

VISUAL STORYTELLING
PROMOSI KAMPUNG ADAT WARU WORA, LAMBOYA, SUMBA
BARAT, NUSA TENGGARA TIMUR

LAPORAN PENELITIAN PEMULA



Brilindra Pandanwangi 199306072019032028 / 0007069302

Anggota :

Muhammad Farraya Arkan 221511009

Dibiayai DIPA ISI Surakarta Nomor: SP DIPA-023.17.2.67754/2023

Tanggal 30 November 2022

Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi

Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian Pemula

Nomor: 995.A/IT6.2/PT 01.04/2023

INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA

November 2023

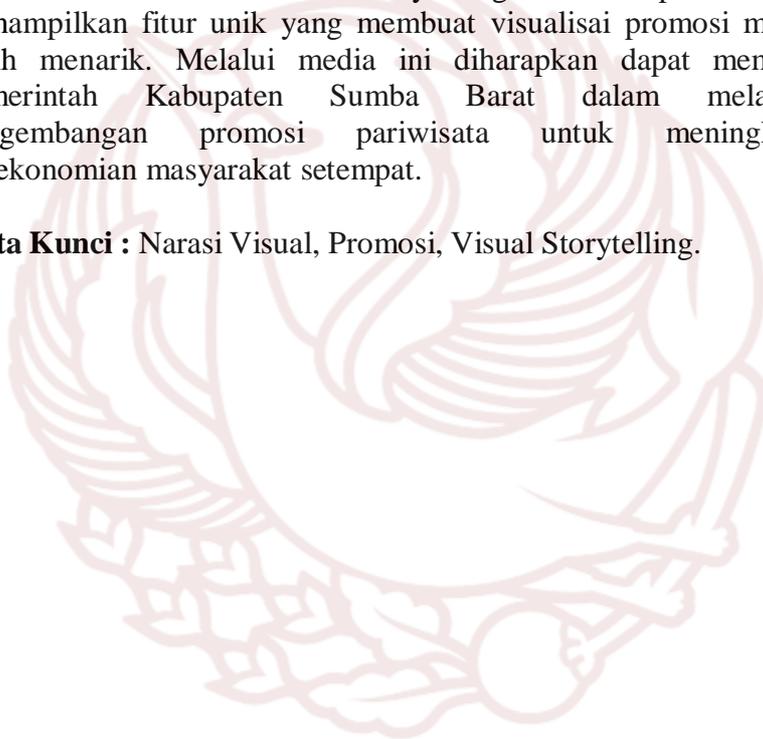
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	2
ABSTRAK.....	4
BAB I. PENDAHULUAN.....	5
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Batasan Penelitian.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA / SUMBER PENCIPTAAN.....	8
BAB III. METODE PENELITIAN.....	10
A. Pendekatan Penelitian.....	10
B. Desain Penelitian.....	10
C. Teknik Pengumpulan Data.....	10
D. Analisis Data.....	10
E. Perencanaan Dan Perancangan Karya.....	11
BAB IV. JADWAL PELAKSANAAN.....	13
BAB V. HASIL YANG DICAPAI.....	13
BAB V. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA.....	15
DAFTAR PUSTAKA.....	15
REKAPITULASI ANGGARAN PENELITIAN PEMULA.....	16
LAMPIRAN.....	18

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi visual storytelling sebagai alternatif dalam mempromosikan kampung adat Waru Wora, di Desa Patiala Bawah, Kecamatan Sumba, Kabupaten Sumba Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Untuk mengeksplorasi penceritaan visual, dalam penelitian ini menggunakan metode penciptaan karya seni yang ada 6 (enam) tahapan yaitu : Definition, Research, Interpretation, Ideation, Prototyping, Evolution, dan Implementation. Berdasarkan observasi awal yang sudah dilakukan, diperlukan media yang sesuai dan kondisi, serta dibutuhkan alternatif agar informasi yang disampaikan dapat diterima serta menarik. Teknik visual storytelling memiliki potensi dalam menampilkan fitur unik yang membuat visualisasi promosi menjadi lebih menarik. Melalui media ini diharapkan dapat membantu pemerintah Kabupaten Sumba Barat dalam melakukan pengembangan promosi pariwisata untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Kata Kunci : Narasi Visual, Promosi, Visual Storytelling.



BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberagaman Indonesia dapat dilihat dari aspek kondisi wilayah dan aspek sosial budayanya. Berdasarkan kondisi sosial budaya, terlihat bahwa masyarakat Indonesia sangat beragam, baik dari sisi agama, suku, ras, bahasa maupun budaya. Keanekaragaman budaya Indonesia dapat dimanfaatkan dalam proses penciptaan karya seni, sebagai sumber pengetahuan bagi masyarakat lokal dan masyarakat global serta sebagai identitas nasional dalam menjalin kerja sama dengan masyarakat internasional. Salah satu kampung adat yang masuk dalam cagar budaya di Indonesia adalah kampung adat Waru Wora, di Kecamatan Lamboya, Kabupaten Sumba Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Pulau Sumba terletak di bagian paling tenggara Indonesia. Secara administratif pulau ini terbagi menjadi empat kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Timur. Empat ibu kota kabupaten tersebut merupakan pusat perkantoran pemerintahan, sekolah, perdagangan dan jasa. Meski banyak orang membayangkan Sumba jauh dan terisolasi, ada dua bandara dengan penerbangan harian ke Bali dan Kupang. Pulau ini berpenduduk jarang, terutama di daerah pedesaan di mana pertanian subsisten menjadi mata pencaharian utama. Iklimnya bervariasi: dataran pantai beriklim sabana kering, sedangkan di daerah lereng bukit curah hujan bisa lebih dari 2000 milimeter per tahun. Lahan yang belum ditanami yang luas di timur kering dan utara telah menjadi fokus minat investasi lahan untuk perkebunan, sedangkan kawasan pantai sekarang dijual ke investor lahan yang mengharapkan 'Sumba akan menjadi Bali berikutnya' (McCarthy, 2012).

Budaya di Pulau Sumba menarik untuk dieksplorasi lebih dalam, karena masyarakat adat merupakan mayoritas penduduk di pulau tersebut, dengan anggota yang tinggal di daerah perkotaan dan pedesaan. Masyarakat adat Sumba juga masih menganut sistem hirarki internal yang kuat, yang sebenarnya tidak sesuai dengan gambaran *stereotype* masyarakat adat egaliter yang damai (Li, 2014). Orang Sumba secara tradisional menyembah nenek moyang mereka yang didewakan, yaitu Marapu. Aturan tentang pemanfaatan tanah, air, hutan dan bagian alam lainnya termasuk dalam sistem normatif yang terkait dengan kepercayaan Marapu. Dari dunia roh, Marapu dapat mempengaruhi nasib orang yang masih hidup, dan menyebabkan penyakit serta kehancuran jika marah. Oleh karena itu, 'mengikuti aturan yang ditetapkan oleh nenek moyang' adalah salah satu cara untuk mendefinisikan sistem hukum adat di Pulau Sumba (Keane 1995).

Sektor pariwisata secara umum diakui memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian negara dan salah satu mesin utama pembangunan ekonomi dan sosial. Indonesia, dengan beragam budayanya, sangat diuntungkan dari wisata warisan budaya, hal ini dikarenakan arus wisatawan yang datang dari seluruh negara datang untuk melihat objek peninggalan yang masih tersedia. Kampung adat Waru Wora, adalah salah satu kecamatan di Pulau Sumba Barat yang diberkahi dengan banyak aset warisan budaya seperti kampung adat, kain tenun, dan situs bersejarah yang menjanjikan nuansa megalitik tradisional dan asli Sumba. Wisatawan yang berkunjung bisa mengeksplorasi budaya lokal di kampung adat ini dengan mengunjungi kampung adat yang masih tradisional.



Gambar 1. Bentuk Kampung Adat Waru Wora
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Tujuan dari penelitian dan perancangan karya yang akan dilakukan adalah untuk mempromosikan cagar budaya di Kecamatan Lamboya melalui visual *storytelling* sebagai alat pemasaran yang menarik. Pada kenyataannya, situs warisan cagar budaya tidak dapat dirancang ulang oleh audiens, sehingga, penting bagi perancang visual untuk mengetahui bagaimana memilih informasi yang sesuai dan bagaimana menciptakan lingkungan yang tepat bagi audiens. Untuk mencapai pemasar posisi yang efektif, perancang visual perlu fokus pada aspek 'mempengaruhi' dan membangun ikatan emosional antara audiens, merek (situs warisan) dan asosiasi yang menawarkan layanan (Fernandes, 2016).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan observasi awal, maka didapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana merancang *visual storytelling* sebagai media publikasi yang efektif dan efisien?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk memperoleh solusi visualisasi informasi tentang kampung adat Waru Wora di Pulau Sumba yang sekaligus meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap cagar budaya di Indonesia. Sedangkan tujuan khusus yang akan dicapai melalui penelitian ini adalah poster visual *storytelling* yang berisi materi penjelasan tentang kampung adat Waru Wora.

Hasil penelitian ini, akan memberi luaran, yaitu :

1. Model/prototype visual *storytelling*
2. Naskah publikasi ilmiah
3. Pengajuan KI berupa Hak Cipta sebagai bukti perlindungan akan kekayaan intelektual

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dihasilkan dalam pelaksanaan penelitian ini, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penciptaan visual *storytelling* sebagai media alternatif dan edukasi yang menarik dan efektif dalam penyebaran informasi mengenai kampung adat Waru Wora, di Kecamatan Lamboya, Kabupaten Sumba Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur.
2. Meningkatnya kesadaran masyarakat bahwa Nusantara memiliki kebudayaan yang majemuk dan menarik untuk dieksplorasi lebih jauh.

E. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan batasan dalam melakukan penelitian dengan berfokus pada satu kampung adat Waru Wora.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA / SUMBER PENCIPTAAN

Rencana pemasaran yang baik menyediakan kumpulan strategi periklanan dan promosi, yang menuai efek sinergi untuk mengkomunikasikan kepada pelanggan potensial dan setia tentang produk atau layanan yang menghasilkan peningkatan pendapatan yang berkelanjutan (Siguaw & Enz, 1999). Shi (2010) menunjukkan bahwa keberhasilan dalam mempromosikan *brand destination* sangat berkaitan dengan kontribusi yang kuat dari kemampuan perancang iklan terkait efisiensi serta waktu peluncuran desain yang dirancang. Oleh sebab itu, strategi dan perencanaan media yang kreatif dan menyeluruh sangat diperlukan untuk keberhasilan promosi periklanan. Promosi tidak dapat efektif jika tidak dilihat oleh konsumen yang tertarik dalam jumlah yang cukup. Tugas utama perencana media periklanan adalah memilih, menegosiasikan, dan membeli media untuk promosi atau kampanye, dan memastikan bahwa iklan akan menjangkau sebanyak mungkin konsumen yang diinginkan dalam anggaran media. Secara umum, perencanaan media mengacu pada tugas menempatkan iklan yang sudah dirancang di saluran media yang sesuai untuk paparan kelompok sasaran.

Pesan visual ada di sekitar kita, yang sebagian besar berkat teknologi baru (Millum, 2009). Dari ponsel cerdas, seseorang dapat menelusuri foto dan berita hari itu, menonton video, dan berbagi foto dengan teman. Layanan streaming memungkinkan orang untuk menonton film dan acara TV hanya dengan beberapa klik, dan beberapa koleksi dari museum seni kini dapat diakses secara online. Meskipun setiap orang berhadapan dan bahkan membuat – komposisi visual dalam kehidupan sehari-hari mereka, tidak serta merta mereka mempertimbangkan aspek visual dari karya-karya tersebut (Avgerinou, 2009). Seseorang, jika ingin menjadi pengirim dan penerima pesan visual yang terinformasi, perlu untuk berhenti, melihat, dan benar-benar memperhatikan gambar yang ada di depan mata. Faktor komunikasi dari setiap strategi periklanan diidentifikasi melalui tanda, simbol, dan interpretasi perilaku dan pesan. Maka, perancang visual yang strategis melibatkan permainan visual dengan tanda dan simbol yang dapat dirancang menjadi *visual storytelling*.

Visual storytelling saat ini semakin banyak dibuat melalui oleh para profesional teknis yang bekerja di bidang ilmu komputer, desain pengalaman pengguna (UX), dan pengembangan web (Roth, 2015). Konsep 'naratif' dan 'cerita' sangat mendasar bagi pengalaman manusia sehingga istilah-istilah tersebut sering tidak didefinisikan secara eksplisit dalam literatur, dan jika demikian, definisi yang tersedia sangat bervariasi. Narasi adalah kombinasi cerita dengan wacana, dengan narasi menjadi 'penyajian cerita dengan cara tertentu dibentuk oleh temporalitas dan memiliki awal, tengah, dan akhir, meskipun tidak harus disajikan dalam

urutan tersebut (Pearce, 2008). Bekerja dengan *visual storytelling* adalah tentang memproduksi dan menyebarkan representasi visual, dan ada pembentukan pengetahuan baru dan pembuatan makna dalam prosesnya.

Narasi visual, atau cerita bergambar, telah ada selama berabad-abad. Mereka dapat ditemukan dalam bentuk lukisan gua dan makam, gulungan, mozaik, vas, patung, dan kaca, serta bentuk yang lebih baru seperti film, esai foto, buku komik, videogame, animasi, dan Halaman Facebook (Emanuel & Challons-Lipton, 2013). Serupa dengan karya cetak tradisional, narasi visual juga dapat dimanfaatkan untuk berbagai fungsi, seperti: untuk menginformasikan (misalnya film dokumenter), membujuk (misalnya iklan), atau menghibur (misalnya film) (Avgerinou, 2009). Mengetahui cara kerja narasi visual dapat membantu pembaca memahami teks-teks yang disampaikan dan membacanya dengan lebih cermat. Penting untuk mempelajari struktur naratif visual, karena begitu banyak informasi yang dikirim dan diterima hari ini disusun dalam bentuk naratif.

Peta Jalan Penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti adalah:

2020

INFOGRAFIS:
Kebudayaan Hindu
sebagai Informasi dan
Pemanfaatan Teknologi
Digital sebagai Media
Pembelajaran di Abad
ke-21

2021

Merancang Identitas
Merek Kota Udang:
Studi Kasus Kabupaten
Trenggalek

2023

Visual
Storytelling
Promosi
Kampung Adat
Waru Wora,
Lamboya, Sumba
Barat, Nusa
Tenggara Timur

1. Artikel ilmiah
2. Presentasi Hasil Penelitian Pemula
3. Model/Prototype

HKI (Hak Cipta)

Rencana penelitian
kedepan 2023

Bagan 1. Peta Jalan Penelitian

BAB III. METODE PENELITIAN

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan alokasi waktu sekitar 6 (enam) bulan dan berlokasi di Kecamatan Lamboya, Kabupaten Sumba Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur.

2. Pendekatan Penelitian

Langkah-langkah penelitian/kajian dilaksanakan dengan model penelitian kualitatif dengan pendekatan kebudayaan, mengacu pada ajaran budaya Jawa sesuai dengan filsafat dan falsafah budaya Jawa. Pendekatan ini menekankan pada penafsiran data dalam kekhususan kasus (Denzin, N.K. & Lincoln, 1994).

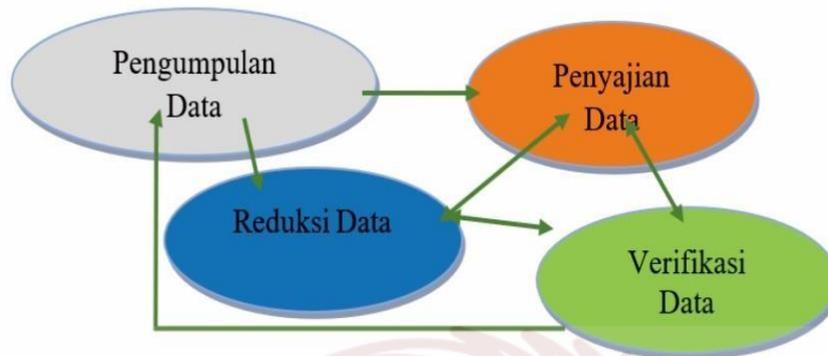
3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data cenderung menggunakan wawancara *indepth interview* (wawancara mendalam), dipilih karena bersifat lentur dan terbuka, dan tidak menggunakan struktur yang ketat dan formal, serta bisa dilakukan berulang pada informan yang sama. Pertanyaan yang diajukan bisa semakin terfokus, sehingga informasi yang dikumpulkan semakin rinci dan mendalam. Struktur tersebut dimaksud agar informasi yang diperoleh memiliki kedalaman yang cukup. Kelonggaran cara ini mampu mengorek kejujuran informan dalam memberikan informasi yang sebenarnya, terutama yang berkaitan dengan perasaan, sikap, dan pandangan mereka terhadap keberadaan artefak seni klasik. Teknik wawancara ini akan dilakukan pada semua informan atau narasumber yang dibutuhkan secara selektif (cuplikan), dengan menggunakan pertimbangan berdasarkan konsep teoretis yang digunakan. Teknik wawancara ini lebih bersifat *purposive*, yaitu pemilihan informan ataupun narasumber berdasarkan *criterion based selection* (yang dianggap punya kemampuan yang dapat dipercaya untuk menjadi sumber data), namun demikian informan dan narasumber lain yang dipandang dapat menunjukkan informasi yang lebih akurat dan lebih mengetahui permasalahan juga akan dipilih, sehingga pilihan informan dan narasumber dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan dan kemantapan dalam perolehan data.

4. Model Analisis

Ulasan yang menyangkut analisis dalam pengkajian ini, lebih menekankan pada model interaksi analisis data kualitatif, dengan menggunakan pendekatan kebudayaan Jawa. Interaksi analisis dilakukan untuk menganalisis data kualitatif hasil pengumpulan data empiris. Untuk mendapatkan hasil yang akurat dari pemilihan secara klasifikasi dan identifikasi. Model ini dipilih karena memungkinkan untuk lebih banyak memberikan satu pencandraan yang mampu

menjaring masukan serta paparan dalam rangkuman yang bersifat reduksi data dan penyimpulannya. Model yang digunakan dalam menganalisis data kualitatif dengan menerapkan sistem siklus, artinya peneliti selalu bergerak dan menjelajahi. Model interaktif digambarkan dengan skema sebagai berikut:



⁴ Skema 1. Model Analisis Interaktif (Sumber: Miles & Huberman, 1992)

Hasil interaktif analisis tersebut kemudian dikaji dengan interpretatif analisis secara hermeneutik. Hermeneutik mengarah pada penafsiran ekspresi yang penuh makna dan dilakukan dengan sengaja oleh manusia. Melakukan interpretasi atas interpretasi yang telah dilakukan oleh pribadi atau kelompok manusia terhadap situasi mereka sendiri. Setiap peristiwa atau karya memiliki makna dari interpretasi para pelaku atau pembuatnya. Karya yang merupakan hasil interpretasi tersebut selanjutnya menghadapi pembaca atau pengamat dan ditangkap dengan interpretasi pula. Dalam analisis hermeneutik, peneliti mengadakan tafsir terhadap karya tersebut seolah karya itu diciptakan kembali sebagai makna baru, sesuai dengan teori kebudayaan yang digunakan (Sutopo, 2006). Hermeneutik mengangkat masalah bagaimana sampai pada apa yang diekspresikan. Oleh karena itu hermeneutik dirumuskan sebagai teori operasi-operasi pemahaman dalam kaitannya dengan interpretasi kebudayaan--sebagai teks. Interpretasi ditegaskan sebagai pembedaan suatu arti yang tersembunyi di dalam arti yang tampak. Tugas hermeneutik adalah mengenali ihwalnya teks atau dunia teks atau kenyataan yang dibahasakan oleh teks dan bukan jiwa pencipta (Poespoprodjo, 1991).

5. Perencanaan dan Perancangan Karya

Metode analisa yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode design thinking. Salah satu design thinking yang diadaptasi (Yayici, 2016), seperti dalam paparan dibawah ini:

1. *Definition* (Definisi)

Menjelaskan permasalahan yang terjadi guna mendasari terciptanya sebuah ide.

2. *Research* (Riset)

Riset adalah penyelidikan atau percobaan sistematis untuk mendeskripsikan, menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan suatu fenomena. Riset adalah melakukan penyelidikan atau eksplorasi terhadap suatu masalah.

3. *Interpretation* (Interpretasi)

Tahapan interpretasi berguna untuk menganalisa data yang telah didapatkan dari dua tahapan sebelumnya. Dalam tahapan ini analisa yang dibutuhkan mencakup deteksi pola di antara satu sama lain, menghasilkan wawasan yang dapat ditindaklanjuti menjadi gagasan solusi kreatif.

4. *Ideation* (Ide)

Tahapan ini memiliki tujuan untuk menemukan ide kreatif guna menyelesaikan permasalahan yang tengah dihadapi oleh para target audiens.

5. *Prototyping* (Prototipe)

Tahapan ini dilakukan guna membuat gagasan yang lebih nyata. Terdiri dari tahap uji coba, pengembangan, dan percobaan kembali.

6. *Evaluation* (Evaluasi)

Tahapan ini dilakukan guna mendapatkan umpan balik dari target audiens agar menjadikan prototype menjadi lebih baik dari awal ketika diluncurkan.

BAB IV. JADWAL PELAKSANAAN

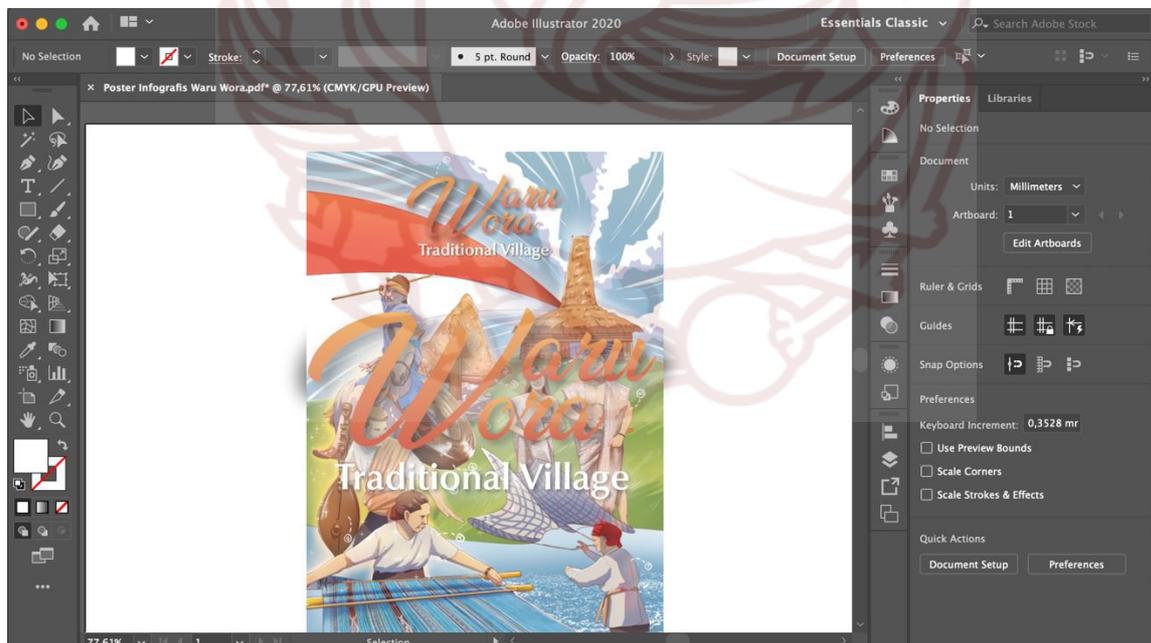
Tabel 1. Jadwal pelaksanaan penelitian

No.	Jenis Agenda Kegiatan	Bulan					
		6	7	8	9	10	11
1	Persiapan Penelitian						
2	Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi						
3	Perancangan Karya						
4	Pencatatan HKI						
5	Perancangan Artikel Ilmiah						
6	Publikasi di Media Massa						
7	Penyusunan Laporan Penelitian						

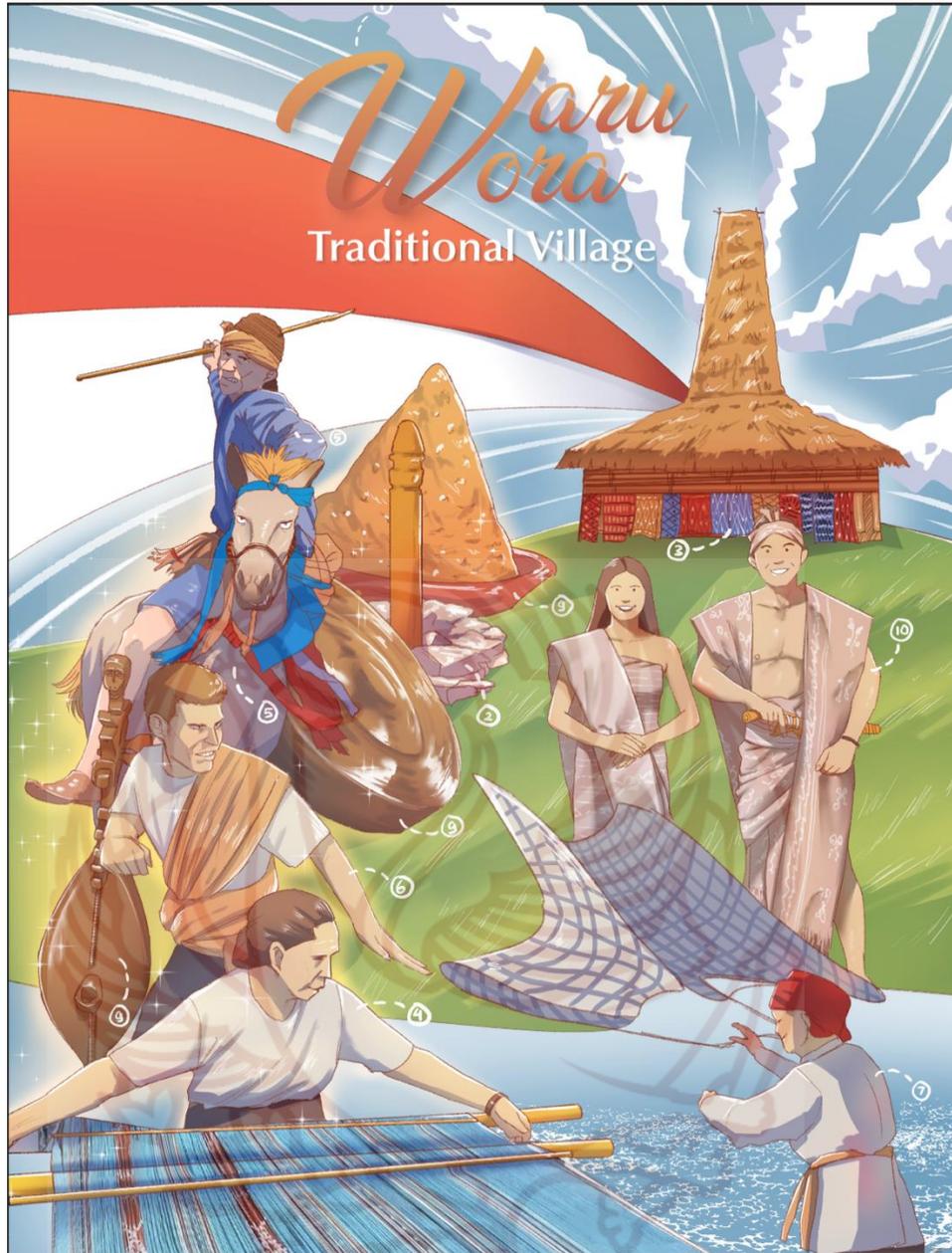
BAB V. HASIL YANG DICAPAI

Hasil yang dicapai dalam penelitian ini dari bulan Juni hingga bulan September 2023 adalah:

- 1. Konten Infografis Sebagai Wujud Visual Storytelling Promosi Kampung Adat Waru Wora, Lamboya, Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur**



Gambar 5.1 Konten Visual Storytelling Promosi Kampung Adat Waru Wora



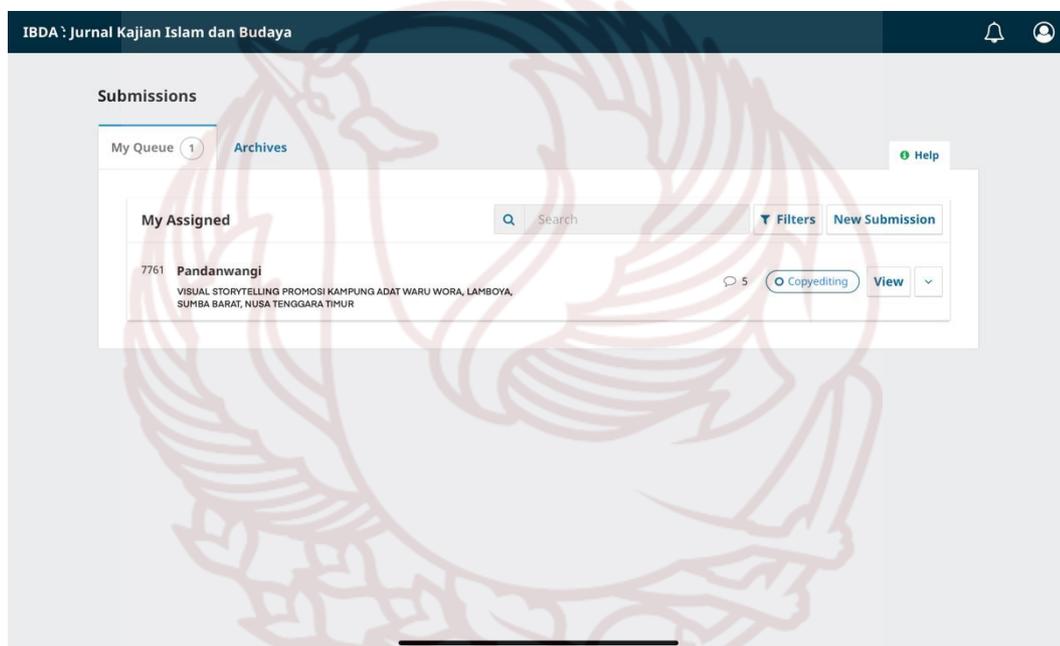
Gambar 5.2 Desain akhir Visual Storytelling Promosi Kampung Adat Waru Wora

Informasi berwujud *visual storytelling* yang ditampilkan dalam infografis ini adalah objek-objek estetis di Kampung Adat Waru Wora, Lamboya, Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur yang diasimilasikan dengan visual shape, ilustrasi, dan warna. Melalui konten tersebut diharapkan pembaca akan memahami penggambaran ciri khas kebudayaan di Kampung Adat Waru Wora. Sebagai negara dengan banyak suku bangsa, dan masyarakat yang majemuk, kebutuhan akan data dan informasi tentang ciri khas suatu kebudayaan menjadi penting, bukan hanya untuk kepentingan pengembangan kepariwisataan berbasis masyarakat dan kebudayaan, tetapi juga untuk pengembangan kehidupan berbangsa dan bernegara yang memiliki jiwa solidaritas, terintegrasi dan demokratis. Selain itu, penggambaran *visual storytelling* objek estetis suku bangsa atau wilayah adat merupakan bagian dari kesadaran tentang bhinneka

tunggal ika. *Software* yang digunakan untuk merancang *visual storytelling* Kampung Adat Waru Wora, Lamboya, Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur menggunakan perpaduan Adobe Photoshop CC 2021 dan Adobe Illustrator CC 2021.

2. Artikel Ilmiah

Saat ini artikel ilmiah yang sudah dikirimkan ke Jurnal Ibda berada dalam status copyediting. Tahap copyediting dimaksudkan untuk meningkatkan alur, kejelasan, tata bahasa, kata-kata, dan pemformatan artikel. Tahap ini tentunya menjadi kesempatan terakhir bagi penulis untuk membuat perubahan substansial pada teks, karena tahap selanjutnya dibatasi untuk kesalahan ketik dan koreksi format.



Gambar 5.3 Proses Pengiriman Artikel Ilmiah ke Jurnal IBDA

DAFTAR PUSTAKA

- Avgerinou, M.D. (2009). Re-viewing visual literacy in the 'Bain d'images' era. *TechTrends*, 53, 28–34. doi:10.1007/s11528-009-0264-z
- Denzin, N.K. & Lincoln, Y. S. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. CA: Sage.
- Emanuel, R., & Challons-Lipton, S. (2013). Visual literacy and the digital native: Another look. *Journal of Visual Literacy*, 32, 7–26. doi:10.1080/23796529.2013.11674703
- Fernandes, T. and Remelhe, P., 2016. How to engage customers in co-creation: customers' motivations for collaborative innovation. *Journal of Strategic Marketing*, 24 (3-4), pp.

311-326. doi: <https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1095220>

- Keane, Webb. 1995. "Religious Change and Historical Reflection in Anakalang, West Sumba, Indonesia." *Journal of Southeast Asian Studies* 26 (02): 289–306. doi:10.1017/S0022463400007116.
- Li, Tania Murray. 2014. *Land's End: Capitalist Relations on an Indigenous Frontier*. Durham: Duke University Press.
- McCarthy, John F., Jacqueline A.C. Vel, and Suraya Afiff. 2012. "Trajectories of Land Acquisition and Enclosure: Development Schemes, Virtual Land Grabs, and Green Acquisitions in Indonesia's Outer Islands." *The Journal of Peasant Studies* 39 (2): 521–549. doi:10.1080/03066150.2012.671768.
- Pearce, M.W. (2008) "Framing the Days: Place and Narrative in Cartography" *Cartography and Geographic Information Science* 35 (1) pp.17–32 DOI:10.1559/152304008783475661.
- Poespoprodjo, W. (1991). *Logika Scientifika: Pengantar Dialektika Dan Ilmu*. Remaja Rosdakarya.
- Roth, R.E. (2013) "An Empirically-Derived Taxonomy of Interaction Primitives for Interactive Cartography and Geovisualization" *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics* 19 (12) pp.2356–2365 DOI:10.1109/tvcg.2013.130.
- Shi, L. (2010). An Investigation of the sources of store-based retailers' early entrant advantages: Market and resource factors. *Journal of Marketing Channels*, 17(4), 1–18.
- Siguaw, J. A., and Enz, C. A. (1999, October). Best practices in marketing. 40(5), 31–43.
- Sutopo, H. B. (2006). *Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian*. Universitas Sebelas Maret.
- Emrah, Yayici. (2016). *Design Thinking Methodology Book*. Artbiztech.

REKAPITULASI ANGGARAN PENELITIAN PEMULA

Tabel 2. Biaya Pekerjaan

No	Jenis Pengeluaran	Volume	Satuan	Frekuensi	Biaya Satuan (Rp.)	Biaya yang Diusulkan (Rp.)
1	Honorarium					
	a. Pembantu Peneliti	OJ	1	10	25.000	250.000