

***DESTINATION BRANDING* NAGARI TUO PARIANGAN SEBAGAI
NAGARI TERTUA DI MINANGKABAU**

Karya Akhir

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Negeri Padang*



Oleh :

MUHAMMAD ALIF NURZA

19027067

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

DEPARTEMEN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2024

PERSETUJUAN KARYA AKHIR

***DESTINATION BRANDING* NAGARI TUO PARIANGAN SEBAGAI NAGARI
TERTUA DI MINANGKABAU**

Nama : Muhammad Alif Nurza
NIM/BP : 19027067/2019
Program Studi : Desain Komunikasi
Visual Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 26 Januari 2024

Disetujui dan Disahkan oleh:

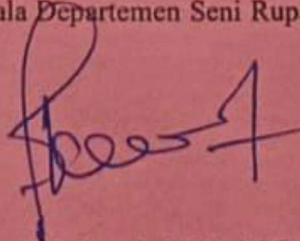
Dosen Pembimbing



San Ahdi, S.Sn., M.Ds.
NIP. 19791216.200812.1.004

Mengetahui

Kepala Departemen Seni Rupa



Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

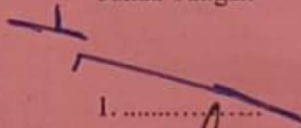
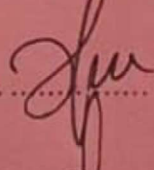
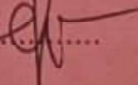
HALAMAN PENGESAHAN

**Dinyatakan lulus setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Karya Akhir
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang**

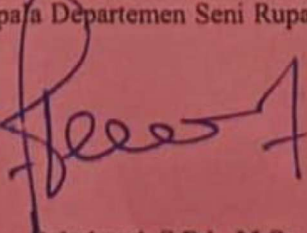
Judul : Destination Branding Nagari Tuo Pariangan sebagai
Nagari Tertua di Minangkabau
Nama : Muhammad Alif Nurza
NIM/BP : 19027067/2019
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 20 Februari 2024

Tim Penguji:

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Pembimbing	<u>San Ahdi, S.Sn., M.Ds.</u> NIP.19701216.200812.1.004	1. 
2. Penguji Satu	<u>Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn.</u> NIP. 19770401.200812.1.002	2. 
3. Penguji Dua	<u>Eko Purnomo, S.Ds., M.Sn.</u> NIDN. 0006108902	3. 

Mengetahui
Kepala Departemen Seni Rupa


Eliya Pebriweni, S.Pd., M.Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, *Skripsi/Karya Akhir dengan judul

Destination Branding Nagari tuo pariangan sebagai Nagari tertua di minangkabau

adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 7 Februari 2024

Saya yang menyatakan,



Muhammad Alif Nurza

NIM. 19027067

DESTINATION BRANDING NAGARI TUO PARIANGAN SEBAGAI NAGARI TERTUA DI MINANGKABAU

Muhammad Alif Nurza¹, San Ahdi².

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email : muhammadalifnurza@gmail.com

ABSTRAK

Nagari tuo pariangan merupakan desa wisata di Indonesia yang menjadi salah satu faktor penunjang dan pendorong kesejahteraan masyarakat yang hidup di dalamnya dan juga menjadi solusi percepatan pembangunan desa yang dapat memberikan efek positif berupa peningkatan kualitas lingkungan dan kelestarian budaya yang terdapat di dalamnya.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan rancangan *Destination Branding* Nagari Tuo Pariangan sebagai desa tertua di Minangkabau agar mengoptimalkan *awareness* dan interaksi pengunjung di Nagari Tuo Pariangan.

Metode yang digunakan pada perancangan ini adalah metode 4D, yang terdiri dari Define (Pendefinisian), Design (Perancangan), Develop (Pengembangan), dan Disseminate (Penyebaran). Dengan menggunakan metode analisis data SWOT. Perancangan branding ini akan menghasilkan media utama berupa *Brand Guidline Book*, dan media pendukung berupa *DL Envelope*, kop surat, kartu nama, *landyard*, *id card*, Brosur, *Instagram feed*, Infografis, *Wayfinding System*, *Signage*, *Billboard*, *Expo Booth*, umbul – umbul, *Merchandise*, *Totebag*, Kaos, dan payung.

Kata kunci: Destination Branding, Desa Wisata, Nagari Tuo Pariangan

¹Mahasiswa Penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

²Pembimbing Dosen FBS Universitas Negeri Padang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “*Destination Branding* Nagari Tuo Pariangan Sebagai Nagari Tertua di Minangkabau” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Penulis mengucapkan terimakasih atas bimbingan, dukungan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn., selaku kepala Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn, selaku ketua prodi Desain Komunikasi Visual.
3. Ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing Akademik Universitas Negeri Padang.
4. Bapak San Ahdi, S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing Karya Akhir yang telah membimbing dan bersedia meluangkan waktunya, begitu banyak memberikan bantuan, dorongan dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya penulisan Karya Akhir ini.
5. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Kontributor I dalam penulisan Karya Akhir ini.

6. Bapak Eko Purnomo, S.Ds., M.Sn., selaku Dosen Kontributor II dalam penulisan Karya Akhir ini.
7. Kedua orang tua yang telah melangitkan doa, memberikan dukungan sekuat tenaga dan motivasi sepenuh hati yang tak terbalaskan ketika adanya rintangan yang sangat berat dalam proses perancangan Karya Akhir ini sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir ini.
8. Keluarga Besar, Para Sahabat, Teman-teman, dan partner tersayang yang telah menyemangati, menemani, mendukung, dan memotivasi penulis dengan sepenuh hati ditiap proses penyelesaian Karya Akhir ini.
9. Last but not least, terimakasih kepada diri sendiri yang telah berjuang, bekerja keras ketika semuanya terasa tidak masuk akal sehingga sampai berada dititik ini dan mampu untuk menyelesaikan Karya Akhir ini.

Penulis menyadari mungkin masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penulisan Karya Akhir ini Oleh karena itu kritik dan masukan sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan segala kekurangan. Akhir kata semoga penulis memberikan manfaat kepada pembaca pada umumnya dan penulis khususnya.

Padang, 7 Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Perancangan	5
F. Orisinalitas	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Kajian Praksis	6
1. Nagari Tuo Pariangan.....	6
a. Sejarah	6
b. Data Verbal	8
c. Event yang pernah dilaksanakan	11
d. Penghargaan dan prestasi	11
2. Data Visual	12
B. Kajian Teoritis.....	14
1. Branding	14
2. Destination Branding.....	19
3. Tinjauan Parawisata	22
4. AIDCA	24
C. Karya Relevan.....	25
D. Kerangka Konseptual	28
BAB III METODE PERANCANGAN	29
A. Metode Perancangan.....	29
B. Teknik Pengumpulan Data	31

1. Data Primer	32
a. Wawancara.....	32
b. Observasi	33
2. Data Sekunder.....	33
a. Riset Pustaka.....	33
C. Metode Analisis Data	34
1. Analisis SWOT.....	34
BAB IV PERANCANGAN.....	38
A. Konsep Desain	38
1. Segmentasi	38
2. Pendekatan Kreatif.....	39
3. Strategi Media	41
B. Desain Final	48
1. Sketsa/Thumbnail	48
2. Komprehensif.....	68
3. Final	77
C. Uji Kelayakan	85
BAB V PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
DAFTAR RUJUKAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Situs Cagar Budaya Batu Lantak Tigo (Agam)	12
Gambar 2. Situs Cagar Budaya Makam Panjang Tantejo Gurhano	12
Gambar 3. Bagian dalam komplek Situs Cagar Budaya Makam Panjang Tantejo Gurhano	13
Gambar 4. Situs Cagar Budaya Batu Lantak Tigo (Luhak 50)	13
Gambar 5. Logo kawasan cagar budaya Trowulan.....	26
Gambar 6. Brand Supergraphic Kawasan Cagar Budaya Trowulan...26	
Gambar 7. Brand Key Graphic Kawasan Cagar Budaya Trowulan ...26	
Gambar 8. Brand Iconography Kawasan Cagar Budaya Trowulan27	
Gambar 9. Implementasi Brand pada kartu nama	27
Gambar 10. <i>Mindmapping</i>	39
Gambar 11. Proses Ideasi Bentuk Logogram.....	49
Gambar 12. Sketsa kasar logogram.....	49
Gambar 13. Sketsa Komprehensif Logogram	49
Gambar 14. Golden Ratio Logogram	50
Gambar 15. Sketsa Final Logogram	50
Gambar 16. Sketsa Kasar Logotype.....	51
Gambar 17. Ideasi Bentuk <i>Logotype</i>	51
Gambar 18. Sketsa Komprehensif <i>Logotype</i>	52
Gambar 19. Sketsa Final <i>Logotype</i>	52
Gambar 20. Sketsa Final <i>Lockup Logogram</i> dan <i>Logotype</i>	52
Gambar 21. Warna Logo Utama	52
Gambar 22. Tipografi untuk Tagline Brand.....	53
Gambar 23. Lockup Logo dan Tagline	54
Gambar 24. Konfigurasi Lockup Logo tanpa Tagline	54
Gambar 25. Konfigurasi Lockup Logo dan Tagline	55
Gambar 26. Rasional makna Bentuk Logogram	56
Gambar 27. Rasional Sumber Bentuk Logogram	56
Gambar 28. Grid System Logo Lockup tanpa Tagline	56
Gambar 29. Grid System Logo Lockup dengan Tagline	57
Gambar 30. Rasional Tagline dengan Care Value	58

Gambar 31. <i>Pattern</i>	58
Gambar 32. <i>Pictogram</i>	59
Gambar 33. <i>Layout Kasar Brand Guidline Book</i>	60
Gambar 34. <i>Layout Kasar DI Envelop</i>	60
Gambar 35. <i>Layout Kasar Letterhead</i>	61
Gambar 36. <i>Layout Kasar Business Card</i>	61
Gambar 37. <i>Layout Kasar Lanyard</i>	62
Gambar 38. <i>Layout Kasar ID Card</i>	62
Gambar 39. <i>Layout Kasar Brosur</i>	63
Gambar 40. <i>Layout Kasar Feeds & Stories</i>	63
Gambar 41. <i>Layout Kasar Infografis</i>	64
Gambar 42. <i>Layout kasar Wayfinding System</i>	64
Gambar 43. <i>Layout Kasar Billboard</i>	65
Gambar 44. <i>Layout Kasar Expo Booth</i>	65
Gambar 45. <i>Layout Kasar Display Expo Booth</i>	66
Gambar 46. <i>Layout Kasar Umbul-Umbul</i>	66
Gambar 47. <i>Layout Kasar Totebag</i>	67
Gambar 48. <i>Layout Kasar Kaos</i>	67
Gambar 49. <i>Layout Kasar Payung</i>	68
Gambar 50. <i>Komprehensif Cover Brand Guidline</i>	68
Gambar 51. <i>Komprehensif Table of Content Brand Guidline</i>	69
Gambar 52. <i>Komprehensif Awal Bab dan Isi Brand Guidline Book</i> ..	69
Gambar 53. <i>Komprehensif DL Envelope</i>	70
Gambar 54. <i>Komprehensif Letterhead</i>	70
Gambar 55. <i>Komprehensif Business Card</i>	71
Gambar 56. <i>Komprehensif Lanyard</i>	71
Gambar 57. <i>Komprehensif ID Card</i>	72
Gambar 58. <i>Komprehensif Brochure</i>	72
Gambar 59. <i>Komprehensif Instagram Feeds</i>	73
Gambar 60. <i>Komprehensif Instagram Stories</i>	73
Gambar 61. <i>Komprehensif Infografis</i>	74
Gambar 62. <i>Komprehensif Wayfinding System</i>	74
Gambar 63. <i>Komprehensif Billboard</i>	75
Gambar 64. <i>Komprehensif Expo Booth</i>	75

Gambar 65. Komprehensif <i>Totebag</i>	76
Gambar 66. Komprehensif Kaos.....	76
Gambar 67. Komprehensif Payung.....	77
Gambar 68. Final Mockup <i>Brand Guidline Book</i>	77
Gambar 69. Final <i>DL Envelope</i>	78
Gambar 70. Final <i>Letterhead</i>	78
Gambar 71. Final <i>Business Card</i>	79
Gambar 72. Final <i>Lanyard</i>	79
Gambar 73. Final <i>ID Card</i>	80
Gambar 74. Final <i>Brochure</i>	80
Gambar 75. Final <i>Instagram Feeds & Stories</i>	81
Gambar 76. Final Infografis.....	81
Gambar 77. Final <i>Wayfinding System</i>	82
Gambar 78. Final <i>Billboard</i>	82
Gambar 79. Final <i>Expo Booth</i>	83
Gambar 80. Final Umbul-Umbul.....	83
Gambar 81. Final <i>Totebag</i>	84
Gambar 82. Final Kaos.....	84
Gambar 83. Final Payung.....	84
Gambar 84. Dokumentasi Ujian Komprehensif.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Uji Tampilan <i>Brand Guidline Book</i> (visual secara keseluruhan)	85
Tabel 2. Uji Kejelasan informasi (pemilihan tipografi dan <i>copywrite</i>)	86
Tabel 3. Uji Penyampaian Pesan Mengenai Brand dari <i>Brand Guidline Book</i> ..	87
Tabel 4. Uji Kesesuaian strategi <i>branding</i> dengan target <i>audience</i>	88
Tabel 5. Uji Sejauh mana mengenal <i>Nagari Tuo Pariangan</i> setelah membaca Brand Guidline Book?	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing.....	95
Lampiran 2. Dokumentasi Ujian Komprehensif.....	97

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Akhir-akhir ini, desa wisata di Indonesia menjadi salah satu faktor penunjang dan pendorong kesejahteraan masyarakat yang hidup di dalamnya dan juga menjadi solusi percepatan pembangunan desa yang dapat memberikan efek positif berupa peningkatan kualitas lingkungan dan kelestarian budaya yang terdapat di dalamnya, salah satu desa wisata yang ada di Sumatera Barat adalah desa wisata Nagari tuo pariangan, yang terletak di kabupaten Tanah Datar.

Sebagai destinasi andalan kabupaten Tanah Datar, Pariangan sendiri memiliki lanskap sejarah dan lanskap budaya, relevansi lanskap sejarah Pariangan adalah sejarah atau cerita rakyat yang disepakati masyarakat Minangkabau sebagai tempat asal usul nenek moyang orang Minangkabau yang turun dari lereng gunung Marapi dan membangun sistem desa atau disebut *Nagari* awal di Pariangan, direpresentasikan dengan bukti tinggalan fisik seperti situs *Sandi Laweh*, Makam Tantejo Gurhano, *Balai Katiak*, *Balai Pasujian*, *Sawah Satampang Baniah*, *Galundi Nan Baselo*, *Batu Lantak Tigo*, *Lasuang Gadang*, Prasasti Pariangan dan masih banyak lagi bukti tinggalan fisik yang ada di Nagari Tuo Pariangan. Sementara relevansi Nagari tuo Pariangan dengan Lanskap Budaya terkait dengan Pariangan yang menjadi representasi sebuah pemukiman Tradisional Minangkabau yang masih lengkap dengan komponen pembentuk nagari yang masih utuh dan terjaga seperti *Basosok Bajarami* (batas wilayah) *Bapandam pakuburan*

(pekuburan), *balabuah batapian* (jalan dan sarana mck), *barumah batanggo* (rumah tempat tinggal), *bakorong bakampuang* (kelompok pemukiman), *basawah baladang* (lahan pertanian), *babalai bamusajik* (balai adat dan masjid), *pakan* (pasar) *nagari* serta *bagalanggan* (lapangan terbuka). Pada kawasan *Panarian* di Jorong Pariangan tepatnya di kawasan masjid Ishlah juga dipercaya menjadi titik utama dimulainya peradaban Minangkabau, dengan bukti fisik Batu Lantak Tigo sebagai penanda ekspedisi nenek moyang Minangkabau dalam perluasan daerah, juga kawasan yang memiliki topografi datar di kawasan ini yang dipercaya sebagai cikal bakal dari penamaan Luak Tanah Datar, serta adanya makam Tantejo Gurhano yang di dalam tambo disebutkan sebagai perancang bentuk dari Rumah Gadang (hasil wawancara dengan Bapak Aswardi Datuak Bandaro Kuniang).

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Pariangan saat ini masih menjalankan dan menjaga kebudayaan seperti *mandi ka tapian* (mandi ke sungai), tata ruang rumah gadang yang masih sesuai dengan petuah adat, Kebudayaan yang masih terjaga, pemanfaatan alam, serta keberadaan bangunan rumah adat Minangkabau dan situs cagar budaya di Nagari Tuo Pariangan yang menjadi potensi dan kekuatan bagi Nagari Tuo pariangan sebagai desa wisata yang mengedepankan hasil kebudayaan awal Minangkabau, tetapi dari sekian banyak potensi sejarah dan kebudayaan yang dimiliki Nagari Tuo Pariangan, yang diminati oleh pengunjung dan wisatawan masih tersegmentasi pada aspek keindahan alam dan kuliner kopi kawa yang berada di jorong guguak yang seolah menjadi satu satunya

destinasi yang menarik di Nagari Tuo Pariangan, sehingga membuat narasi “*Nagari Tuo*” atau Desa Tertua di Minangkabau kurang melekat dan *experience* beserta *value* kebudayaan tidak didapatkan oleh pengunjung.

Dari segi identitas visual saat ini identitas logo yang dimiliki oleh pariangan hanya logo Pokdarwis pariangan sebagai pengelola pariwisata di Nagari Tuo Pariangan. Sedangkan Pariangan sebagai desa wisata saat ini belum memiliki identitas visual yang representatif, sistematis dan aplikatif hal ini dapat terlihat dari papan informasi, *sign system*, dan peta wisata Nagari Tuo Pariangan yang masih belum dalam satu kesatuan identitas yang sama dan secara kondisi aktual sudah terlihat aus dan tidak dapat dicermati. Selain itu papan informasi dari situs sejarah yang memiliki hubungan dengan Nagari Tuo Pariangan dapat dikatakan masih minim. Sehingga tidak ada informasi komprehensif yang bisa diakses oleh pengunjung dengan destinasi yang ada di Nagari Tuo Pariangan.

Branding Destinasi atau *Destination Branding* adalah tawaran solusi agar tercapainya sebuah pengoptimalan potensi yang dimiliki, terciptanya *awareness* informasi dan komunikasi yang baik antara sebuah destinasi dengan pengunjungnya. Sehingga pengunjung dapat berinteraksi dengan baik dan lebih terarah terhadap destinasi Nagari Tuo Pariangan. Bentuk dari Destination Branding ini mulai dari penggunaan aspek visual, seperti logo, tipografi, sistem warna, hingga sistem informasi seperti papan informasi, peta wisata, papan petunjuk arah dan iconografi yang dapat menjadi sebuah identitas yang berkesinambungan dan dapat membantu mengarahkan

pengunjung dengan baik saat berkunjung ke Nagari Tuo Pariangan. Maka penulis berinisiatif untuk melakukan perancangan Branding Destinasi yang dapat membuat sistem yang lebih terarah dan memiliki identitas menjadi satu kesatuan yang dapat menunjang potensi dan narasi Nagari tuo pariangan sebagai Desa Tertua di Minangkabau . Untuk itu judul dari tugas akhir ini berjudul “*Destination Branding* Nagari Tuo Pariangan Sebagai Nagari Tertua Minangkabau”

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Belum tercapainya minat, interaksi dan *awareness* pengunjung dengan situs sejarah dan cagar budaya yang memiliki nilai sejarah dan kebudayaan.
2. Nagari Tuo pariangan sebagai destinasi wisata yang mengangkat narasi kebudayaan belum memiliki sistem informasi yang baik sebagai media penyampaian informasi kepada pengunjung.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas maka, batasan masalah dalam perancangan karya akhir di fokuskan pada perancangan *Destination Branding* Nagari Tuo Pariangan untuk

mengoptimalkan identitas dan representasi Nagari Tuo Pariangan sebagai Nagari Tertua di Minangkabau agar dapat berinteraksi dengan pengunjung.

D. Rumusan Masalah

Dari penjabaran permasalahan diatas dapat diambil sebuah pernyataan “bagaimana perancangan *Destination Branding* dapat mengoptimalkan narasi “Nagari Tertua di Minangkabau” dan *awareness* kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Nagari Tuo Pariangan secara komprehensif”

E. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan rancangan *Destination Branding* Nagari Tuo Pariangan sebagai desa tertua di Minangkabau agar mengoptimalkan *awareness* dan interaksi pengunjung di Nagari Tuo Pariangan.

F. Orisinalitas

Perancangan tugas akhir ini adalah sesuatu yang orisinal, dimana masalah yang diangkat merupakan sesuatu yang faktual bukan fiktif. Perancangan ini berasal dari ide dan pemikiran penulis yang sudah melalui proses pengamatan, pengumpulan data verbal melalui wawancara, observasi ke sumber data yang jelas dan perancangan ini memiliki perbedaan dengan judul yang mempunyai konteks sejenis.