

## Video Promosi Warung Gunung Kubua Jawi, Sungai Kamuyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota

Wahyu Aulia<sup>1</sup>, Eliya Pebriyeni<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Negeri Padang, Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang Sumatera Barat  
wahyucrenz1499@gmail.com

### Abstract

Warung Gunung Kubua Jawi, is one of the first cafes with an open design located on the slopes of Mount Sago, on the Kamuyang River, Luak District, Fifty City District. This cafe does not yet have promotional media that are informative, communicative and effective so that the promotion of this cafe is still inferior compared to other cafes that have done promotions earlier, this is a threat to the sustainability of this business, therefore it needs a promotional media in the form of videos through social media, especially Kubua Jawi's Instagram so it's easy to reach a broad target audience. The aim of the design is to create an information media that is able to give a good image to the cafe, as well as to become an informative, communicative and effective promotional media so that it can reach a broad target audience at minimal cost. The design method used is the 4D (four-D) method. Data collection methods through observation, documentation, interviews, books, scientific journals and the internet. Methods of data analysis with the SWOT method. The results of designing a promotional video for Warung Gunung Kubua Jawi with a duration of 1 minute 30 seconds have been tested for its feasibility to several audiences, both from designers and videographers as well as the general public, this promotional video is published via the Instagram account @kubujawi\_, supporting media in the form of Instagram feeds, posters, x-banners, menu designs, aprons, lanyards, and stickers.

**Keywords:** Kubua Jawi, Promotional Video, Cafe

### Abstrak

Warung Gunung Kubua Jawi, merupakan salah satu kafe pertama dengan desain terbuka yang terletak di lereng Gunung Sago, tepatnya di Sungai Kamuyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota. Kafe ini belum memiliki media promosi yang informatif, komunikatif dan efektif sehingga promosi kafe ini masih kalah dibandingkan kafe-kafe lain yang telah lebih dulu dalam melakukan promosi, hal ini menjadi salah satu ancaman dalam keberlangsungan usaha ini, oleh karena itu perlu sebuah media promosi berbentuk video melalui sosial media khususnya *instagram* milik Kubua Jawi sehingga mudah menjangkau *target audience* secara luas. Tujuan perancangan adalah menciptakan sebuah media informasi yang mampu mencitrakan kafe dengan baik, serta menjadi media promosi yang informatif, komunikatif dan efektif agar dapat menjangkau *target audience* secara luas dengan biaya minim. Metode perancangan yang digunakan adalah metode 4D (*four-D*). Metode pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, wawancara, buku, jurnal ilmiah dan internet. Metode analisis data dengan metode SWOT. Hasil perancangan video promosi Warung Gunung Kubua Jawi dengan durasi 1 menit 30 detik ini telah di uji kelayakannya kepada beberapa *audience* baik dari desainer dan videografer serta masyarakat umum, video promosi ini di publikasikan melalui akun *Instagram* @kubujawi\_, media pendukung berupa *feed instagram*, poster, *x-banner*, desain menu, *apron*, *lanyard*, dan stiker.

**Kata Kunci:** Kubua Jawi, Video Promosi, Kafe

Copyright (c) 2023 Wahyu Aulia, Eliya Pebriyeni

Corresponding author: Wahyu Aulia

Email Address: wahyucrenz1499@gmail.com (Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar, Padang Sumatera Barat)

Received 19 January 2023, Accepted 25 January 2023, Published 27 January 2023

## PENDAHULUAN

Saat ini duduk-duduk menghabiskan waktu, maupun sekedar berswafoto untuk kebutuhan sosial media di kafe telah menjadi tren pada masyarakat terutama anak muda. Hal ini dibarengi dengan gencarnya promosi yang dilakukan berbagai kafe untuk terus eksis di tengah semakin menjamurnya kafe di berbagai kota yang ada di Indonesia. Fenomena ini juga terjadi di daerah-daerah

luar Kota Payakumbuh terutama di kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota yang berada di lereng Gunung Sago, tidak sedikit kafe di daerah ini kalah saing bahkan tutup karena kurangnya promosi yang dilakukan.

Promosi merupakan kegiatan menginformasikan kepada masyarakat tentang suatu produk atau jasa dengan tujuan membujuk calon konsumen untuk membeli atau mengonsumsi, memberikan informasi, atau membujuk target audience tentang kegunaan produk atau jasa tersebut. Membeli produk atau jasa dengan harga tertentu. (Zebua, M. 2016:55).

Berdasarkan wawancara langsung yang perancang lakukan terhadap *owner* salah satu kafe yang belum melakukan promosi secara baik yaitu Meta Setiawan selaku *owner* Warung Gunung Kubua Jawi yang merupakan salah satu kafe pertama yang ada di lereng Gunung Sago yang menyuguhkan pemandangan khas pegunungan, termasuk fenomena geosfer terbentuknya lautan awan di pagi hari yang biasa disebut “negeri di atas awan”, matahari terbenam, dan pemandangan kota dengan lampu berkelap-kelip di malam hari yang menjadi salah satu alasan menarik pengunjung, kafe ini juga menawarkan makanan dan minuman yang lezat dengan harga terjangkau.

Menurut *owner* Kubua Jawi banyak konsumen yang baru pertama kali datang ke kafe ini sering kesulitan untuk menemukan lokasi Kubua Jawi karena cukup jauh dari pemukiman warga, usaha ini telah memiliki banyak perubahan terutama pada tahun 2022 usaha ini telah berganti nama dari Kafe dan Resto Kubua Jawi menjadi Warung Gunung Kubua Jawi, kemudian identitas visualnya juga banyak berubah, tak terkecuali desain interior dan eksteriornya, serta kembali diaktifkannya akun media sosial *instagram* Kubua Jawi yang baru, namun belum banyak masyarakat yang mengetahuinya karena kurangnya promosi melalui konten pada *Instagram* tersebut serta promosi yang baru dilakukan masih kalah gencar dibandingkan para kompetitor di daerah Kecamatan Luak karena masih berupa konten foto saja tanpa adanya video promosi yang dapat memvisualisasikan citra kafe ini, serta belum memperhatikan *tone* warna yang baik, sehingga *instagram* Kubua Jawi kurang menarik bagi *target audience*.

Video promosi merupakan salah satu strategi dalam digital marketing di Indonesia. Video promosi sebagai media promosi sering digunakan berbagai bidang usaha untuk memperkenalkan produk perusahaan tersebut dan terbukti efektif, seperti postingan di *Instagram* dan media sosial lainnya sehingga merek produk yang dijual akan mudah dikenal banyak orang, video promosi ini dibangun dari sebuah konsep dan *storyboard*, disusun dari *shoot* gambar, grafik, yang dijelaskan dengan narasi terstruktur yang diseimbangkan dengan *background*. umumnya video promosi yang dibutuhkan untuk postingan *instagram* berdurasi 1 menit, ole karena itu konsep video harus matang, sehingga pesan yang disampaikan harus jelas, dengan durasi ringkas (Anzasmoro, Hendri,dkk, 2020).

Berdasarkan permasalahan tersebut perancang bersama *owner* Warung Gunung Kubua Jawi sepakat merancang media promosi berupa video promosi yang berjudul “Video Promosi Warung Gunung Kubua Jawi Sungai Kamuyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota” beserta media pendukung yang mampu menampilkan ciri khas serta memperkenalkan usaha ini kepada

masyarakat luas melalui akun *Instagram* baru Warung Gunung Kubua Jawi agar dapat membantu usaha ini dalam memberikan informasi kepada konsumennya dengan baik dan mampu bersaing dalam industri kafe.

Perancangan media promosi Kubua Jawi memiliki beberapa referensi dari berbagai pedoman. Pedoman ini menjadi petunjuk untuk membuat karya yang baik. Pedoman yang diambil adalah karya M. Fadhli Al-Farisi (2019) yaitu Perancangan Audio Visual Promosi Cafe Kapatoman, Taruko-Kabupaten Agam dan karya AJ Paskalina (2021) tentang Perancangan Konten Visual Sebagai Media Promosi Pada Sosial Media Instagram Kafe Regina Di Kabupaten Tulungagung, adapun relevansi antara karya perancang dengan dua hasil karya tersebut terletak pada potensi kafe yang akan di visualisasikan, serta penggunaan media promosi digital seperti foto dan video yang di prosesedengan baik seperti penggunaan kamera dan fotografer yang tepat serta pemanfaatan sosial media sangat penting bagi keberhasilan perusahaan dan produk yang ditawarkan. membantu dalam pemasaran. Dalam perancangan video promosi, penggunaan media periklanan fotografi videografi media Instagram sebagai media pendukung pemasaran sosial, dan beberapa media pendukung yang biasa disebut merchandise, juga dirancang untuk menarik perhatian audiens.

Pembaharuan yang perancang tawarkan pada video promosi Warung Gunung Kubua Jawi yaitu terletak pada gaya pengambilan video serta tema pada video, sebab setiap kafe memiliki ciri khas masing-masing sehingga pembawaannya berbeda sehingga perancangan video promosi Warung Gunung Kubua Jawi merupakan karya orisinal perancang. Adapun media pendukung yang perancang buat buat diantaranya adalah *Feed IG*, *Poster*, *X-banner*, *Desain Menu*, *Apron*, *Lanyard* dan *Stiker*, sehingga dengan adanya media pendukung ini diharapkan dapat melengkapi kekurangan yang ada pada video promosi Warung Gunung Kubua Jawi.

## **METODE**

Dalam perancangan video promosi Warung Gunung Kubua Jawi ini menggunakan metode perancangan 4D (four-D). Menurut F. E. Tjahjono, (2019:26-27). Metode 4D terdiri dari (*Define, Design, Develop, Disseminate*). (1) definisi, (2) desain, (3) pengembangan, dan (4) penyebaran adalah empat tahap utama dari metode 4D. Adapun tahapan dalam perancangan video promosi Warung Gunung Kubua Jawi berdasarkan metode perancangan 4D sebagai berikut.

### ***Define (Pendefinisian)***

Dilakukan tahap pendefinisian dan menjelaskan keperluan yang dibutuhkan untuk perancangan video promosi Warung Gunung Kubua Jawi.

### **Analisis Awal**

Analisis awal dilakukan untuk mengetahui kekurangan yang terdapat dalam rancangan video promosi warung gunung Kubua Jawi. Pengumpulan informasi dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi.

### **Analisis Target Audience**

Dalam menentukan target *audience* yang akan menjadi tujuan perancangan video promosi warung gunung Kubua Jawi. Analisis target *audience* dilakukan dengan cara mempelajari, dan mengamati, karakteristik suasana kafe dan bentuk video promosi yang kekinian sesuai dengan *target audience*, serta *traffict instagram* Kubua Jawi.

### **Analisis Tujuan**

Adapun tujuan perancangan yaitu menghadirkan media promosi yang informatif, komunikatif dan efektif. dengan menampilkan visual kekinian, dan sehingga mampu menggambarkan dengan baik kafe ini beserta ciri khasnya, serta sebagai salah satu strategi pemasaran Warung Gunung Kubua Jawi dalam menghadapi persaingan bisnis agar tetap bertahan dalam industri kafe.

### **Design (Perancangan)**

Perancangan sinopsis, *storyline*, *storyboard*, jadwal produksi, *crew*, *equipment*, perkiraan budget, hal-hal lain yang kemungkinan dibutuhkan dalam produksi video promosi Warung Gunung Kubua Jawi dari masalah ditemukan berdasarkan data yang diperoleh pada tahap pendefinisian.

### **Develop (Pengembangan)**

Dilakukan proses validasi melalui penilaian ahli diikuti revisi dan ujicoba pengembangan dari versi awal video promosi Warung Gunung Kubua jawi yang bertujuan untuk menghasilkan versi final karya video promosi yang informatif, komunikatif, dan efektif.

### **Desseminate (Penyebaran)**

Pada tahapan ini dilakukan pengukuran ketercapaian tujuan karya video promosi Warung Gunung Kubua Jawi yang telah direvisi pada tahap pengembangan diimplementasikan pada target atau sasaran sesungguhnya dengan kerjasama antara perancang dengan pihak Warung Gunung Kubua Jawi melalui akun *instagram* Kubua Jawi dilihat dari beberapa aspek, yakni segi informasi, segi komunikasi, dan *feedback dari target audience*. Adapun hal yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan tahapan ini adalah analisa *target audience*, strategi, tema dan penetapan waktu penyebaran.

### **Metode analisis data dalam menggunakan analisis SWOT.**

Metode analisis SWOT berguna dalam pembentukan strategi perancangan Video Promosi Warung Gunung Kubua Jawi, sehingga menjadi strategi penentu masa depan kafe ini dengan memaksimalkan kekuatan, mengelola kekurangan usaha ini, agar dapat menemukan peluang Warung Gunung Kubua Jawi. Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu spekulasi bisnis. (Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi, 2016 :7). Selanjutnya dirumuskan strategi berdasarkan faktor-faktor tersebut.

### **Strength (kekuatan)**

Warung Gunung Kubua Jawi terletak dilembar gunung sehingga kafe ini memiliki *view* khas daerah pengunungan, letak kafe ini jauh dari pemukiman warga sehingga memiliki suasana yang tenang. Selain itu kafe ini memiliki menu andalan yaitu minuman V60 Robusta Sago dan makanannya

Mie Kuning Kuah selain itu masih ada berbagai pilihan makanan dan minuman dengan harga lebih terjangkau dibanding kompetitor Kubua Jawi.

#### **Weakness (kelemahan)**

Warung Gunung Kubua Jawi sangat bergantung pada cuaca karena memiliki desain terbuka, selain itu minimnya promosi dari ini menyebabkan banyak misinformasi, akses jalan yang belum banyak diketahui *target audience* baru.

#### **Opportunity (kesempatan)**

Setelah berakhirnya pandemi Covid-19, banyak masyarakat terutama kaum memburu tempat-tempat viral dan unik, selain itu masyarakat terutama kaum milenial ini juga senang untuk nongkrong di tempat yang tenang.

#### **Threat (hambatan)**

Bermunculan banyak kompetitor baru Warung Gunung Kubua Jawi yang telah lebih dulu melakukan promosi di sosial media, selain itu banyak isu miring masyarakat setempat mengenai Warung Gunung Kubua Jawi karena letaknya jauh dari pantauan warga sekitar.

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **Media Utama Video Promosi**

Perancangan video promosi Warung Gunung Kubua Jawi Sungai Kamuyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota memperlihatkan bagaimana perjalanan menuju kafe ini, serta menampilkan suasana kafe di pagi dan sore hari, lalu menampilkan proses pembuatan makanan dan minuman yang menggugah selera kemudian video ditutup dengan menampilkan pengunjung yang sedang bercengkrama sambil menikmati makanan dan minuman dengan latar belakang panorama Kubua Jawi di sore hari.

Video Promosi ini memiliki alur maju mundur yang menceritakan perjalanan seorang *talent* perempuan berusia 23 tahun beserta dua orang temannya dalam menikmati suasana serta hidangan yang ada di Warung Gunung Kubua Jawi. Video di buka dengan adegan *talent* menyeruput minuman di area *outdoor* Kubua Jawi, kemudian setelah adegan pembuka, diperlihatkan proses perjalanannya menuju kubua jawi dengan menampilkan alamat kafe ini, kemudian diperlihatkan visual area Kubua Jawi baik sore maupun pagi, lalu dilanjutkan dengan memperlihatkan adegan *talent* memesan menu, setelah itu video dilanjutkan dengan memperlihatkan proses pembuatan beberapa menu makanan dan minuman andalan, video dilanjutkan dengan adegan pelayan menghantarkan makanan kepada *talent* tersebut, video ditutup dengan adegan *talent* menikmati hidangan sembari bercengkrama bersama temannya dengan latar belakang Panorama Kubua Jawi di sore hari.

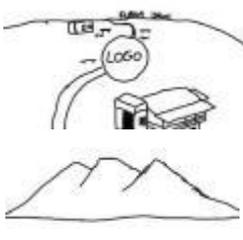
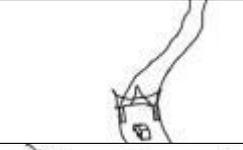
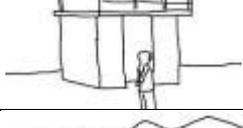
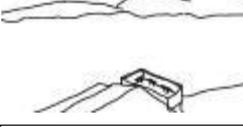
Pembuatan video promosi ini memiliki 3 tahapan yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi.

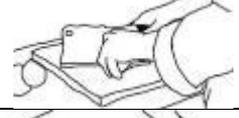
Judul : Video Promosi Warung Gunung Kubua Jawi Sungai Kamuyang, Kabupaten Lima Puluh Kota

Genre : Promosi

Durasi : 1 menit 30 detik

Table 1. Storyboard

Shoot	Sketsa	Keterangan	Durasi	Angle
1		Intro Menyeruput Kopi.	3''	CU
2		Intro Logo dengan background View Kubua Jawi	5''	BE
3		Intro Perjalanan menuju kubua jawi melewati dengan mobil gerbang tanah ulayat.	5''	BE
4		Talent bersama temannya berjalan	5''	WS
5		View memasuki kubua Jawi	5''	BE
6		view Bangunan Kubua Jawi	1''	WS
7		view bagian atas bangunan Kubua Jawi	8''	BE
8		View pagi hari kubua jawi	3''	WS
9		Talent disambut resepsionis	3''	MCU
10		Talent melihat daftar menu	3''	MCU

12		Proses pembuatan <i>latte art</i>	5"	CU
13		Proses pembuatan <i>latte art</i>	2"	ECU
14		Proses pembuatan makanan	5"	CU
15		<i>View</i> makanan andalan	2"	CU
16		<i>View</i> menu andalan	3"	CU
17		<i>View outdoor</i>	3"	BE
18		<i>Talent</i> berswafoto sembari menunggu hidangan	3"	MS
19		<i>Waiters</i> memberi hidangan	8"	MS
20		<i>Talent</i> menikmati hidangan dan bercengkrama	8"	WS
21		<i>Credit</i>	3"	

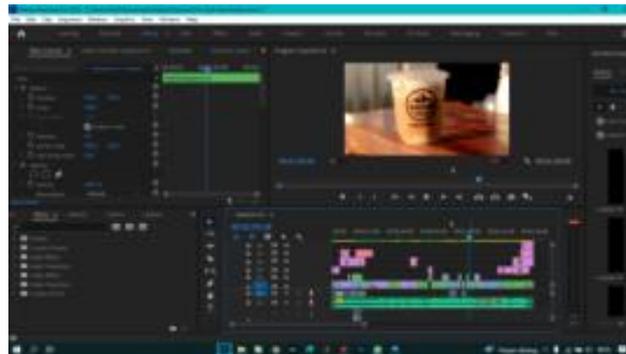
Proses produksi video promosi Warung Gunung Kubua Jawi, Sungai Kamunyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota dilaksanakan berdasarkan jadwal yang telah ditentukan dengan tim produksi. Dalam tahap dilakukan pengambilan gambar dilakukan di dua lokasi, dengan pengambilan gambar yang jelas dan informasi yang disampaikan dimengerti agar meminimalisir pengambilan gambar yang tidak efektif. Pada tahap pengambilan gambar berdasarkan *storyline* dan *storyboard* yang telah dirancang sebelumnya

Tahap pascaproduksi dilakukan setelah selesainya proses produksi. Adapun rincian tahapan pasca produksi sebagai berikut.

### Editing

Dalam proses editing perlu dilakukan secara terstruktur dan terarah berdasarkan konsep yang sudah ada sebelumnya sehingga sesuai dengan perancangan ide pada tahap pra produksi, kemudian

dilakukan penyusunan *footage* berbagai video berdasarkan *story board* dan disesuaikan dengan tema dan *backsound*



Gambar 1 . Proses Editing  
(Sumber Wahyu Aulia, 2022)

### Font

Jenis Font yang digunakandalam video promosi Warung Gunung Kubua Jawi, Sungai Kamunyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota adalah *Montserrat* untuk Desain visual effect, penggunaan *font* tersebut menyesuaikan dengan media pendukung yang dirancang, font *Montserrat* yang tegas dan sederhana dapat dengan jelas menampilkan informasi yang ada pada video seperti alamat, dan *contact person*.

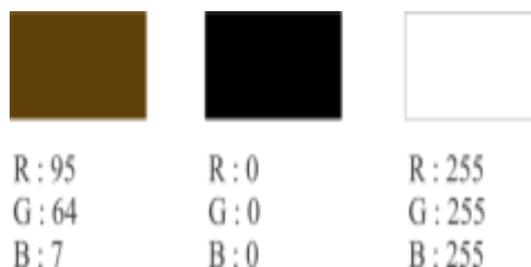
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Kemudian *tagline* berbentuk tulisan tangan dengan font *Hildaquin Regular* sehingga memberi kesan bebas sesuai dengan konsep Warung Gunung Kubua Jawi.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

### Warna

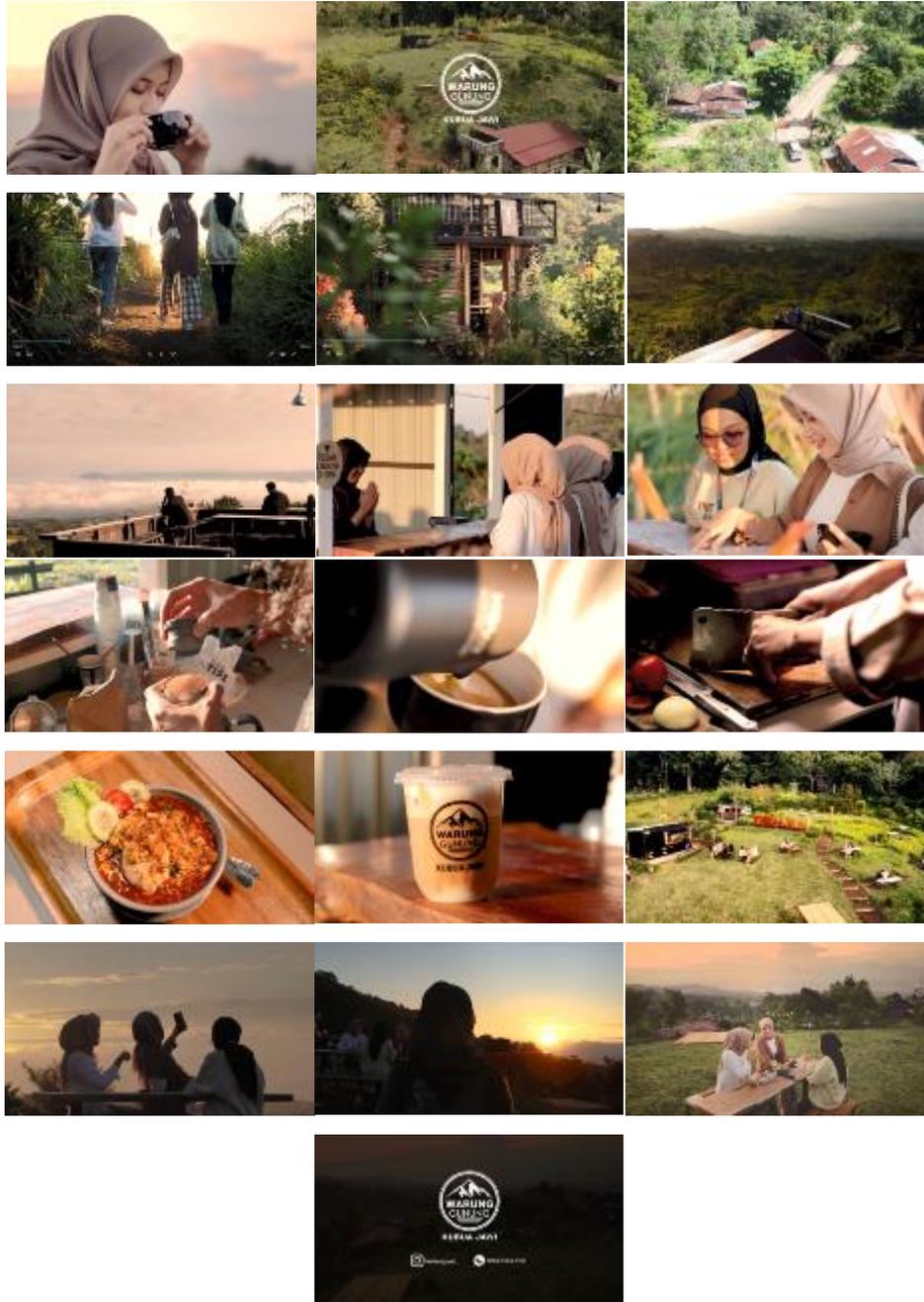
Warna adalah unsur yang sangat penting dalam sebuah desain, karena warna dapat menarik perhatian bagi pengelihatan. Penggunaan warna disesuaikan dengan tema Warung Gunung Kubua Jawi maka digunakan warna :



Gambar 2. Warna

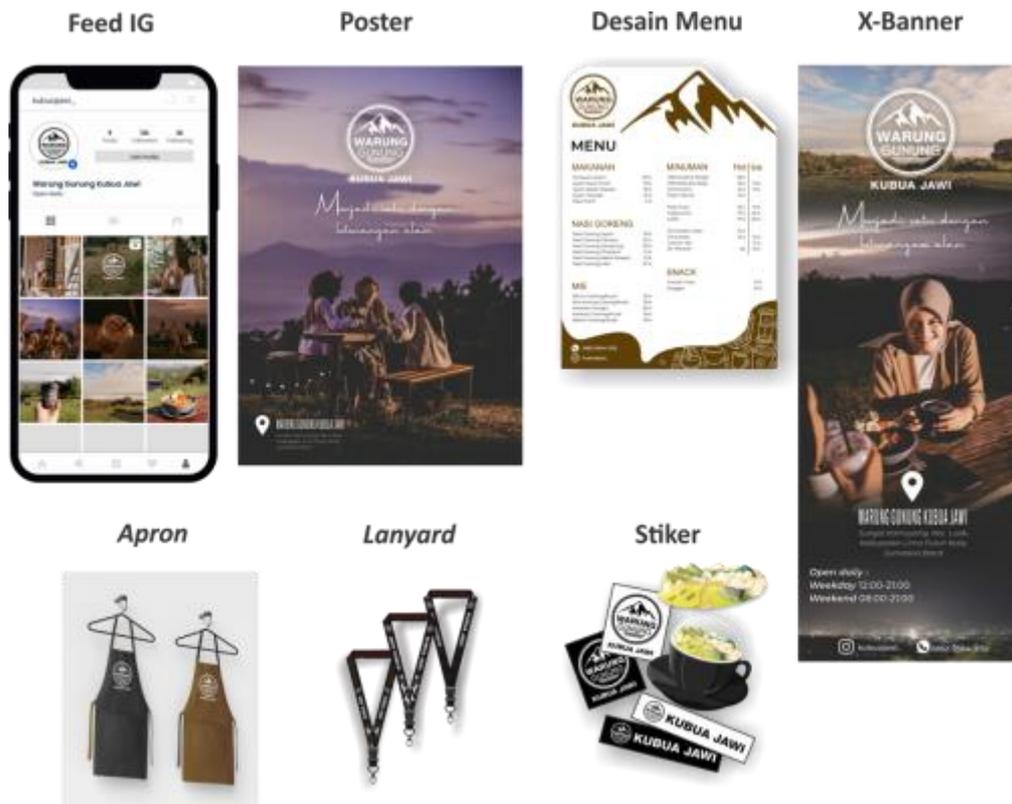
## Final Desain

Setelah proses editing, colour grading, serta revisi, video dibentuk ke versi final, video kemudian di export dengan format mp4 dengan resolusi FHD 1080P. sehingga cocok untuk *feed Instagram*, berikut kumpulan final desain *shoot* video promosi Kubua Jawi.



Gambar 3. Final Desain Video Promosi  
(Sumber Wahyu Aulia, 2022)

## Media Pendukung



Gambar 4. Final Desain Media Pendukung

(Sumber Wahyu Aulia, 2022)

Media pendukung berfungsi sebagai pelengkap informasi yang ada pada video promosi Kubua Jawi, sehingga kekurangan yang ada pada media utama dapat ditutupi dengan adanya media pendukung ini, adapun media pendukungnya terdiri dari 7 jenis yaitu *Feed Instagram* yang terdiri dari 8 feed, *Poster*, *X-Banner*, *Desain Menu*, *Apron*, serta *merchandise* yaitu *Lanyard* dan *Stiker*.

## KESIMPULAN

Pada zaman ini duduk-duduk menghabiskan waktu, maupun sekedar berswafoto untuk kebutuhan sosial media di kafe telah menjadi tren pada masyarakat terutama anak muda, secara umum dengan budget Rp. 50.000 - Rp. 100.000,- cukup untuk menikmati minuman atau makanan yang ada pada kafe. Hal ini dibarengi dengan gencarnya promosi yang dilakukan berbagai kafe untuk terus eksis di tengah semakin menjamurnya kafe di berbagai kota yang ada di Indonesia. Dalam tiga tahun terakhir fenomena ini juga juga terjadi di daerah-daerah luar Kota Payakumbuh terutama di kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota yang berada di lereng Gunung Sago, tidak sedikit kafe di daerah ini tutup karena kalah saing karena kurangnya promosi yang dilakukan.

Perancang mengerjakan perancangan video promosi pada salah satu kafe di kecamatan Luak yaitu Warung Gunung Kubua Jawi, kafe ini masih kalah gencar dalam melakukan promosi dibandingkan kafe-kafe lain yang berada di kecamatan Luak, tentu perlu promosi agar Warung Gunung Kubua Jawi dapat bertahan dalam persaingan industri kafe.

Salah satu usaha yang dilakukan yaitu dengan merancang media promosi berbentuk Video Promosi Warung Gunung Kubua Jawi, Sungai Kamuyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh Kota, yang menampilkan visual kafe secara menarik dan informatif, dalam media promosi ini juga menyertakan media pendukung yang berfungsi sebagai menutupi kekurangan informasi yang ada pada media promosi diantaranya *Feed Instagram, Poster, X Banner, Desain Menu, merchandise* yaitu *Lanyard* dan Stiker.

## **REFERENSI**

- AJ Paskalina, dkk. 2021. Perancangan Konten Visual Sebagai Media Promosi Pada Sosial Media Instagram Kafe Regina Di Kabupaten Tulungagung, Diakses 18 April 2022, Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi Vol. 2 No. 1-Dkv
- Al-Farisi, M. Fadli, Dkk. 2019. Perancangan Audio Visual Promosi Cafe Kapatoman, Taruko-Kabupaten Agam. Skripsi. Padang : Universitas Negeri Padang
- Anzasmoro, Hendri,Dkk. Pembuatan Videografi Sebagai Media Promosi Bitzrockshop Distro Pacitan. Jurnal Stkip Pgri Pacitan. Vol.5.No.1.2020
- Edi Tjahjono, F., & Chendra Wibawa, S. (2019). Pengembangan E-Content Video Infografis Animasi 2d Dengan Menggunakan Metode 4d. *It-Edu : Jurnalninformation Technology And Education*, 4(02). Retrieved From <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/it-edu/article/view/31070>
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. 2016. Teknik Analisis Swot. Jakarta : Anak Hebat Indonesia. Tersedia Dari Googlebook
- Zebua, M. (2016). Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah. Deepublish.