

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Penulis melakukan penelitian menggunakan metode *hybrid (mixed methods)* dalam pencarian untuk mendukung perancangan. Menurut Creswell dan Creswell (2018) Penggabungan atau *mixed methods*, bisa dikatakan, memberikan pemahaman yang lebih kuat terhadap masalah atau pertanyaan daripada jika hanya menggunakan satu metode saja. Penelitian metode gabungan, oleh karena itu, sebenarnya adalah "menggali" basis data lebih lanjut dengan mengintegrasikannya. Ide ini merupakan inti dari metodologi baru yang disebut "penelitian metode gabungan."

3.1.1 Metode Kualitatif

Menurut Sugiyono (2011), kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memeriksa situasi alamiah objek, di mana peneliti berfungsi sebagai instrumen utama. Perbedaan dari penelitian kuantitatif adalah bahwa pendekatan ini dimulai dari data, menggunakan teori yang sudah ada untuk memberikan penjelasan, dan berakhir dengan pengembangan suatu teori.

3.1.1.1 Interview

1) *Interview Kepada Tattoo Artist Pertama*

Penulis melakukan *interview* pertama dengan Julius Prayitno, yang sudah bekerja sebagai seniman tato dan mendirikan Anomali Tattoo Studio selama lebih dari 12 tahun hingga sekarang. Penulis melakukan *interview* pada tanggal 24 Februari 2024 di Anomali Tattoo Studio yang berlokasi di Gading Serpong. Maksud dari wawancara ini adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam dan pandangan dari seorang ahli di bidangnya mengenai standar frekuensi

penyesalan yang dialami oleh individu yang telah membuat tato.



Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara Secara Langsung bersama Julius Prayitno

Dari hasil interview yang telah dilakukan, menurut beliau persiapan dan wawasan yang perlu diketahui sebelum membuat tato sangat penting dikarenakan karakteristik tato yang bersifat permanen dan seumur hidup sehingga harus dipertimbangkan dengan baik. Beliau mengatakan bahwa sebaiknya para calon client ingin bertato tidak hanya beralasan sekedar *fashion* saja. Tetapi, lebih mempertimbangkan arti dan fungsi dari tato yang ingin dibuat. Beliau juga mengatakan dalam waktu 3 tahun terakhir masih terdapat individu yang menyesal dengan tato lamanya, kecewa dengan hasil tatonya.

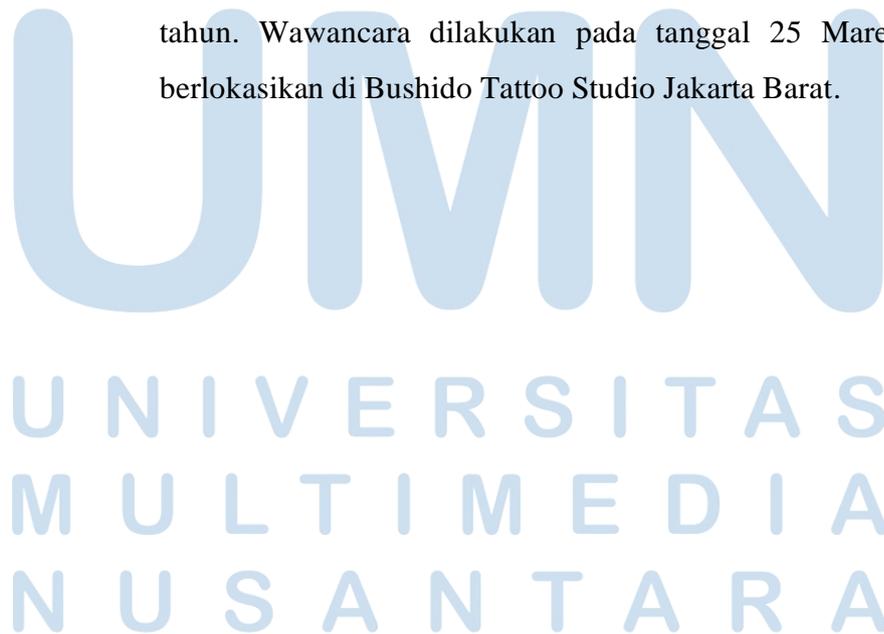
Menurut beliau alangkah baiknya bila para individu yang ingin bertato ini melakukan konsultasi terlebih dahulu dengan seniman tatonya dan melihat terlebih dahulu hasil dari karya tato senimannya. Para individu yang ingin bertato sebaiknya tidak mudah tergiur dengan harga-harga murah tato yang ditawarkan oleh beberapa studio dan lebih mempertimbangkan terlebih dahulu dengan melihat kredibilitas seniman dan

studionya, Beliau mengatakan bahwa masih banyak individu yang kekurangan wawasan dan informasi mengenai perawatan dan pantangan yang harus diperhatikan sebelum membuat tato dikarenakan standard dan prosedur studio tato yang berbeda-beda. Namun, beberapa informasi umum masih memiliki kesamaan di setiap studio.

Beliau berkata bahwa bila dengan adanya media informasi yang memberikan wawasan dan panduan mengenai tahapan sebelum membuat tato itu penting sehingga dapat menjadi persiapan awal untuk para individu yang ingin bertato, terutama yang baru pertama kali ingin bertato yang kemudian bisa dilanjutkan dan diyakinkan melalui konsultasi kepada seniman tatonya.

2) Interview Kepada Tattoo Artist Kedua

Penulis melanjutkan melakukan *interview* ke seniman yang berbeda di studio tato yang berbeda. Penulis melanjutkan melakukan wawancara dengan Vivi Angelina, seorang seniman tato dengan pengalaman lebih dari 7 atau 8 tahun. Wawancara dilakukan pada tanggal 25 Maret 2024 berlokasi di Bushido Tattoo Studio Jakarta Barat.





Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara Secara Langsung Bersama Vivi Angelina

Beliau menjelaskan bahwa awalnya belajar tato di Pluit dan kemudian membuka studio sendiri bernama Viv Tattoo. Setelah masa sepi akibat Covid-19, ia bergabung dengan studio lain sebelum akhirnya membuka kembali studio sendiri yang sudah berjalan selama 8 bulan dengan total 3 seniman tato.

Beliau menyatakan bahwa ia baru-baru ini mendalami style tato seperti Chinese painting brush dan watercolor selama sekitar 2 tahun, namun ia menyukai berbagai style tato tergantung pada keinginan klien. Menurut Beliau, banyak orang yang tertarik untuk ditato karena ingin terlihat lebih keren dan percaya diri.

Terkait tren dalam industri tato, beliau menjelaskan bahwa ada beragam style yang sedang populer, termasuk Japanese Irezumi, Chinese painting, brush style, old school, new school, fine line, tribal, biomechanic, realis, semirealis, hyperealis, dan Polynesian.

Dalam perspektif seorang seniman tato, Beliau menekankan pentingnya pertimbangan yang matang sebelum membuat tato. Ia menyarankan klien untuk mempertimbangkan style tato yang diinginkan dan mencari tattoo artist yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Beliau juga memperingatkan tentang risiko hasil yang tidak memuaskan jika keputusan dibuat secara impulsif.

Beliau juga mengungkapkan bahwa cukup sering ia bertemu dengan orang-orang yang menyesal setelah ditato di tempat lain, dan mereka datang untuk memperbaiki atau menutupi tato tersebut. Frekuensi ini mencapai sekitar 2 atau 3 orang dalam seminggu.

Terakhir, Beliau berbagi tips untuk calon klien yang ingin ditato, yaitu untuk mempertimbangkan dengan matang style yang diinginkan dan mencari tattoo artist yang sesuai. Ia juga menyarankan adanya media informasi seperti website atau aplikasi yang dapat memberikan edukasi kepada klien dan memudahkan tattoo artist dalam menjelaskan proses dan harga tato kepada klien.

3) Interview Kepada Tattoo Artist Ketiga

Penulis melanjutkan melakukan *Interview* kepada seniman tato bernama Rio Ferdinand, seorang seniman tato yang baru memulai karirnya pada tahun 2020 setelah sebelumnya berkecimpung dalam dunia desain sejak 2006. Penulis melakukan *interview* ketiga pada tanggal 1 April 2024 di studio Sixty Two Ink yang berlokasi di Karawaci Tangerang. penulis mencoba mendapatkan wawasan tentang motivasi beliau memasuki dunia tato, alasan orang-orang

tertarik untuk membuat tato, serta pentingnya pertimbangan sebelum membuat tato.



Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara Secara Langsung Bersama Rio Ferdinand

beliau menjelaskan bahwa banyak klien datang untuk membuat tato dengan berbagai alasan, seperti untuk fashion, memperingati momen penting, atau bahkan sebagai bentuk self-healing. beliau menekankan pentingnya komitmen dan pertimbangan sebelum membuat tato, serta menghindari promosi yang terlalu agresif agar klien tidak menyesal di kemudian hari.

Beliau juga mengungkapkan bahwa meskipun jumlah orang yang ingin membuat tato meningkat, tetapi juga cukup sering ia bertemu dengan klien yang menyesal dengan tato yang telah mereka buat. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya pertimbangan sebelum membuat tato atau pemilihan seniman tato yang kurang berkualitas.

Dalam perspektif beliau, sertifikasi untuk seniman tato dapat menjadi langkah yang baik untuk meningkatkan kualitas

dan kepercayaan diri dalam industri tato. Selain itu, ia berpendapat bahwa adanya media informasi seperti *website* atau aplikasi yang menyediakan informasi tentang tato dapat membantu calon klien untuk lebih siap sebelum membuat tato. Namun, beliau juga menyoroti pentingnya media tersebut bersifat netral dan tidak memihak kepada studio tato tertentu.

Beliau juga berbagi keinginan untuk adanya fitur *schedule* dalam media informasi tato, sehingga calon klien dapat melihat ketersediaan seniman tato dan langsung melakukan *booking appointment*. Kendala yang dialami dalam konsultasi dengan klien umumnya terkait dengan proses administrasi, seperti pengisian *consent form*.

3.1.1.2 Focus Group Discussion

FGD dilakukan terhadap 6 individu yaitu: Stevanny, Claudia, Natali, Elizabeth, Jason, dan Megan dengan latar belakang 1 individu belum bertato, tetapi ingin bertato, 2 peserta sudah bertato dan tidak menyesal, 3 peserta menyesal dengan salah satu tato yang dimiliki, dan 2 peserta yang sudah bekerja selama tiga hingga lima tahun bekerja sebagai seniman tato. FGD dilakukan untuk mendapatkan data dan sudut pandang mengenai persiapan yang perlu diketahui sebelum membuat tato. FGD dilakukan pada tanggal 26 Februari 2024 melalui *Zoom*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.4 Dokumentasi *Focus Group Discussion* via Zoom

Ketika membahas alasan mengapa individu ingin ditato, para peserta berpendapat bahwa mereka ingin bertato karena tawaran, ajakan, suka ditato, dan impulsif. Sedangkan satu peserta belum bertato lebih mempertimbangkan dikarenakan takut akan penyesalan di kemudian hari.

Para peserta beranggapan bahwa penyesalan ditato disebabkan karena tidak adanya pertimbangan yang panjang dan tidak melakukan riset terlebih dahulu di momen mereka ingin membuat tato. Takut akan tertinggal tren juga menjadi salah satu faktor seseorang ingin mendapatkan tato dikarenakan teman-temannya yang sudah bertato menurut salah satu pendapat peserta.

Dua peserta seniman tato menceritakan bahwa mereka sering menemukan client yang datang berkonsultasi ingin menutup tato lama karena menyesal dengan tato lamanya, baik orangtua hingga anak muda yang ingin menimpa tato lamanya. Peserta seniman tato pertama menceritakan setidaknya ada 2-3 individu dalam 3 minggu yang datang bertanya dengan tato lamanya yang disesali, dari tato yang berukuran besar hingga yang berukuran kecil yang mereka sesali. Kedua peserta seniman tato lainnya beranggapan bahwa akan cukup sulit untuk menutup tato lama yang berukuran besar karena harus ditutup dengan tato yang besar juga. Setidaknya ada 3-4 individu

dalam kurun waktu 3 minggu yang datang ke studionya meminta tato lamanya ditutup dengan yang baru.

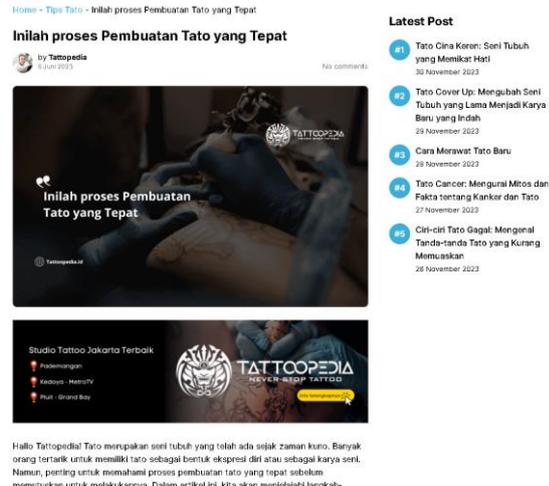
Para peserta setuju bahwa sebaiknya media informasi yang sudah beredar lebih baik dibantu dengan visual yang menjelaskan ketimbang teks yang banyak sehingga membuat audiens malas untuk membaca. Juga para peserta berpendapat sebaiknya terdapat satu media informasi yang dinaungi oleh satu studio profesional atau organisasi yang sudah jelas dan mewakili semua industri tato di Indonesia untuk meyakinkan tiap individu yang ingin membuat tato dapat lebih yakin dan membuat keputusan yang matang saat ingin membuat tato.

3.1.1.3 Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting yang berguna untuk mencari dan menganalisa desain media informasi serupa yang sudah beredar. Studi eksisting dapat membantu penulis menemukan titik kurang dan baiknya dari media tersebut guna membantu proses perancangan media yang dilakukan penulis.

a. *Tattoopedia*

Salah satu studio tato mengeluarkan satu media informasi berupa artikel *website* yang menjelaskan apa yang harus diketahui dan dilakukan sebelum membuat tato dengan berjudul “Inilah Proses Pembuatan Tato yang Tepat”. Media informasi ini ditujukan agar audiens mengetahui Langkah yang perlu dilakukan untuk mendapatkan tato yang aman dan hasil yang memuaskan (Tattoopedia, 2023).



Gambar 3. Website Informasi Tato Tattopedia

Sumber: Tattopedia.id

Media informasi ini beredar dan diinformasikan kepada calon individu yang ingin ditato dan dinaungi oleh studio tato yang sudah banyak dikenal kredibilitasnya.

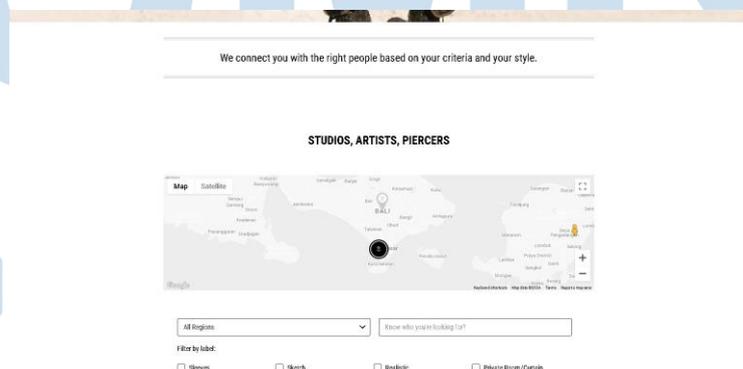
Tabel 3.1 Analisis SWOT terhadap Website Tatopedia

Strength	Weakness
<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi yang disajikan sudah sangat jelas dan lengkap 2. Bersumber dari studio tato berkredibel 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya visual pembantu 2. Susunan paragraf teks yang terlalu banyak.
Opportunity	Threats
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain mobile friendly, website dapat meningkatkan peringkat di mesin pencari. 2. Mengadopsi tren desain baru seperti microinteractions, atau desain minimalis bisa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya website lain yang menawarkan desain visual menarik, karena pengunjung memiliki banyak pilihan dan bisa dengan mudah berpindah ke situs lain yang lebih menarik.

<p>memberikan tampilan yang segar dan modern, lebih menarik banyak pengunjung.</p> <p>3. Penggunaan berbasis data seperti menganalisis data pengguna dan umpan balik dapat terus disesuaikan dan ditingkatkan memenuhi kebutuhan pengguna dengan lebih baik.</p>	<p>2. Tidak adanya ulasan atau engagement dengan pengunjung dapat mempengaruhi ketertarikan pengunjung.</p>
--	---

b. Tattlas

Tattlas adalah website yang membantu individu yang ingin mendapatkan tato untuk mencari studio dan seniman tato yang sesuai dengan tato yang mereka inginkan. Tidak hanya menampilkan studio atau seniman tato. Tattlas juga membantu mencari individu yang ingin membuat *body piercing*, *dreadlocks*, dan *makeup* permanen. Tattlas hanya memusatkan pencarian studio-studio yang berlokasi di Bali.



Gambar 3.6 Website Informasi Tato Tattlas

Sumber: Tattlas.com

Tabel 3.1 Analisis SWOT terhadap *Website Tattlas*

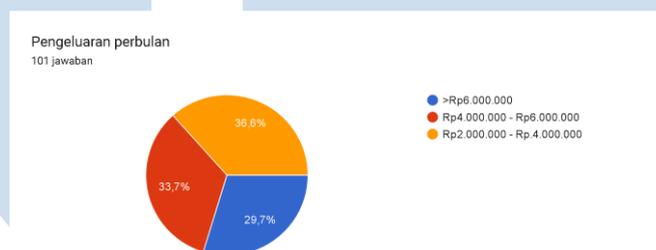
Strength	Weakness
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat fitur map pada website yang menampilkan lokasi studio tato untuk memudahkan user. 2. Memunculkan portofolio tiap studio beserta senimannya. 3. Memanfaatkan komunitas di area Bali sebagai forum dan tempat berdiskusi antara seniman tato dan customernya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visual guideline yang kurang jelas. 2. Pemanfaatan white space pada website kurang baik.
Opportunity	Threats
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat mengintegrasikan platform sosial media ke dalam <i>website</i> untuk mempromosikan karya artis tato dan acara dapat meningkatkan visibilitas. 2. Dengan menyediakan konten edukasi dan tutorial tentang tren terbaru, <i>website</i> dapat menarik lebih banyak pengunjung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preferensi desain dan tren yang bisa berubah sewaktu-waktu. Desain yang dianggap menarik saat ini mungkin tidak relevan lagi di masa depan, sehingga diperlukan penyesuaian desain yang berkelanjutan untuk masa mendatang.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif merupakan pendekatan pengumpulan data yang memeriksa keterkaitan antar variabel. Peneliti memperoleh data kuantitatif dengan mendistribusikan kuesioner secara online.

3.1.2.1 Kuesioner

Penulis memperoleh data kuantitatif melalui penyebaran kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui *awareness* dan wawasan target audience mengenai tato beserta resikonya. Penulis menggunakan metode *quota sampling*.



Gambar 3.7 Kuesioner Mengenai Tingkat Pengeluaran Responden

Dari hasil kuesioner yang didapatkan, mayoritas responden berusia 18 hingga 25 tahun berdomisili di Jabodetabek, dengan pengeluaran dari Rp 4.000.000 hingga Rp 6.000.000 keatas perbulan.

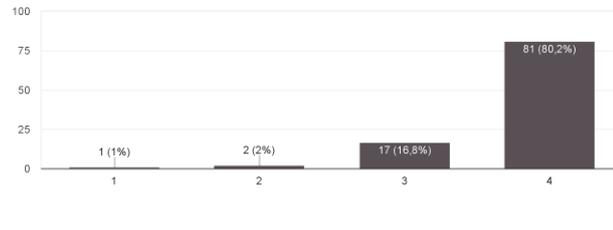


Gambar 3.8 Kuesioner Mengenai Tingkat Penyesalan Orang Bertato

42,6% responden memiliki salah satu tatonya yang disesali, diikuti dengan alasan kurangnya persiapan, terburu-buru, eksekusi desain yang kurang dan *placement* atau tata letak tato yang salah.

Saya percaya, bahwa dibutuhkan pertimbangan yang sangat matang dalam membuat keputusan sebelum membuat tato.

101 jawaban

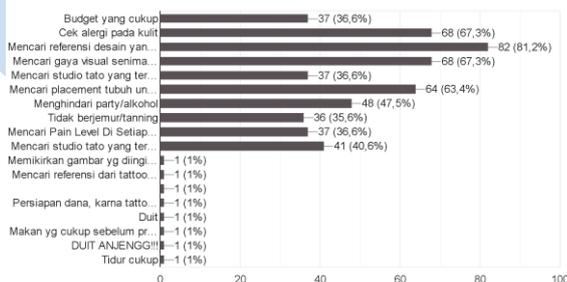


Gambar 3.9 Kuesioner Pertimbangan Membuat Tato

80,2% responden setuju bahwa pertimbangan yang sangat matang dibutuhkan sebelum membuat tato, dalam melakukan persiapan sebelum membuat tato.

Menurut kamu apa saja yang harus dipersiapkan dan dilakukan sebelum membuat tato? Pilih Minimal 3

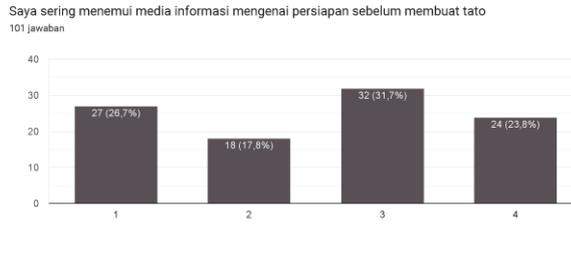
101 jawaban



Gambar 3.10 Kuesioner Pilihan Persiapan Sebelum Membuat Tato

81,2% responden cenderung memilih mencari referensi desain terlebih dahulu sebelum membuat tato, 67,2% responden mengecek alergi pada kulit terlebih dahulu dan mencari gaya visual seniman yang sesuai, dan 63,4% mencari placement tubuh untuk tato yang akan dibuat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.11 Kuesioner Tingkat Penemuan Media Informasi Tato

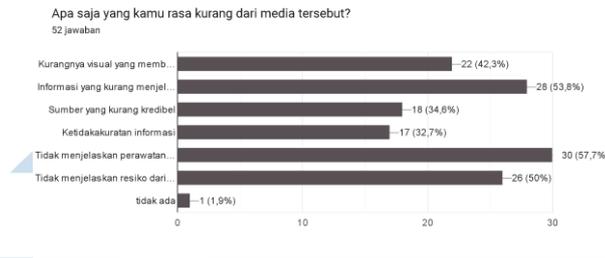
26,7% dan 17,8% responden tidak pernah menemukan media informasi yang membahas persiapan sebelum membuat tato, dan 31,7% sesekali menemukan media informasi mengenai persiapan tato.



Gambar 3.12 Kuesioner Tingkat Kepentingan Media Informasi Tato

76,2% responden percaya, dengan adanya media informasi mengenai persiapan tato dapat membantu dan meyakinkan individu untuk membuat Keputusan yang baik sebelum membuat, diikuti dengan 87,1% responden mengatakan sering menggunakan sosial media untuk mencari informasi mengenai persiapan sebelum membuat tato bila ingin membuat tato, dan 51,5% memilih *website* untuk mencari informasi mengenai persiapan sebelum membuat tato.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.13 Kuesioner Kekurangan Pada Media Informasi Tato

Lalu penulis menanyakan kepada responden apa saja yang dirasa kurang dari media yang digunakan, 57,7% responden menjawab bahwa media yang digunakan tidak menjelaskan perawatan yang harus dilakukan setelah mendapatkan tato, 50% mengatakan tidak adanya penjelasan resiko dari mendapatkan tato dan 53,8% mengatakan informasi yang didapatkan kurang menjelaskan.

3.1.2.2 Kesimpulan

Berdasarkan data kuesioner yang sudah dikumpulkan dari usia 18-25 tahun dan berdomisili di Jabodetabek dengan pengeluaran perbulan dari Rp 4.000.000 hingga Rp 6.000.000 juta keatas. Sebagian besar dari responden menganggap bahwa persiapan dan pertimbangan sebelum mendapatkan tato itu penting, namun masih ada dari mereka yang memiliki tato yang disesali. Alasan dari mereka yang menyesal dikarenakan kurangnya persiapan di awal mereka mendapatkan tato.

3.2 Metodologi Perancangan

Metode perancangan yang digunakan penulis adalah *design thinking* dan *human centered design* dalam langkah membantu proses perancangan mobile website layanan informasi tato.

3.2.1 Design Thinking

Metode perancangan yang akan digunakan penulis dalam perancangan mobile website layanan informasi mengenai tato kulit

mengacu pada buku *An Introduction to Design Thinking Process Guide* oleh Standford d.school. Berdasarkan teori yang diambil dari dalam buku, terdapat lima tahapan perancangan akan dibagi menjadi lima tahapan yaitu:

1. *Emphatize*

Emphatize menjadi inti dari proses desain yang berorientasi pada manusia. *Emphatize* merupakan langkah yang penulis jalankan untuk memahami individu, dalam konteks tantangan desain yang penulis hadapi. Ini mencakup usaha penulis untuk memahami cara mereka berperilaku dan alasan di baliknya, kebutuhan fisik dan emosional mereka, cara mereka memandang dunia, serta apa yang memiliki makna bagi mereka.

2. *Define*

Define adalah tentang memberikan kejelasan dan fokus pada ruang desain. Ini merupakan kesempatan dan tanggung jawab penulis sebagai pemikir desain untuk menetapkan tantangan yang penulis hadapi, berdasarkan pengetahuan yang penulis peroleh tentang pengguna dan konteksnya. Setelah memperoleh pemahaman mendalam dalam subjek tersebut dan mendapatkan empati yang berharga untuk orang yang penulis desain, tahap ini berkaitan dengan memberikan makna dari beragam informasi yang telah penulis kumpulkan.

Tujuan dari *define* adalah merumuskan pernyataan masalah yang bermakna dan dapat dilaksanakan yang biasa disebut sebagai sudut pandang. Pernyataan ini harus menjadi panduan yang berfokus pada wawasan dan kebutuhan pengguna tertentu, atau karakter gabungan. Wawasan tidak selalu muncul secara instan; sebaliknya, mereka timbul dari proses pengumpulan informasi untuk menemukan keterhubungan dan pola.

3. Ideate

Ideate merupakan fase dalam proses desain di mana perhatian penulis tertuju pada pembuatan ide. Secara mental, ini merupakan proses "menyebarkan" gagasan dan hasil. *Ideate* memberikan dorongan serta materi dasar untuk merancang prototipe dan menerapkan solusi inovatif ke pengguna.

4. Prototype

Prototype adalah langkah dalam proses desain di mana penulis membuat artefak secara berulang dengan tujuan menjawab pertanyaan yang membantu mendekati penulis pada solusi akhir. Pada awal proyek, pertanyaan yang disampaikan bersifat umum. Baik prototipe maupun pertanyaan penulis dapat menjadi lebih terperinci. Sebagai contoh, penulis membuat prototipe tahap akhir untuk proyek memasak yang bertujuan untuk mengetahui.

5. Test

Uji *testing* adalah ketika penulis meminta umpan balik dari pengguna tentang prototipe yang telah penulis buat, dan ini memberikan kesempatan lain bagi penulis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang orang-orang yang penulis tuju. Melalui pengujian, penulis memiliki kesempatan baru untuk memahami pengguna penulis, tetapi dalam tahap ini, penulis telah lebih banyak merumuskan masalah dan membuat prototipe untuk diuji. Kedua hal ini membantu memfokuskan interaksi dengan pengguna, tetapi penting untuk tidak hanya bertanya apakah mereka menyukai solusi penulis. Sebaliknya, teruskan bertanya "Mengapa?" dan fokus pada apa yang bisa penulis pelajari tentang pengguna, masalah yang dihadapi, serta potensi solusi penulis untuk mengembangkan kembali.

3.2.2 *Human Centered Design*

Human Centered Design berfokus pada manusia memberikan peluang bagi penyelesaian masalah dari berbagai kalangan untuk merancang bersama komunitas, memahami secara mendalam orang-orang yang mereka tuju, merancang banyak ide, dan menciptakan solusi inovatif yang berakar pada kebutuhan nyata masyarakat. Menurut *IDEO* (2015), terdapat tiga tahap penting dalam teknik pemecahan masalah *Human Centered Design* yaitu:

1. *Inspiration*

Pada tahap *inspiration* melibatkan pembelajaran secara dinamis, membuka diri terhadap kemungkinan-kemungkinan kreatif, dan meyakini bahwa selama peneliti tetap terhubung dengan keinginan komunitas yang dilibatkan, ide-ide akan berkembang menjadi solusi yang tepat. Membentuk tim, memahami dengan baik tantangan yang dihadapi, dan berkomunikasi dengan beragam individu.

Dalam prosesnya terdapat metode-metode yang umum digunakan oleh desainer yaitu: *Frame Your Design Challenge, Create a Project Plan, Build a Team, Recruiting Tools, Secondary Research, Interview, Group Interview, Expert Interview, Define Your Audience, Conversation Starters, Extremes and Mainstreams, Immersion, Analogous Inspiration, Card Sort, Peers Observing Peers, Collage, Guided Tour, Draw It, dan Resource Flow.*

2. *Ideation*

Pada fase Ideasi, penulis akan berbagi apa yang telah dipelajari, merangkum sejumlah besar data, dan mengidentifikasi peluang untuk desain. Penulis akan menghasilkan banyak ide, beberapa di antaranya akan dipertahankan, dan yang lainnya akan dibuang.

Dalam tahap ini terdapat metode-metode yang juga umum digunakan seperti: *Download Your Learnings, Share Inspiring Stories, Top Five, Find Themes, Create Insight Statements, Explore Your Hunch, How Might We, Create Frameworks, Brainstorm, Brainstorm Rules, Bundle Ideas, Get Visual, Mash-Ups, Design Principles, Create a Concept, Co-Creation Session, Gut Check, Determine What to Prototype, Storyboard, Role Playing, Rapid Prototyping, Business Model Canvas, Get Feedback, Integrate Feedback and Iterate*

Penulis akan membuat ide-ide tersebut lebih konkret dengan membuat prototipe kasar, lalu akan membagikannya kepada orang-orang dari yang telah dipelajari untuk mendapatkan umpan balik. Penulis akan terus mengulang, menyempurnakan, dan membangun hingga siap untuk menghadirkan solusi ke dunia.

3. Implementation

Dalam fase Implementasi, penulis akan mengaktualisasikan solusi dan memasarkannya. Penulis akan membentuk kemitraan, menyempurnakan model bisnis, menguji ide, dan akhirnya memperkenalkannya. Dan penulis akan yakin bahwa solusi tersebut akan sukses karena selama proses tersebut, penulis tetap menjadikan orang-orang yang ingin dilayani sebagai fokus utama.

Beberapa metode yang umum digunakan adalah: *Live Prototyping, Roadmap, Resource Assesment, Build Partnerships, Ways to Grow Framework, Staff Your Project, Funding Strategy, Pilot, Define Success, Keep Iterating, Create a Pitch, Sustainable Revenue, Monitor and Evaluate, Keep Getting Feedback.*