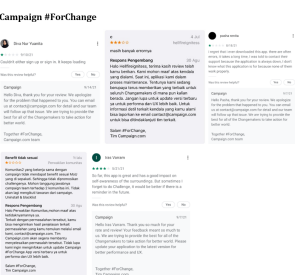
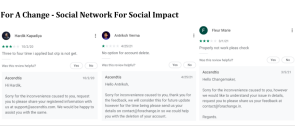
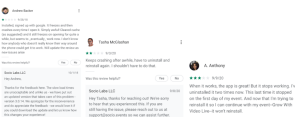
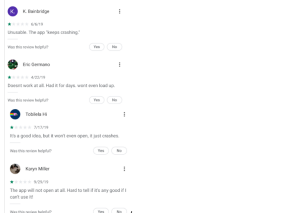



Design Thinking: Empathize - Secondary Research

No	Hasil Temuan Riset	Tipe/Jenis Data	Sumber (opsional)	Dibuat oleh
Apps Related				
1	User kebingungan dengan aplikasi dan kurang user friendly	Primary Research	Survey Online/Kuesioner	Vivi dan Fihud
2	Terjadi lag beberapa detik ketika mengunggah foto			
3	User belum menemukan kendala			
4	User menginginkan kegiatan yang lebih jelas deskripsinya			
5	User ingin aplikasi ini dikembangkan lagi untuk kedepannya			
6	User merasa susah untuk klik button "Join this challenge"			
7	User merasa donasi masih kurang transparan			
8	User ingin adanya notifikasi untuk melakukan challenge atau challenge yang sedang di lakukan.			
9	User merasa challenge kurang trendy			
10	User jarang/kadang-kadang melakukan challenge dikarenakan kesibukan yang padat.			
11	User berharap Campaign bisa branding nama ke masyarakat			
12	Seorang user merasa challenge di aplikasi ini seru			
13	User berharap Mungkin bisa ditambahkan fitur notifikasi daily untuk mengingatkan oengguna untuk melakukan campaign, lalu ditambahkan fitur poin atau reward agar pengguna tidak bosan			
14	User mendapat info tentang kerelawanan			
15	User merasa masih banyak errornya			
16	User menyukai fitur donasi karena memberikan dampak positif bagi user juga penerima			
17	User merasa fitur kategori isu challenge sangat membantu untuk fokus pencarian user			
1	Telah dilakukan competitor analysis antara aplikasi Campaign #ForChange terhadap 3 aplikasi serupa antara lain: - For A Change - Social Network For Social Impact - KeyoPass: The Social Impact Platform - Brightest: Social Impact + Volunteer Opportunities	Secondary Research	Competitor Analysis	Febiliena
2	Fitur User Login: - Campaign #ForChange ✓ - For A Change - Social Network For Social Impact ✓ - KeyoPass: The Social Impact Platform ✓ - Brightest: Social Impact + Volunteer Opportunities ✓			
3	Fitur Highlights: - Campaign #ForChange ✓ - For A Change - Social Network For Social Impact X - Socio Event App X - Brightest: Social Impact + Volunteer Opportunities X			
4	Fitur Challenge: - Campaign #ForChange ✓ - For A Change - Social Network For Social Impact ✓ - Socio Event App X - Brightest: Social Impact + Volunteer Opportunities ✓			
5	Fitur Updates: - Campaign #ForChange ✓ - For A Change - Social Network For Social Impact ✓ - Socio Event App X - Brightest: Social Impact + Volunteer Opportunities X			
6	Fitur Events: - Campaign #ForChange ✓ - For A Change - Social Network For Social Impact ✓ - Socio Event App ✓ - Brightest: Social Impact + Volunteer Opportunities ✓			
7	Fitur Kurasi Video: - Campaign #ForChange ✓ - For A Change - Social Network For Social Impact X - Socio Event App X - Brightest: Social Impact + Volunteer Opportunities X			
8	Fitur Informasi Lokasi Event Offline: - Campaign #ForChange ✓ - For A Change - Social Network For Social Impact ✓ - Socio Event App X - Brightest: Social Impact + Volunteer Opportunities ✓			
9	Fitur Latest News: - Campaign #ForChange ✓ - For A Change - Social Network For Social Impact X - Socio Event App X - Brightest: Social Impact + Volunteer Opportunities X			
10	Fitur Bahasa Indonesia Support: - Campaign #ForChange ✓ - For A Change - Social Network For Social Impact X - Socio Event App X - Brightest: Social Impact + Volunteer Opportunities X			
1		Secondary Research	Feedback User	Febiliena
2				
3				

<p>Brightest: Social Impact + Volunteer Opportunities</p>  <p>4</p>				
<p>Resume</p> <p>Apikasi Campaign #ForChange adalah platform kampanye sosial agar kampanye lebih efektif dan berdaya guna. Di sini dapat menjadi tempat berbagi pengetahuan, dan secara tidak cara berdonasi alternatif. Campaign #ForChange punya tujuan agar orang dapat melakukan kampanye dengan menyebarkan, ini sesuai dengan core value https://www.instagram.com/socialonly/ (Social Only, Full Collaboration, Safe Space, dan Give & Take). Saat mereka sudah menyelesaikan satu challenge, ini sudah terlihat sebagai donasi. Karena setiap challenge akan dikonversikan menjadi donasi oleh pihak sponsor. Jadi, meskipun gak menyelesaikan uang, tapi bisa sudah berkontribusi saat dia menyelesaikan aksi-aksi di aplikasi.</p> <p>Cara kerja aplikasi ini adalah mereka menghubungkan <i>organizers, supporters and sponsors</i> yang peduli dengan isu sosial.</p> <ul style="list-style-type: none"> Organizer <ol style="list-style-type: none"> Melakukan challenge Siapa yang aktif menyelesaikan masalah-masalah sosial Sponsors <ol style="list-style-type: none"> Pada kampanye Dibayar berdasarkan sosial baru Mendukung peyaraan sosial Supporters <ol style="list-style-type: none"> Beraksi untuk membuka kesempatan berdonasi Mengembangkan kebiasaan baru <p>Pada challenge ini bisa dianggap untuk <i>overjoydan four panification</i>. Dari ini objective kami dibagikan mampu untuk <i>increase engagement/retention</i>, dengan cara <i>create gamification mechanism inside the app</i> kemudian target utamanya adalah <i>Socially minded user & socially aware user</i>.</p> <p>Selanjutnya berfokus pada user persona dimana mencakup <i>frustrations, needs, goals</i> si user. Dimana user persona ini dibuat agar informasi dan pesan pemasaran akan bisa lebih tepat sasaran pada para pengguna produk. User persona dibuat saat proses pembuatan suatu produk.</p> 	<p>Secondary Research</p>	<p>Resume AMA Session</p>	<p>Febilenia</p>	
<p>Reference Related</p>				
<p>1</p>	<p>Merasa rugi bila melewatkan kegiatan hanya bermain handphone (dalam keadaan sehabis beraktivitas sehari-hari)</p>	<p>Secondary Research</p>	<p>Medium</p>	<p>Vivi</p>
<p>2</p>	<p>Adanya sedikit rasa jenuh jika menggunakan aplikasi 1-3 kali berturut-turut</p>	<p>Secondary Research</p>	<p>Internet</p>	<p>Vivi</p>
<p>3</p>	<p>Campaign pernah melakukan roadshow keiling kampanye dengan tujuan pengembangan kapasitas organisasi</p>			
<p>4</p>	<p>Isu sosial yang paling banyak diikuti oleh user adalah mengenai pendidikan dan lingkungan</p>			
<p>dst...</p>				