaran akan pentingnya berorientasi pada manusia *human centered* dan berkolaborasi (*collaboration*).

PRAKATA

Design Thinking merupakan bidang kajian yang menarik karena metode ini diadaptasi dari cara berpikir desainer, khususnya desainer produk, untuk digunakan oleh non-desainer. Desainer produk terbiasa dengan cara berpikir yang berorientasi pada manusia dan mengandalkan kreativitas untuk menghasilkan ide-ide inovatif. Namun non-desainer tentunya memerlukan penyesuaian untuk melakukan metode berpikir semacam ini. Hal tersebut bukan karena non-desainer tidak memiliki daya kreatif namun karena non-desainer cenderung tidak melatih daya kreatifnya. Peningkatan minat perusahaan dan lembaga pemerintah terhadap metode ini ditandai dengan penyelenggaraan *Workshop Design Thinking* oleh institusi-institusi untuk internal maupun workshop berbayar yang dapat diikuti oleh siapa saja. Pengajar Program Studi Desain Produk Universitas Paramadina yang memiliki pengetahuan tentang metode ini diminta merancang sekaligus memfasilitasi *Workshop Design Thinking* di beberapa instansi. Kegiatan ini menjadi inspirasi untuk penelitian ini. Penelitian ini berpotensi untuk memberikan informasi tentang pandangan non-desainer dengan beragam latar belakang terhadap metode *Design Thinking*. Laporan penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pendekatan dan pengembangan metode *Design Thinking*.

DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| RINGKASAN | 1 |
| PRAKATA | 2 |
| DAFTAR ISI | 3 |
| DAFTAR GAMBAR | 4 |
| DAFTAR LAMPIRAN | 5 |
| | |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 6 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN | 10 |
| BAB 4 METODE PENELITIAN | 11 |
| BAB 5 HASIL DAN BAHASAN | 12 |
| 5.1 DATA KUESIONER | 12 |
| 5.2 DISKUSI | 21 |
| BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN | 23 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 24 |
| LAMPIRAN | 25 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 1. | Tahapan <i>Design Thinking</i> dari <i>School of Design Thinking</i> | 9 |
| Gambar 2. | Tahapan <i>Design Thinking</i> yang paling menarik bagi sampel dengan latar belakang pegawai bank | 13 |
| Gambar 3. | Tahapan <i>Design Thinking</i> yang paling menarik bagi sampel dengan latar belakang ASN eselon III | 13 |
| Gambar 4. | Semua tahapan <i>Design Thinking</i> hampir sama sulit bagi sampel dengan latar belakang pegawai bank, namun tahap <i>Ideate</i> memiliki persentase terbesar yaitu 26% | 14 |
| Gambar 5. | Tahapan <i>Design Thinking</i> yang paling sulit bagi sampel dengan latar belakang ASN eselon III adalah <i>Define</i> (48%) dan <i>Ideate</i> (39%) | 14 |
| Gambar 6. | Tahapan <i>Design Thinking</i> yang paling bermanfaat bagi sampel dengan latar belakang pegawai bank | 15 |
| Gambar 7. | Tahapan <i>Design Thinking</i> yang bermanfaat bagi sampel dengan latar belakang ASN eselon III adalah <i>Empathize</i> , <i>Define</i> , dan <i>Ideate</i> | 16 |
| Gambar 8. | Tahapan <i>Design Thinking</i> yang ingin dialami lebih jauh oleh sampel dengan latar belakang pegawai bank | 17 |
| Gambar 9. | Tahapan <i>Design Thinking</i> yang ingin dialami lebih jauh oleh sampel dengan latar belakang ASN eselon III | 17 |
| Gambar 10. | Pandangan sampel dengan latar belakang pegawai bank terhadap <i>human centered</i> sebelum dan sesudah mengikuti Workshop <i>Design Thinking</i> | 18 |
| Gambar 11. | Pandangan sampel dengan latar belakang ASN eselon III terhadap <i>human centered</i> sebelum dan sesudah mengikuti Workshop <i>Design Thinking</i> | 19 |
| Gambar 12. | Pandangan sampel dengan latar belakang pegawai bank terhadap <i>collaboration</i> sebelum dan sesudah mengikuti Workshop <i>Design Thinking</i> | 20 |
| Gambar 13. | Pandangan sampel dengan latar belakang ASN eselon III terhadap <i>collaboration</i> sebelum dan sesudah mengikuti Workshop <i>Design Thinking</i> | 20 |
| Gambar 14. | Bagian <i>Design Thinking</i> yang paling menarik | 21 |
| Gambar 15. | Bagian <i>Design Thinking</i> yang paling penting | 22 |
| Gambar 16. | Bagian <i>Design Thinking</i> yang ingin diperdalam | 22 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-----------------------------|----|
| Lampiran 1. Kuesioner | 25 |
|-----------------------------|----|

BAB 1. PENDAHULUAN

Design Thinking sebagai sebuah metode berpikir kreatif untuk menghasilkan inovasi mulai menarik minat lembaga-lembaga di Indonesia, baik perusahaan swasta maupun pemerintahan. Pada awal tahun 2019, Tempo Komunitas menyelenggarakan Workshop *Design Thinking* yang terbuka untuk umum. Beberapa *batch* dari workshop tersebut diikuti oleh peserta dari berbagai latar belakang yang mendaftar secara individual, dan beberapa lainnya diselenggarakan atas permintaan dari perusahaan untuk internal karyawannya. Pada periode waktu yang hampir bersamaan, Pemerintah Daerah DKI Jakarta juga memasukan materi *Design Thinking* ke sebagai salah satu materi pelatihan bagi ASN eselon III.

Workshop *Design Thinking* ini diselenggarakan dalam satu hari penuh, terdiri dari dua sesi. Materi workshop diawali dengan paparan mengenai singkat sejarah, tujuan metode *Design Thinking*, dan bagian-bagiannya. Selanjutnya peserta melakukan praktek latihan untuk setiap bagian *Design Thinking* secara berkelompok. Peserta terlibat aktif melakukan setiap bagian dalam metode *Design Thinking*. Kegiatan dilakukan dalam kelompok dan diakhiri dengan presentasi masing-masing kelompok. Pada akhir kegiatan, penyelenggara akan menanyakan kesan peserta terhadap workshop ini. Seluruh peserta memiliki kesan positif terhadap workshop *Design Thinking* dan termotivasi untuk mengaplikasikan metode ini di tempat kerjanya. Hal tersebut memotivasi dan menginspirasi peneliti untuk melakukan penelitian ini. Peneliti merupakan perancang dan fasilitator dari kegiatan workshop *Design Thinking* yang dilaksanakan oleh Tempo Komunitas maupun Pemerintah Daerah DKI Jakarta. Penelitian ini dibuat untuk mendapat umpan balik dari peserta mengenai materi Workshop *Design Thinking*.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Design Thinking, sebagai sebuah metode, diadopsi secara luas selama sekitar 15 tahun. Pemanfaatannya relatif baru bila dibandingkan dengan metode ilmiah yang telah digunakan selama berabad-abad dan metode manajemen modern seperti Six Sigma yang telah memberikan keuntungan praktis untuk industri selama berpuluh tahun (Ideo, 2022). Meskipun baru populer kurang daripada 20 tahun, namun cara berpikir desain telah mulai berkembang sejak tahun 60an (Szczepanska, 2017; Friis & Yu, 2022).

Pada tahun 1960, metode ilmiah (saintifik) dan proses diaplikasikan untuk memahami setiap aspek dari desain, seperti bagaimana desain berfungsi dan faktor-faktor yang mempengaruhi desain (Friis & Yu, 2022). Pada pertengahan tahun 1960 an, Horst Rittel, seorang design theorist muncul dengan istilah '*wicked problem*' untuk menjelaskan permasalahan yang multidimensi dan sangat kompleks (Buchanan, 1992). Rittel fokus pada metodologi desain yang dapat digunakan untuk menangani '*wicked problem*'. '*Wicked problem*' hingga saat ini menjadi sasaran *Design Thinking* karena pemecahan masalah tersebut membutuhkan metodologi kolaboratif untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang kebutuhan manusia, motivasi, dan perilakunya. Sementara itu di Skandinavia berkembang *cooperative design*. Berbeda dengan di Amerika yang mengandalkan pada kumpulan ahli, Skandinavia melibatkan semua orang untuk mendiskusikan desain, desain berfungsi sebagai fasilitator atau pembimbing. Semua orang, baik para ahli sampai pekerja dan maupun yang terlibat langsung dengan produk atau servis mendesain bersama sesuatu yang akan mereka pakai. (Bødker, S., Ehn, P., Sjögren, D., & Sundblad, Y., 2000)

Pada tahun 1970an, prinsip-prinsip *Design Thinking* mulai berkembang. Herbert A. Simon, seorang *cognitive scientist* dan peraih hadiah Nobel merupakan orang pertama yang menyatakan bahwa desain adalah sebuah cara berpikir, di dalam bukunya *The Sciences of Artificial*. Kemudian Simon menyumbangkan banyak ide tentang prinsip-prinsip berpikir desain seperti *rapid prototyping* dan *testing*. Pada tahun 1982 Nigel Cross mendiskusikan tentang "Designerly Ways of Knowing" tentang bagaimana secara alamiah desainer memecahkan masalah. Penelitian Nigel Cross dan Donald Schoen tentang design process dan bagaimana desainer memperoleh ide, membuka pintu untuk profesi lain ikut menggunakan brainstorming dan teknik berpikir kreatif lainnya. Pada tahun 80an itu pula Bryan Lawson melakukan serangkaian penelitian yang membandingkan metode yang digunakan oleh ilmuwan dan arsitek

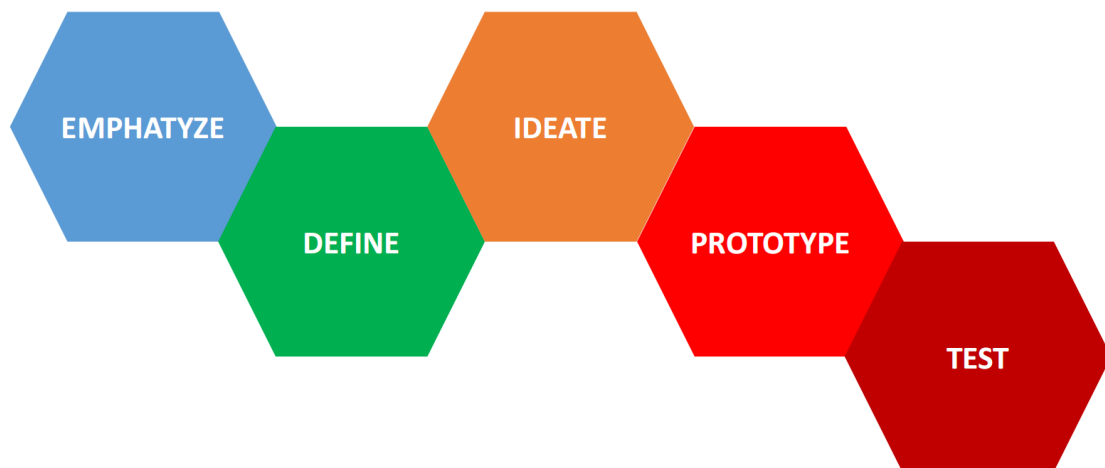
saat mereka sama-sama menghadapi persoalan yang ambigu. Penelitian Lawson menyimpulkan bahwa ilmuwan cenderung berfokus pada masalah (*problem-focused problem-solvers*) sedangkan desainer cenderung berfokus pada solusi (*solution-focused*).

Pada pertengahan 1980an pendekatan *cooperative design* Skandinavia memasuki Amerika dan kemudian dikenal secara luas sebagai *participatory design*. Beberapa waktu kemudian *cooperative design* dikenal sebagai *collective resource approach* dan yang terakhir adalah *cooperative experimental system development*. Pada 1987, Peter Rowe mempublikasikan buku berjudul *Design Thinking* yang fokus pada pendekatan arsitektur desainer menggunakan *inquisitive lens* (lensa 'penasaran').

Pada 1991 IDEO merupakan sebuah perusahaan yang membawa *design thinking* menjadi *mainstream*. Mereka mengembangkan *customer-friendly* terminology, tahapan, dan *toolkits* selama bertahun-tahun dan membuat *design thinking* dapat diakses oleh orang-orang tidak belajar metodologi desain (orang-orang non desainer). Richard Buchanan (1992) menjelaskan bahwa *design thinking* bertujuan untuk mengintegrasikan pengetahuan-pengetahuan spesialis agar dapat diaplikasikan pada permasalahan baru yang dihadapi di dunia saat ini dengan perspektif yang menyeluruh (holistik). Pada tahun 2004, David Kelley mendirikan the Hasso Plattner Institute of Design di Stanford yang kemudian menjadi inspirasi bagi pelaku *design thinking* di seluruh dunia. Pada tahun 2017 *design thinking* menjadi pembicaraan di dunia bisnis dan dalam publikasi di Harvard Business Review dan Forbes. *Design thinking* disebut sebagai “a unified framework for innovation” hingga “essential tool for simplifying and humanizing.” (Szczepanska, 2017)

IDEO mengembangkan *design thinking* memungkinkan orang-orang non desainer untuk menggunakan *creative tools* untuk tantangan yang luasnya tak terhingga. Model *Design Thinking* IDEO membagi prosesnya menjadi tiga bagian atau space (ruang): *Inspiration*, *Ideation*, dan *Implementation*. Ketiga bagian ini tidak disebut tahapan atau langkah karena bagian-bagian ini tidak selalu terjadi berurutan. *Inspiration* adalah bertujuan untuk menemukan masalah (*opening up the problem*) atau peluang (*opportunity space*) melalui aktivitas riset. *Ideation* adalah proses menghasilkan (*generating*), mengembangkan (*developing*), dan menguji ide. *Implementation* adalah jalan/jalur yang mengarahkannya dari tahapan proyek ke dalam aplikasinya dalam kehidupan manusia (nyata).

Bagian *Inspiration* terdiri dari *emphatize* dan *define*. *Emphatize* adalah upaya untuk memahami persona (seseorang/sekelompok manusia) melalui kegiatan wawancara (menanya dan mendengar) dan shadowing (membayangi/mengamati). Hal ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan yang dirasakan persona, kebutuhan yang belum terungkap, yang membuat hidupnya lebih mudah, yang membuatnya bahagia, teknologi yang disukai dan berguna, apa dan bagaimana pikiran mereka, kebutuhan secara fisik maupun emosi, pemikiran mereka tentang dunia, hal-hal apa yang berarti/*meaningful* bagi mereka, dan lain-lainnya. Informasi tersebut memberikan gambaran yang menyeluruh dan khas tentang persona tersebut (*Define*). Bagian selanjutnya adalah *Ideation* yang terdiri dari *Ideate* yang terdiri dari *idea generation* (pengumpulan ide), *idea grouping* (pengelompokan ide), dan *idea review* (pembahasan ide). Ketiga kegiatan tersebut menggunakan metode *brainstorming*. Bagian *Implementation* terdiri dari kegiatan *Prototyping* dan *Test*. *Prototype* bertujuan untuk mewujudkan ide yang abstrak menjadi sesuatu yang kongkrit (dapat dilihat/disentuh/dioperasikan). Sebuah *prototype* dapat membantu untuk memperoleh umpan balik dan perbaikan ide. *Prototype* mempercepat proses inovasi karena memungkinkan kita lebih memahami kekuatan dan kelemahan dari ide untuk sebuah solusi baru yang dihasilkan. *Test* dapat dilakukan dengan mempresentasikan ide untuk memperoleh pertanyaan dan masukan dari pihak lain.



Gambar 1. Tahapan *Design Thinking* dari *School of Design Thinking*

BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Design thinking adalah sebuah metode berpikir untuk menghasilkan inovasi dan pemecahan masalah yang menekankan pada berpikir bebas dan kreatif, berorientasi pada manusia, serta menekankan pada pentingnya proses kolaborasi. Metode ini dirancang untuk memfasilitasi kalangan non-desainer dalam berpikir kreatif dan berkolaborasi untuk menghasilkan inovasi yang berorientasi pada manusia. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi pelaksanaan Workshop *Design Thinking* yang diikuti oleh dua kelompok peserta (non-desainer) dengan latar belakang yang berbeda. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui pandangan peserta (non-desainer) terhadap pengalaman melakukan tahapan-tahapan atau bagian-bagian pada metode *design thinking* dan pengaruh workshop ini terhadap pandangan peserta tentang pentingnya orientasi pada manusia (*human centered*) dan proses kolaborasi (*collaboration*). Pandangan non-desainer dengan beragam latar belakang terhadap *Design Thinking* dapat menjadi dasar bagi pendekatan dan pengembangan metode *Design Thinking* untuk pengguna metode *design thinking* dengan berbagai latar belakang.

BAB 4. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang diisi oleh sampel pada bagian akhir Workshop *Design Thinking*. Sampel pada penelitian ini adalah peserta dari dua buah Workshop *Design Thinking* yaitu satu workshop yang diikuti oleh pegawai sebuah bank dan satu workshop lainnya diikuti oleh aparat sipil negara (ASN) eselon III dengan rentang usia antara 30 hingga 55 tahun. Kedua workshop tersebut diselenggarakan oleh lembaga yang menaungi para peserta workshop dengan tujuan untuk memperkenalkan metode *design thinking* pada para peserta dan diharapkan menjadi inspirasi dalam menjalankan tugas di kemudian hari. Sampel dari workshop yang diselenggarakan oleh bank berjumlah 20 orang, sedangkan workshop bagi aparat sipil negara (ASN) eselon III sejumlah 28 orang maka total berjumlah 48 sampel. Pertanyaan kuesioner meliputi dua kelompok pertanyaan. Pertama untuk mengetahui pandangan peserta terhadap pengalaman praktik melakukan bagian-bagian pada metode *design thinking*. Kedua, untuk mengetahui pengaruh workshop ini terhadap pandangan peserta tentang pentingnya orientasi pada manusia (*human centered*) dan proses kolaborasi (*collaboration*). Kelompok pertanyaan pertama menanyakan tahapan/bagian *Design Thinking* paling menarik bagi peserta serta alasannya, tahapan/bagian yang dirasa paling sulit, tahapan/bagian yang paling bermanfaat untuk diri sendiri, tahapan/bagian yang paling bermanfaat untuk organisasi tempat bekerja, tahapan/bagian yang ingin dipelajari lebih jauh. Kelompok pertanyaan kedua menanyakan pandangan peserta tentang *Human Centered* dan *Collaboration* sebelum dan sesudah mengikuti Workshop *Design Thinking* ini.

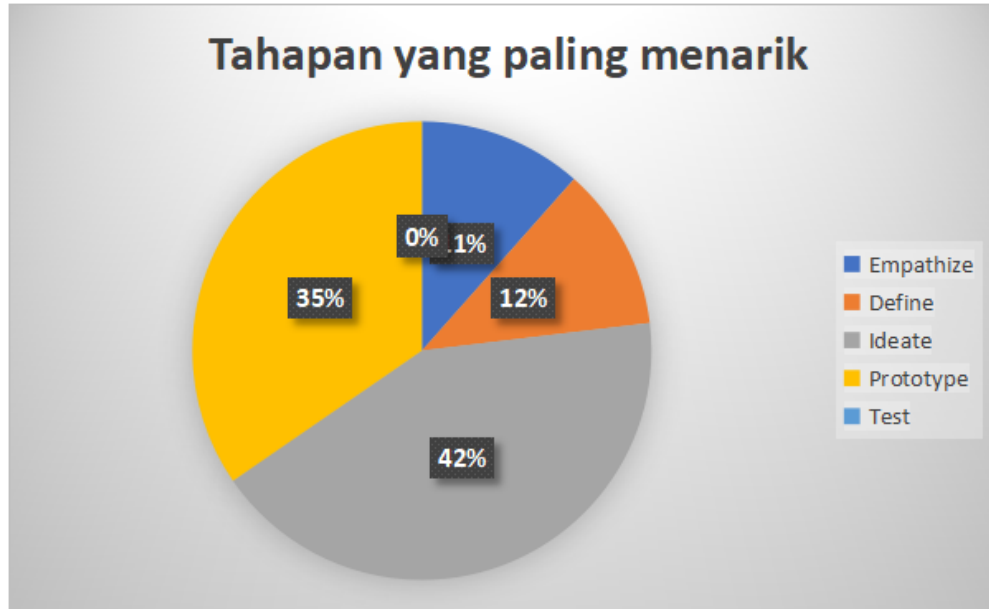
BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 DATA KUESIONER

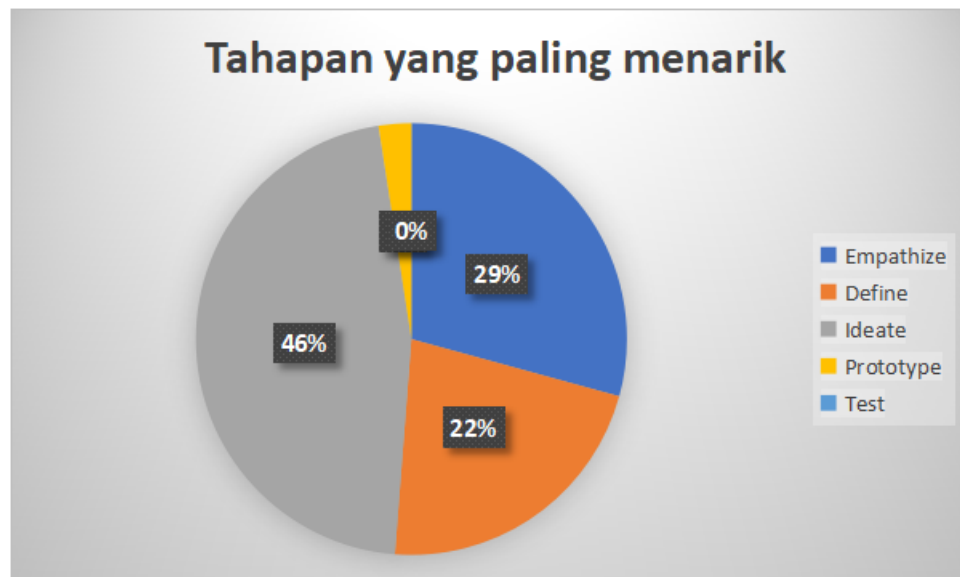
Tahapan *Design Thinking* terdiri dari *Empathize*, *Define*, *Ideation*, *Prototyping*, dan *Test*. *Empathize* dan *Define* merupakan bagian dari *Inspiration* atau inspirasi yang menjadi motivasi dari proses selanjutnya. Pada tahap *empathize*, peserta dilatih untuk berempati pada seseorang atau pada workshop ini disebut *persona*. Peserta diminta mengenali *persona* melalui sekumpulan foto-foto yang merepresentasikan kehidupannya. Pada tahap *define* peserta berusaha mendalami beberapa hal detail tentang *persona* tersebut seperti pandangan hidupnya, kesehariannya, minuman kegemarannya, tingkah pemahamannya akan teknologi, dan lain-lain. Pada tahap *ideation* peserta melakukan *brainstorming*, mencari ide produk/ *service*/sistem inovatif yang dapat meningkatkan kualitas hidup *persona*. Ide tersebut dikembangkan dengan metode *prototyping* yang memberikan wujud dari sebuah ide abstrak. Tahap terakhir adalah *test*, di mana ide yang dipresentasikan dengan *prototype* mendapat umpan balik dari peserta lain.

Tahapan Paling Menarik dan Tahapan Paling Sulit

Metode *Design Thinking* memiliki lima tahapan atau bagian yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideation*, *Prototyping*, dan *Test*. Data menunjukkan bahwa tahapan yang paling menarik bagi mayoritas peserta workshop dengan latar belakang pegawai bank adalah tahapan *Ideate* sebanyak 42% dan *Prototyping* 35%. Pada tahap *ideation* peserta melakukan *brainstorming*, mencari ide produk/ *service*/sistem inovatif yang dapat meningkatkan kualitas hidup *persona*. Sedangkan pada tahap *prototyping* peserta mengembangkan ide tersebut menjadi lebih detail secara operasional dengan mempertimbangkan faktor penggunaannya. Serupa dengan sampel yang berlatar belakang pegawai bank, 46% peserta workshop dengan latar belakang aparat sipil negara (ASN) paling menyukai tahapan *Ideate*. Perbedaannya, bila data dari sampel peserta dengan latar belakang pegawai bank menunjukkan persentase terbesar kedua adalah tahap *Prototyping*, data sampel dengan latar belakang ASN eselon III menunjukkan 29% *Empathize* dan 22% *Define*. *Empathize* dan *Define* merupakan bagian dari *Inspiration* atau inspirasi yang merupakan tahap awal dari metode *Design Thinking*. Pada tahap *empathize*, peserta dilatih untuk berempati pada seseorang dan pada tahap *define* peserta berusaha mendalami keadaan dan perasaan orang tersebut untuk kemudian mengetahui hal apa yang dapat meningkatkan kualitas hidupnya.

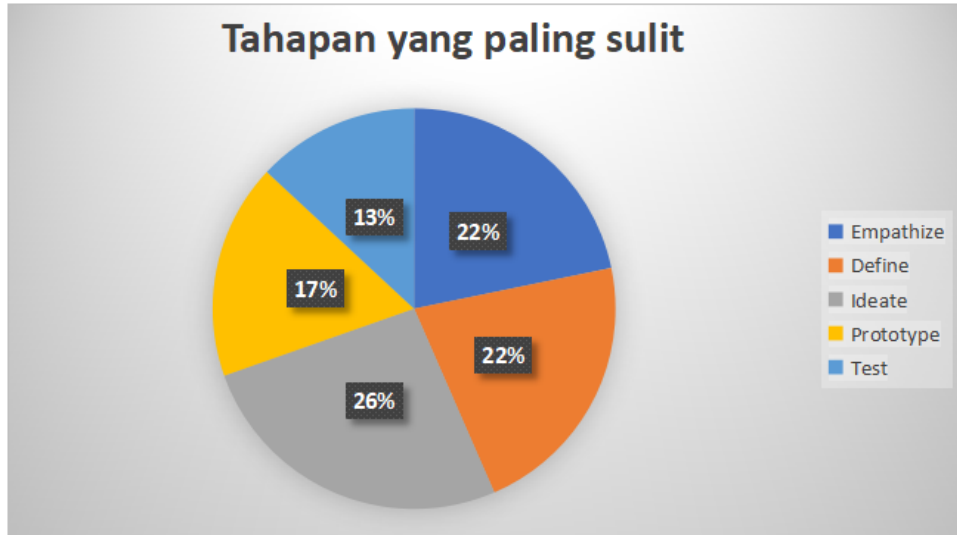


Gambar 2. Tahapan *Design Thinking* yang paling menarik bagi sampel dengan latar belakang pegawai bank.

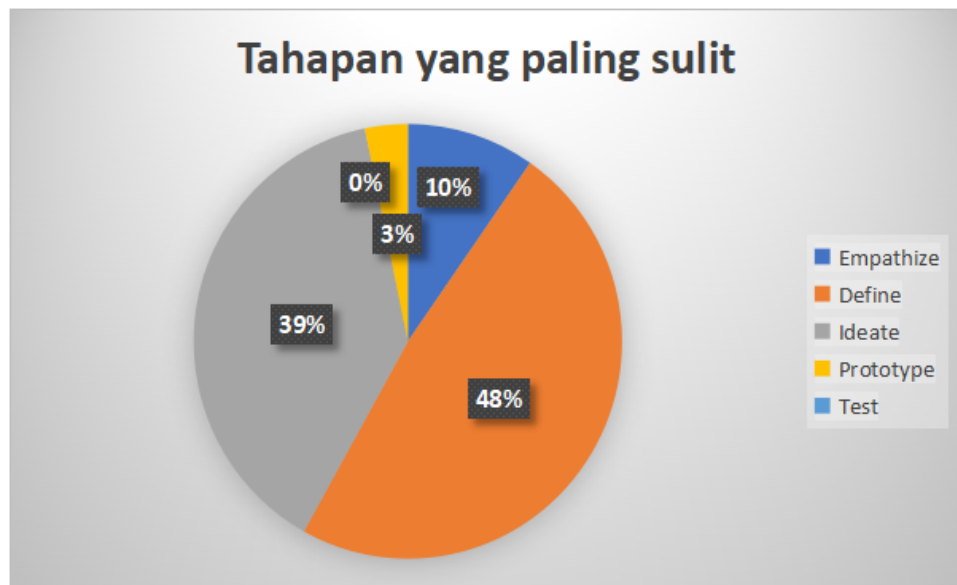


Gambar 3. Tahapan *Design Thinking* yang paling menarik bagi sampel dengan latar belakang ASN eselon III.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa sampel dengan latar belakang pegawai bank menilai bahwa semua tahap dalam *Design Thinking* sulit sedangkan sampel dengan latar belakang ASN eselon III mayoritas memilih *Define* sebagai tahapan yang paling sulit.



Gambar 4. Semua tahapan *Design Thinking* hampir sama sulit bagi sampel dengan latar belakang pegawai bank, namun tahap *Ideate* memiliki persentase terbesar yaitu 26%.

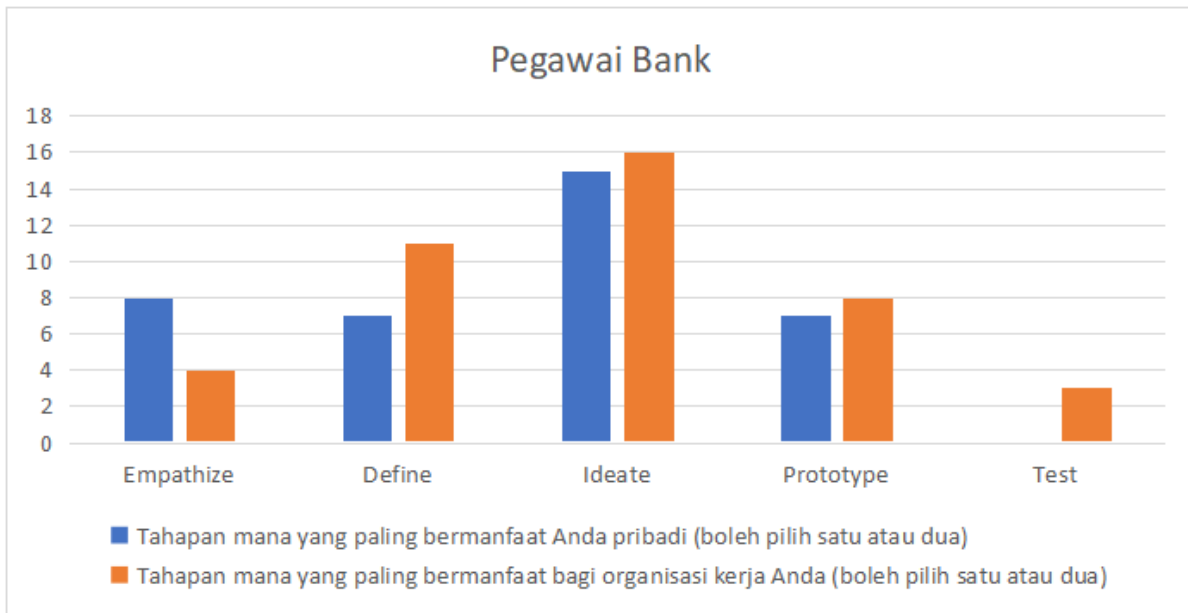


Gambar 5. Tahapan *Design Thinking* yang paling sulit bagi sampel dengan latar belakang ASN eselon III adalah *Define* (48%) dan *Ideate* (39%).

Tahapan Paling Bermanfaat

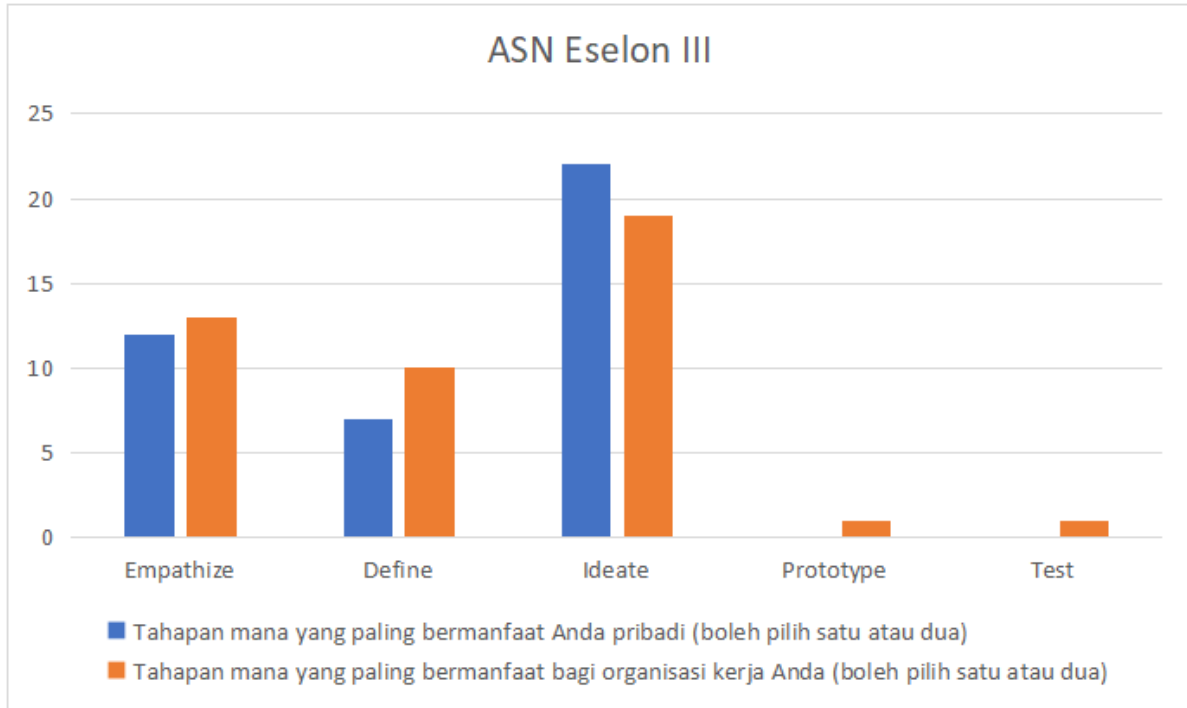
Penelitian ini menunjukkan tahapan yang paling bermanfaat bagi pribadi peserta workshop dan organisasi tempat mereka bekerja. Data dari sampel dengan latar belakang pegawai bank menunjukkan bahwa *Ideate* merupakan tahapan yang paling bermanfaat baik bagi pribadi maupun organisasi. *Empathize* lebih bermanfaat untuk pribadi dibandingkan dengan untuk

organisasi. Tahap *Test* bermanfaat bagi organisasi tapi tidak bermanfaat bagi pribadi. Sedangkan tahap *Define* lebih bermanfaat untuk organisasi dan *Prototype* memiliki manfaat yang hampir setara untuk pribadi maupun. Secara umum, semua tahapan memiliki manfaat baik untuk pribadi maupun organisasi, kecuali *Test* dianggap tidak bermanfaat untuk pribadi.



Gambar 6. Tahapan *Design Thinking* yang paling bermanfaat bagi sampel dengan latar belakang pegawai bank.

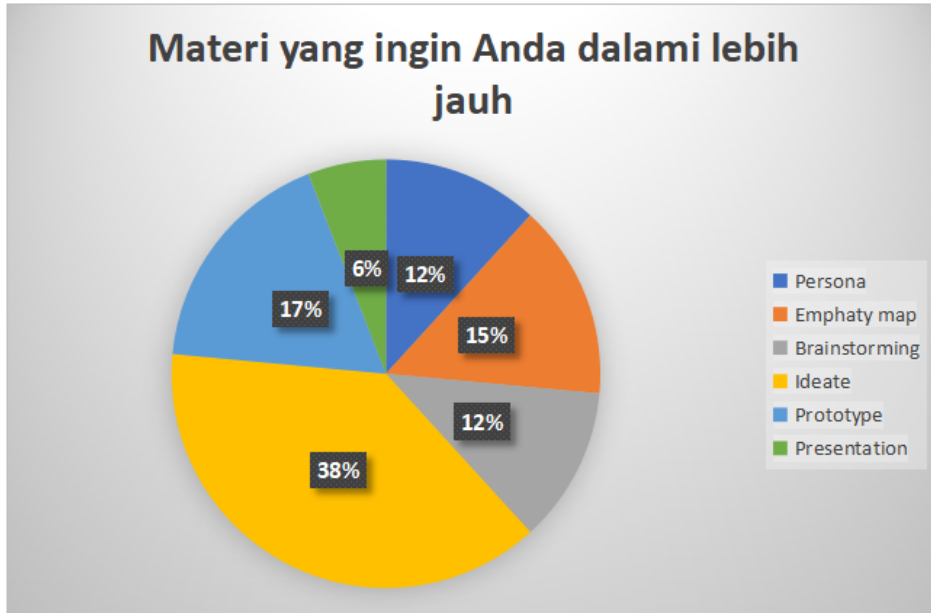
Data dari sampel dengan latar belakang ASN eselon III menunjukkan bahwa *Ideate* merupakan tahapan yang paling bermanfaat baik bagi pribadi maupun organisasi. *Empathize* memiliki manfaat yang hampir setara untuk pribadi maupun organisasi. Tahap *Prototype* dan *Test* hanya sedikit bermanfaat bagi organisasi tapi tidak bermanfaat bagi pribadi. Sedangkan tahap *Define* sedikit lebih bermanfaat untuk organisasi namun juga bermanfaat untuk pribadi. Secara umum, tahapan yang bermanfaat bagi pribadi sampel dengan latar belakang ASN eselon III adalah *Empathize*, *Define*, dan *Ideate*, sedangkan tahap *Prototyping* dan *Test* tidak bermanfaat untuk pribadi. Sedangkan semua tahapan dipandang bermanfaat untuk organisasi sampel.



Gambar 7. Tahapan *Design Thinking* yang bermanfaat bagi sampel dengan latar belakang ASN eselon III adalah *Empathize*, *Define*, dan *Ideate*.

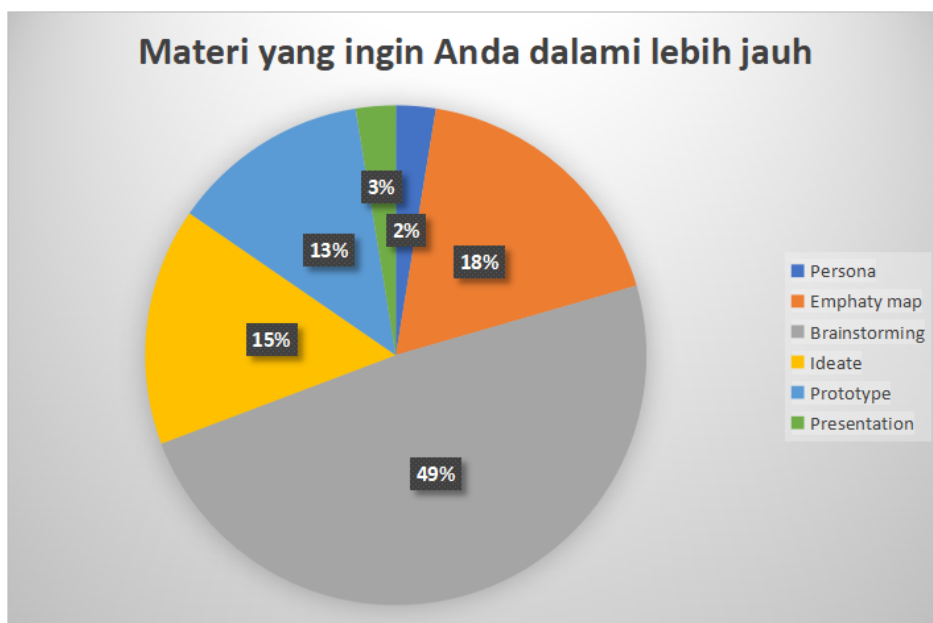
Minat terhadap pendalaman materi

Workshop *Design Thinking* hanya berdurasi delapan jam dalam satu hari, sehingga banyak peserta yang masih ingin mendalami materi-materi yang dilatihkan. Sampel dengan latar belakang pegawai bank ingin mendalami lebih jauh tentang materi Workshop *Design Thinking*, namun materi workshop yang paling banyak ingin didalami adalah *Ideate* (38%), berikutnya *Prototype* (17%), *Empathy map* (15%), *Persona* dan *Brainstorming* (12%), dan yang terakhir *Presentation* (6%).



Gambar 8. Tahapan *Design Thinking* yang ingin didalami lebih jauh oleh sampel dengan latar belakang pegawai bank.

Sampel dengan latar belakang ASN eselon III ingin mendalami lebih jauh tentang semua materi pada Workshop *Design Thinking*, namun materi workshop yang paling banyak ingin didalami lebih jauh adalah *Brainstorming* (49%), berikutnya *Empathy map* (18%), *Ideate* (15%), dan *Prototype* (13%), dan yang terakhir *Presentation* (3%) dan *Persona* (2%),

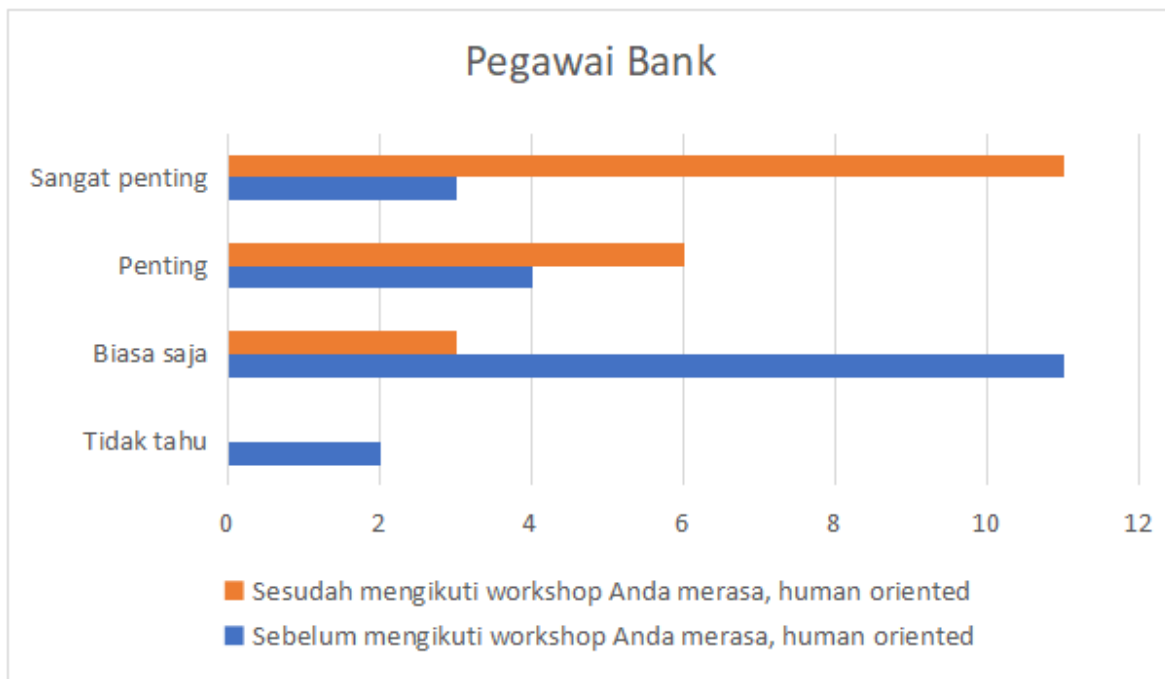


Gambar 9. Tahapan *Design Thinking* yang ingin didalami lebih jauh oleh sampel dengan latar belakang ASN eselon III.

Human Centered dan Collaboration

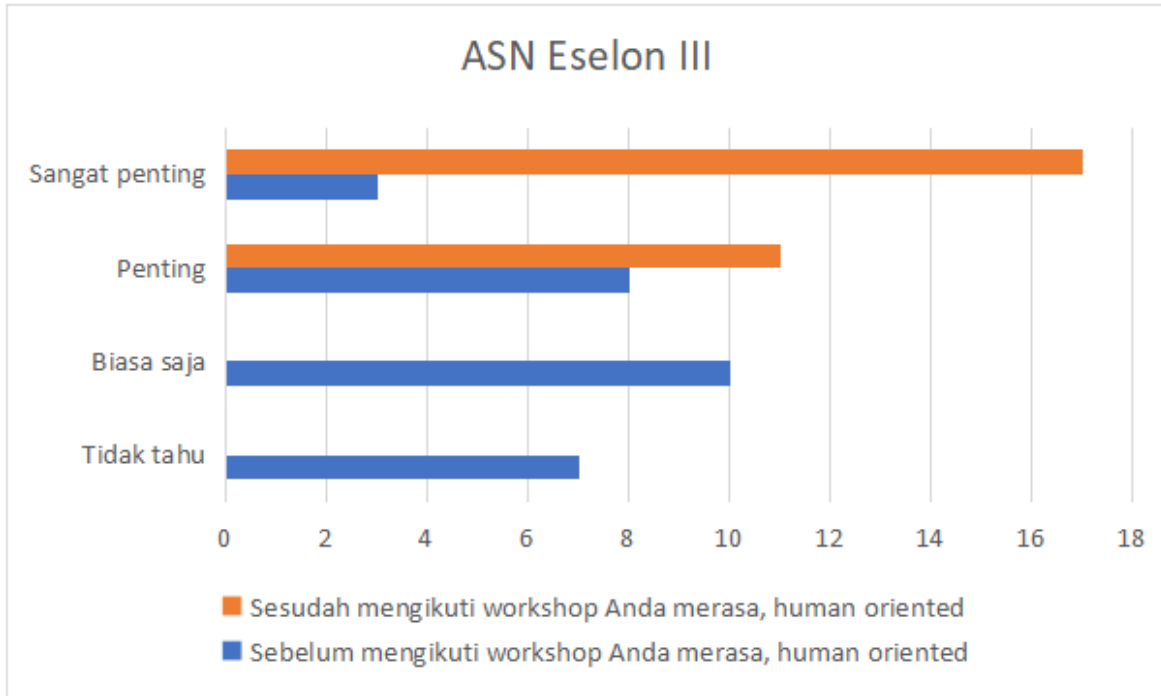
Human Centered dan *Collaboration* merupakan dua prinsip dalam metode *design thinking*.

Penelitian ini juga mengukur pemahaman peserta tentang prinsip *human centered* dan kolaborasi sebelum dan sesudah mengikuti Workshop *Design Thinking*. Data menunjukkan bahwa setelah mengikuti workshop, sampel dengan latar belakang pegawai bank merasa *human oriented* sangat penting dan penting, sedangkan sebelum mengikuti workshop mayoritas merasa bahwa *human centered* adalah biasa saja.



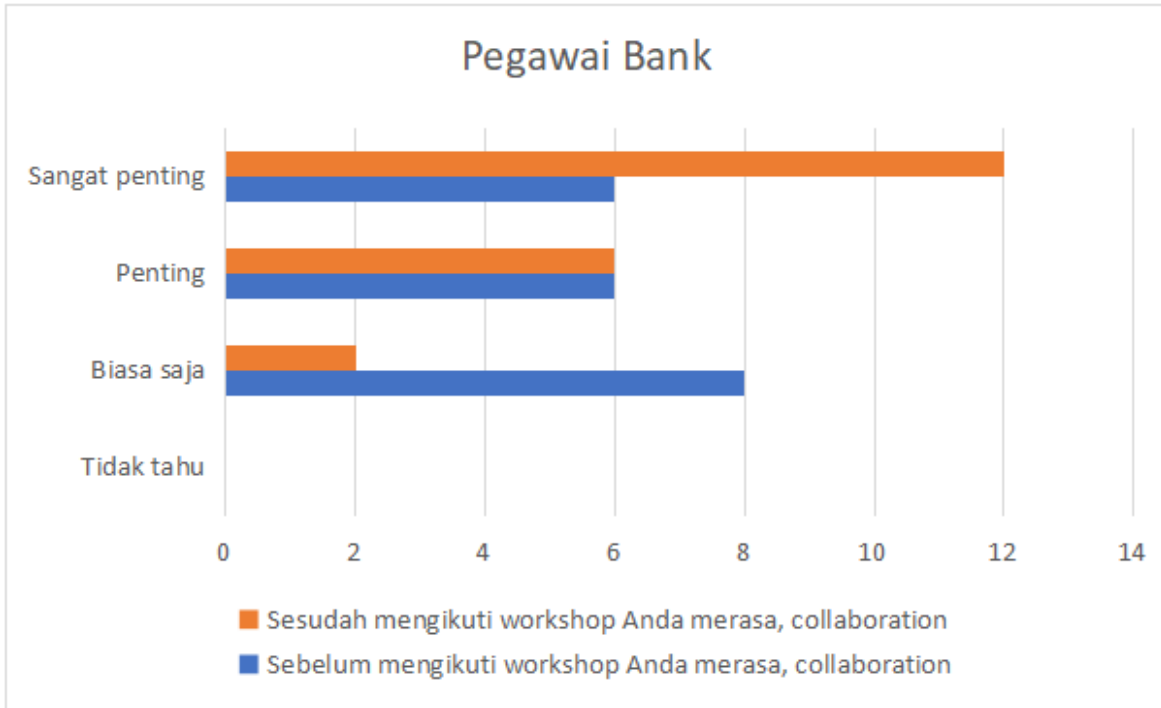
Gambar 10. Pandangan sampel dengan latar belakang pegawai bank terhadap *human centered* sebelum dan sesudah mengikuti Workshop *Design Thinking*.

Data dari sampel dengan latar belakang ASN eselon III menunjukkan bahwa setelah mengikuti workshop, sampel merasa *human oriented* sangat penting dan penting, sedangkan sebelum mengikuti workshop mayoritas merasa bahwa *human centered* adalah biasa saja dan tidak tahu.

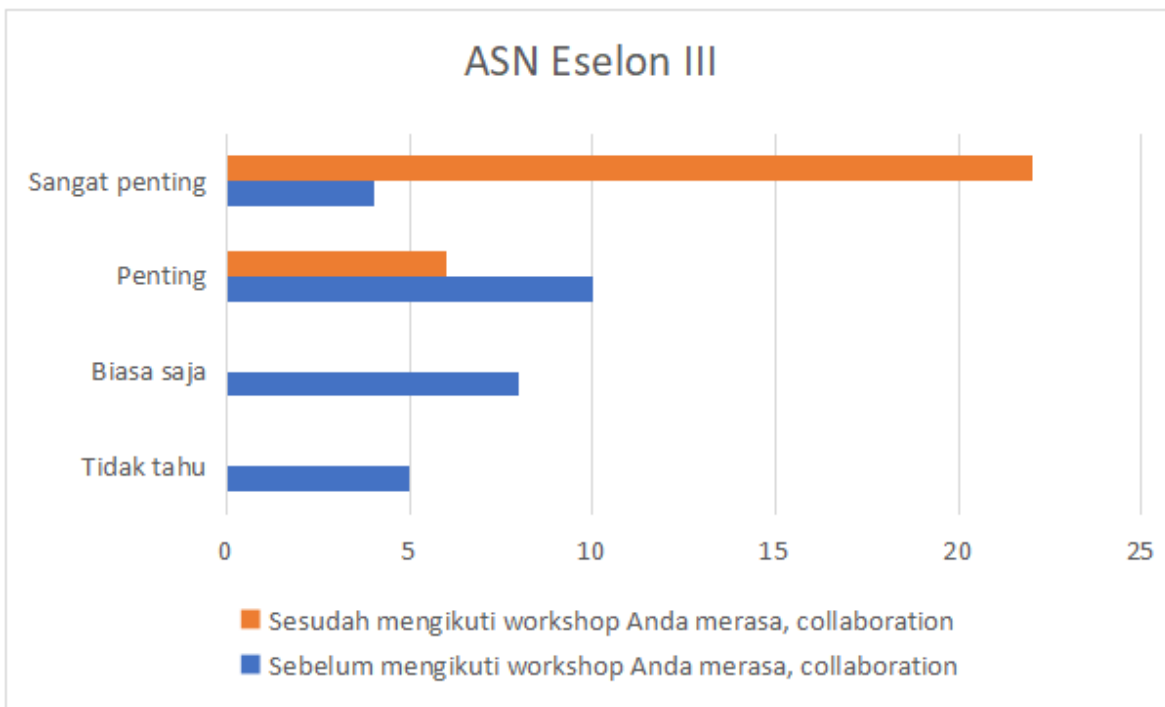


Gambar 11. Pandangan sampel dengan latar belakang ASN eselon III terhadap *human centered* sebelum dan sesudah mengikuti Workshop *Design Thinking*.

Sebelum mengikuti Workshop *Design Thinking*, sebagian sampel dengan latar belakang pegawai bank merasa *collaboration* sangat penting dan penting, sedangkan sebagian lagi merasa biasa saja. Tidak ada peserta yang merasa tidak mengetahui *collaboration*. Setelah mengikuti workshop, terjadi peningkatan signifikan dari jumlah sampel yang merasa bahwa *collaboration* sangat penting dan penurunan signifikan dari jumlah sampel yang merasa biasa saja. *Collaboration* bagi sampel dengan latar belakang ASN eselon III, sebelum mengikuti workshop menunjukkan pendapat yang beragam antara sangat penting, penting, biasa saja, dan tidak tahu. Setelah mengikuti workshop, mayoritas sampel merasa *collaboration* sangat penting dan tidak ada yang merasa bahwa *collaboration* biasa saja atau tidak tahu tentang *collaboration*.



Gambar 12. Pandangan sampel dengan latar belakang pegawai bank terhadap *collaboration* sebelum dan sesudah mengikuti *Workshop Design Thinking*.



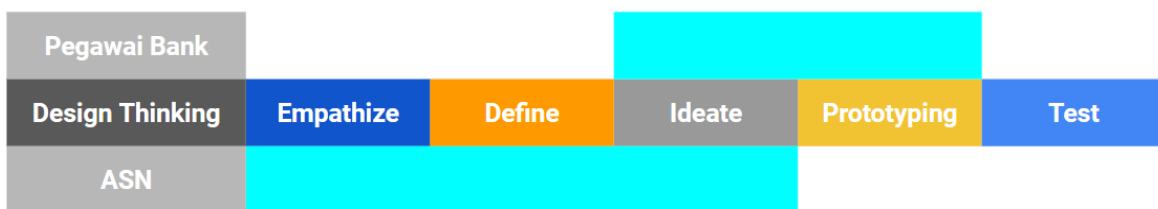
Gambar 13. Pandangan sampel dengan latar belakang ASN eselon III terhadap *collaboration* sebelum dan sesudah mengikuti *Workshop Design Thinking*.

5.2 DISKUSI

Data yang diperoleh dari 48 sample peserta Workshop *Design Thinking* menunjukkan pandangan peserta terhadap setiap tahapan atau bagian dari *design thinking* dan pengaruh workshop ini terhadap pandangan peserta akan pentingnya orientasi pada manusia (*human centered*) dan proses kolaborasi (*collaboration*). Data terbagi dari kelompok sampel, satu kelompok dengan latar belakang aparatur sipil negara (ASN) eselon III dan satu kelompok dengan latar belakang pegawai bank.

Metode *Design Thinking* memiliki lima bagian yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideation*, *Prototyping*, dan *Test*. Mayoritas peserta dengan latar belakang pegawai bank maupun ASN berpendapat bahwa *Ideate* merupakan kegiatan yang paling menarik. Pada tahap *Ideation* peserta melakukan *brainstorming*, mencari ide produk/ *service*/sistem inovatif yang dapat meningkatkan kualitas hidup *persona*. Perbedaannya, kegiatan yang juga menarik bagi peserta dengan latar belakang pegawai bank adalah *Prototyping* sedangkan ASN eselon III memilih *Empathize* dan *Define*. *Prototyping* adalah mengembangkan ide abstrak yang dihasilkan pada tahap *Ideate* menjadi lebih detail secara operasional dengan mempertimbangkan faktor penggunaannya. *Empathize* dan *Define* merupakan bagian dari *Inspiration* atau inspirasi yang merupakan tahap awal dari metode *Design Thinking*. Pada tahap *empathize*, peserta dilatih untuk berempati pada seseorang dan pada tahap *define* peserta berusaha mendalami keadaan dan perasaan orang tersebut untuk kemudian mengetahui hal apa yang dapat meningkatkan kualitas hidupnya.

Bagian *Design Thinking* paling menarik



Gambar 14. Bagian *Design Thinking* yang paling menarik

Bagian *Design Thinking* paling penting

| | | | | | |
|------------------------|------------------|---------------|-------------------|--------------------|-------------|
| Pegawai Bank | Pribadi | | Pribadi | Pribadi | |
| | Organisasi | Organisasi | Organisasi | Organisasi | Organisasi |
| Design Thinking | Empathize | Define | Ideate | Prototyping | Test |
| ASN | Pribadi | Pribadi | Pribadi | | |
| | Organisasi | Organisasi | Organisasi | Organisasi | Organisasi |

Gambar 15. Bagian *Design Thinking* yang paling penting

Workshop *Design Thinking* hanya berdurasi delapan jam dalam satu hari, sehingga banyak peserta yang masih ingin mendalami materi-materi yang dilatihkan. Mayoritas pegawai bank ingin mendalami lebih jauh tentang *Ideate*. Mayoritas ASN eselon III pun ingin mendalami *Ideate* khususnya *brainstorming*.

Ingin memperdalam *Design Thinking*

| | | | | | |
|------------------------|------------------|---------------|--------|--------------------|-------------|
| Pegawai Bank | | | | | |
| Design Thinking | Empathize | Define | Ideate | Prototyping | Test |
| ASN | | | | | |

Gambar 16. Bagian *Design Thinking* yang ingin diperdalam

Ada dua prinsip *Design Thinking* yang diutamakan pada workshop ini yaitu *human centered* dan *collaboration*. Setelah mengikuti workshop ini mayoritas peserta, baik pegawai bank maupun ASN eselon III berpendapat bahwa *human centered* dan *collaboration* sangat penting, padahal sebelumnya sebagian peserta merasa *human centered* dan *collaboration* adalah hal yang biasa. Ada pula peserta yang tidak mengetahui tentang kedua hal tersebut.

BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengevaluasi pandangan peserta Workshop *Design Thinking* terhadap pengalaman melakukan tahapan-tahapan atau bagian-bagian pada metode *design thinking* dan pengaruh workshop ini terhadap pandangan peserta tentang pentingnya orientasi pada manusia (*human centered*) dan proses kolaborasi (*collaboration*). Para peserta merupakan non-designer, berlatar belakang pegawai bank dan ASN eselon III.

Data menunjukkan bahwa kedua kelompok peserta memiliki ketertarikan terhadap bagian/tahapan *Design Thinking* yang berbeda. Pegawai bank lebih menyukai bagian *Ideation* (mencari ide dan solusi) sedangkan ASN eselon III lebih menyukai bagian *Inspiration* yang berfokus pada pendalaman persona melalui *empathy* dan *define*. Namun demikian kedua kelompok sepakat bahwa bagian *ideate* merupakan bagian yang penting bagi pribadinya maupun kelompok, dimana pada tahap ini para peserta diberi ruang untuk mencurahkan ide-ide kreatif secara kolaboratif. Kedua kelompok peserta ini juga memiliki ketertarikan untuk memperdalam bagian *ideate*. Temuan ini menunjukkan bahwa para peserta dengan latar belakang non-desainer memiliki minat untuk berpikir kreatif dan berinovasi.

Data juga menunjukkan bahwa mayoritas peserta berpendapat bahwa *human centered* dan *collaboration* sangat penting setelah mengikuti workshop ini, padahal sebelumnya sebagian peserta tidak mengetahui tentang *human centered* dan *collaboration* atau memandang keduanya adalah hal yang biasa. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman mengikuti Workshop *Design Thinking* mampu menggugah kesadaran akan pentingnya berorientasi pada manusia *human centered* dan berkolaborasi (*collaboration*).

Penelitian ini berpotensi untuk dikembangkan dengan menambah jumlah sampel dan mengambil sampel dengan latar belakang profesi, usia, jenis kelamin, demografi dan lainnya. Jumlah dan keragaman sampel akan memberikan informasi tentang pandangan non-desainer dengan beragam latar belakang terhadap pengalaman melakukan tahapan-tahapan atau bagian-bagian pada metode *design thinking* serta pengaruh workshop *Design Thinking* terhadap pentingnya orientasi pada manusia (*human centered*) dan proses kolaborasi (*collaboration*). Pandangan non-desainer dengan beragam latar belakang terhadap *Design Thinking* dapat menjadi dasar bagi pendekatan dan pengembangan metode *Design Thinking* untuk masing-masing latar belakang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bødker, S., Ehn, P., Sjögren, D., & Sundblad, Y. (2000, October). Co-operative Design — perspectives on 20 years with ‘the Scandinavian IT Design Model’. *Proceedings of NordiCHI 2000*. CID, Centre for User Oriented IT Design Nada, Dept. Computing Science KTH, Royal Institute of Technology. <http://cid.nada.kth.se>
- Buchanan, R. (1992, Spring). Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, 8(2), 5-21. JSTOR. 10.2307/1511637
- Cross, N. (2001, Summer). Designerly Ways of Knowing: Design Discipline versus Design Science. *Design Issues*, 17(3), Designerly Ways of Knowing: Design Discipline versus Design Science. <https://www.jstor.org/stable/1511801>
- Friis, R., & Yu, T. (2022, May 20). *The History of Design Thinking | IxDF*. Interaction Design Foundation. Retrieved June 13, 2023, from <https://www.interaction-design.org/literature/article/design-thinking-get-a-quick-overview-of-the-history>
- Georgiev, G. V. (2012). Design Thinking: An Overview. デザイン学研究特集号 / デザイン思考 *Design Thinking Special Issue of Japanese Society for the Science of Design*, Vol.20-1(No.77), 72-79.
- IDEO. (n.d.). *History | IDEO | Design Thinking*. IDEO Design Thinking. Retrieved June 13, 2023, from <https://designthinking.ideo.com/history>
- Lawson, B. (1980). *How Designers Think*. Routledge. 10.4324/9780080454979
- Lonngren, J., & Poeck, K. v. (2020, December 20). Wicked problems: a mapping review of the literature. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 28(No. 6), 481-502. 10.1080/13504509.2020.1859415
- Szczepanska, J. (2017, January 3). *Design thinking origin story plus some of the people who made it all happen*. Jo Szczepanska. Retrieved June 13, 2023, from <https://szczepansks.medium.com/design-thinking-where-it-came-from-and-the-type-of-people-who-made-it-all-happen-dc3a05411e53>

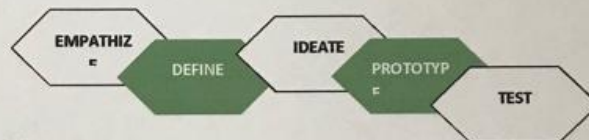
LAMPIRAN 1
Kuesioner Penelitian

Design Thinking Workshop
Feedback

| | | |
|--------------------------------------|---|-----------------------|
| Nomor Kuesioner | : | (diisi oleh peneliti) |
| Profesi | : | |
| Bidang pekerjaan | : | |
| Usia | : | |
| Jenis Kelamin | : | L / P |
| Harapan dalam mengikuti kegiatan ini | : | |

Terima kasih telah mengikuti *Workshop Design Thinking* ini dan mohon meluangkan waktu untuk memberikan masukan bagi kami (Berikan tanda cek jawaban yang cocok)

1. Tahapan mana dalam kegiatan ini yang paling menarik dan paling memberi kesan tersendiri (boleh pilih satu atau dua)



Sebabnya,

2. Tahapan mana yang paling sulit (boleh pilih satu atau dua)



3. Tahapan mana yang paling bermanfaat Anda pribadi (boleh pilih satu atau dua)



4. Tahapan mana yang paling bermanfaat bagi organisasi kerja Anda (boleh pilih satu atau dua)



5. Materi yang ingin Anda dalami lebih jauh

| | | |
|--------------------|----------------------|---------------------|
| <i>Persona</i> | <i>Brainstorming</i> | <i>Prototyping</i> |
| <i>Empathy map</i> | <i>Ideation</i> | <i>Presentation</i> |

6. Sebelum mengikuti workshop Anda merasa,

| | Tidak tahu | Biasa saja | Penting | Sangat penting |
|-----------------------|------------|------------|---------|----------------|
| <i>Human oriented</i> | | | | |
| <i>Collaboration</i> | | | | |

7. Sesudah mengikuti workshop Anda merasa,

| | Tidak tahu | Biasa saja | Penting | Sangat penting |
|-----------------------|------------|------------|---------|----------------|
| <i>Human oriented</i> | | | | |
| <i>Collaboration</i> | | | | |

8. Kesan Anda terhadap kelompok dalam berkolaborasi

9. Kendala yang Anda hadapi dalam menjalankan tahapan workshop ini

10. Masukkan Anda tentang workshop ini