

PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL TWITTER @HUMAS_JOGJA DALAM
MENERAPKAN *E-GOVERNMENT* TAHUN 2017-2018

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Irga Afghani

20150530158

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2019

Naskah Publikasi

Naskah Publikasi Dengan Judul

**PENGLOLAAN MEDIA SOSIAL TWITTER @HUMAS_JOGJA DALAM
MENERAPKAN *E-GOVERNMENT* TAHUN 2017-2018**

Oleh:



Yang disetujui

Dosen Pembimbing

Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis Pengelolaan Media Sosial Twitter Humas Pemda DIY Dalam Menerapkan *E-Government* Tahun 2017-2018. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana pengelolaan media sosial khususnya twitter milik Humas Pemda DIY pada tahun 2017-2018. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif karena peneliti ingin mengumpulkan data berupa informasi, mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada objek penelitian. Adapun objek penelitian yang dilakukan adalah bagian Humas Pemda DIY yang beralamat di Suryatmajan, Danurejan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55213. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan dari media twitter yang telah diterapkan Humas Pemda DIY yaitu melalui beberapa tahapan diantaranya perencanaan dengan pembuatan editorial plan, pengorganisasian, aktualisasi hingga evaluasi. Selain itu juga terdapat relasi konsep *e-government* yang ada mulai dari *government to citizens* (G2C), *government to bussiness* (G2B), *government to government* (G2G) yang telah dilakukan Humas Pemda DIY. Dalam pengelolaan manajemen media twitter yang dilakukan, Dalam proses pengelolaan sesuai dengan tujuan utama dari Humas yaitu memberikan informasi secara cepat dan terarah.

Kata Kunci : hubungan masyarakat, pemerintah daerah, pengelolaan, media sosial, e-government, twitter

ABSTRACT

This research analyzes the management of DIY local public relations in implementing e-government in 2017-2018. The purpose of this research is to describe how the management of social media, especially Twitter, the Public Relations of the DIY Regional Government in 2017-2018. The research method used in this study is a descriptive qualitative research method because research want to collect data in the form of information, identify everything related to the problem under study in the research. The object of research conducted is the Public Relations Regional Government of DIY having its address at Suryatmajan, Danurejan, Yogyakarta City, Special Region of Yogyakarta 55213. The results showed that the management of Twitter media that has been applied by the Regional Government Public Relations DIY is through several stages including planning to make editorial plan, organizing, actualizing and evaluating. In addition there are also relations of e-government concepts that exist from government to citizens (G2C), government to business (G2B), government to government (G2G) that have been carried out by the Regional Government Public

Relations DIY. In the management process in accordance with the main objective of Public Relations, namely to provide information quickly and directed.

Keywords: public relations, local government, management, social media, e-government, twitter

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini berbagai macam teknologi informasi hadir di kehidupan manusia guna memperoleh informasi. Informasi merupakan kebutuhan pokok pada zaman sekarang ini baik untuk pengembangan individu maupun lingkungannya. Setiap manusia memiliki hak untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Salah satu cara untuk memenuhi hak tersebut melalui keterbukaan informasi. Keterbukaan informasi publik merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan masyarakat informasi.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini mendukung terwujudnya keterbukaan informasi publik dengan kecanggihan media sebagai perantara dalam berkomunikasi. Berbagai jenis media muncul dalam kehidupan manusia dan memberi kemudahan kepada manusia dalam kegiatan komunikasinya. Salah satunya adalah adanya penggunaan jaringan internet dalam menyampaikan pesan komunikasi.

Perkembangan internet sebagai *new media (the second media age)* menandai periode baru dimana

teknologi interaktif dan komunikasi jaringan khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Internet memberi kemudahan bagi penggunaannya untuk mengakses informasi dengan sistem online. Sistem online ini dapat diakses dimanapun dan kapanpun pengguna berada. Keberadaan internet sebagai media informasi dan komunikasi menjadi jalur alternatif bagi setiap orang yang menggunakannya.

Sekarang ini, peranan humas khususnya dipemerintahan sangat lah dibantu dengan adanya perkembangan teknologi yang secara pesat membantu mempermudah tugas dari humas. Dengan perkembangan teknologi yang pesat juga memunculkan berbagai aplikasi sosial media yang digunakan oleh banyak masyarakat, tidak terkecuali bagi humas pemerintahan. Dengan

adanya sosial media yang ada, humas kini tidak lagi merasa susah dan cepat dalam menyampaikan informasi kepada publik. Hal ini terjadi karena mayoritas masyarakat Indonesia telah mengenal dan menggunakan sosial media yang ada. Ini terbukti dari data kementerian komunikasi dan informatika (kominfo) Republik Indonesia bahwa pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 63 juta orang dan 95 persen nya digunakan untuk sosial media

(https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker pada 3 Desember 2018 pukul 12:15). Hal ini mendorong pemerintah turut serta memanfaatkan penggunaan twitter sebagai media alternatif dalam menyampaikan informasi kepada

masyarakat. Dengan menggunakan akun twitter, pemerintah akan dengan mudah menyampaikan informasi baik berupa sosialisasi program dan kebijakan, keberhasilan pembangunan dan pencapaian prestasi lainnya dalam suatu instansi tertentu. Dalam dunia politik dan pemerintahan memiliki dampak yaitu pada penyebaran gerakan reformasi politik sangat cepat. Kebebasan politik yang awalnya terbentuknya masyarakat informasi (the information society) Indonesia sebagai unsur penting dalam gelombang demokratisasi (Idham, Jurnal Makna, No. 2, September 2010-Februari 2011: 42)

Salah satu organisasi atau institusi yang menerapkan internet sebagai media berkomunikasi dengan para *stakeholdernya* adalah Pemerintah Daerah (Pemda) DIY.

Maksud dari adanya penggunaan sosial media ini adalah guna memudahkan publik dalam menerima informasi yang ada di lingkungan DIY secara cepat dan responsif agar nantinya Pemda DIY dapat meningkatkan reputasinya dalam menerapkan *E-Government* di Indonesia. Selain itu, pemanfaatan ruang komunikasi virtual tidak saja berada dalam domain institusi yang berada dalam wilayah *center development* melainkan juga institusi-institusi yang berada di daerah lainnya (Edwin, Jurnal Ilmu Komunikasi, No. 2, Agustus 2008: 92-112). Adapun salah satu media sosial yang digunakan oleh Pemda DIY dalam menajalankan tugasnya yaitu media sosial berupa twitter.

KAJIAN TEORI

1. Sosial Media

1.1 Pengertian Media Sosial

Sosial media adalah salah satu perkembangan dari media online, hal ini merupakan salah satu fenomena yang sering muncul dalam berkembangnya teknologi dan inovasi dari media online.

Menurut Chris Brogan (2010:11) dalam bukunya yang berjudul *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online* mendefinisikan *Social media* sebagai berikut:

“Social media is a new set of communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to the common person”. (Sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya

tidak tersedia untuk orang biasa).

1.2 Karakteristik *Social Media*

Adapun karakteristik menurut Rizky (Jurnal 2015: 224-242) menyebutkan sebagai berikut :

1.Partisipasi, mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan audiens.

2.Keterbukaan, kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan bali dan partisipasi melalui saran-saran voting

3.Komunitas, media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan.

4.Keterhubungan, mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antara pengguna, melalui fasilitas tautan (*links*) ke *website*, sumber-sumber informasi, dan pengguna lainnya.

2. Hubungan Masyarakat Pemerintahan

2.1. Pengertian humas pemerintah

Eksistensi humas dalam suatu lembaga atau instansi pemerintah merupakan suatu keharusan baik secara fungsional maupun operasional. Kelengkapan ini dianggap sangat penting karena falsafah negara yaitu dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat seperti yang dikehendaki dalam sistem demokrasi Negara Indonesia. Sebagai negara demokrasi, humas berfungsi melayani rakyat, karena rakyat turut mengawasi setiap kegiatan pemerintah.

2.2 Peran Humas Pemerintahan

Ruslan dalam bukunya *Etika Kehumasan Konsepsi dan Aplikasi* (2011:110-111) mengemukakan bahwa, peran humas pemerintah menyangkut beberapa hal sebagai berikut :

1. **Secara taktis** (jangka pendek), humas instansi pemerintah berupaya memberikan pesan-pesan atau

informasi yang efektif kepada masyarakat sebagai khalayak sasarannya. Kemampuan untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, memotivasi dan memiliki pengaruh terhadap opini publik sebagai upaya “menyamakan persepsi” dengan tujuan dan maksud dari instansi atau lembaga yang bersangkutan.

2. **Secara strategis** (jangka panjang), humas instansi pemerintah berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan (*decision making process*), dalam memberikan sumbang saran, gagasan, dan ide yang kreatif serta cemerlang untuk mensukseskan program kerja lembaga yang bersangkutan, sehingga mampu menunjang keberhasilan pembangunan nasional jangka panjang serta mendorong melalui

kerja sama dan mendapat dukungan dari masyarakat.

3. E-Government

3.1 Pengertian E-Government

E-Government adalah suatu mekanisme interaksi baru (modern) antara pemerintah dengan masyarakat dan kalangan lain yang berkepentingan (stakeholder), dimana melibatkan penggunaan teknologi informasi (terutama internet), dengan tujuan memperbaiki mutu (kualitas) pelayanan publik (Richardus Eko Indrajid, 2002).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif, metode ini hanya memberikan gambaran atau deskriptif tentang variabel dari sebuah fenomena yang diteliti.

Menurut Elvirano (2011: 47) dalam buku metodologi penelitian untuk *public relations* menyebutkan bahwa:

Di dalam penelitian deskriptif, variabel yang diteliti bisa satu, dua, tiga atau lebih. Setiap variabel yang diteliti tidak dilakukan pengujian untuk mengetahui adanya hubungan dari variabel-variabel yang diteliti atau dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan rumus statistik analisis yang digunakan dalam metode deskriptif.

HASIL PENELITIAN

1. Perencanaan Dengan Pemetaan Informasi Melalui *Editorial Plan*

Dalam merencanakan suatu manajemen media tentunya tahapan perencanaan menjadi hal yang sangat penting. Tahapan ini yang akan

membawa pedoman pada tahapan-tahapan selanjutnya. Sehingga dalam proses selanjutnya pimpinan mengetahui secara pasti tujuan dari jangka pendek dan jangka panjang dalam pengelolaan media yang ada. Seperti halnya Humas Pemda DIY melakukan perencanaan dalam pengelolaan media yang dimilikinya khususnya *twitter* adalah dengan melakukan *fact finding* yang ada. Ini dimaksudkan agar tidak adanya kesalahan yang terjadi saat mengimplementasikan tahapan selanjutnya. *Fact finding* disini diartikan dalam Humas Pemda DIY adalah instansi menjadi yang paling pertama dalam memetakan informasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para pejabat daerah (Gubernur, Wakil Gubernur, Sekretaris Daerah).

2. Pengorganisasian Tim Pengelola Media Sesuai Dengan Pergub

Pengorganisasian adalah suatu tahapan yang meliputi penugasan setiap aktivitas, membagi pekerjaan ke dalam setiap tugas yang spesifik dan menentukan siapa yang memiliki hak untuk mengerjakan beberapa tugas. Proses dalam organisasi memastikan setiap sumber daya tersedia untuk menjalankan rencana dan mencapai tujuan yang berhubungan dengan organisasi. Agar tujuan tercapai maka dibutuhkan pengorganisasian yang jelas. Dalam organisasi biasanya diwujudkan dalam bentuk bagan organisasi yang kemudian dipecah menjadi beberapa jabatan. Adapun cara Humas Pemda DIY melakukan pengorganisasian adalah dengan cara melakukan rekrutmen pegawai berdasarkan peraturan yang ada di Gubernur. Sehingga proses dari pengorganisasian Humas Pemda

DIY sendiri mengikuti kebutuhan yang diperlukan sesuai dengan ketentuan dari peraturan Gubernur.

3. Aktualisasi dengan memposting tweet serial (*thread*)

Komunikasi dimulai dari suasana untuk saling mempercayai yang diciptakan oleh pihak internal maupun eksternal dalam suatu instansi pemerintahan agar nantinya memiliki pandangan yang sama dalam mencapai tujuan. Dalam hal ini Humas Pemda DIY mengutamakan pemberitaan yang berkredibilitas, validitas dan kecepatan humas dalam menguasai isu yang ada. Dalam penyampainya pesan kepada masyarakat, pihak Humas Pemda DIY tidak menggunakan prinsip *prime time* dalam memposting *tweet* di akun twitternya, melainkan Humas Pemda DIY bisa kapan saja melakukan

tweet terkait dengan kebijakan maupun kegiatan kepala daerah yang mungkin diperlukan oleh masyarakat.

Dalam melakukan implementasi Humas Pemda DIY di sosial media memberikan informasi, kebijakan dan kegiatan pemimpin (Gubernur, Wakil Gubernur dan Sekretaris Daerah).

4. Monitoring dan evaluasi melalui grafis *insight*

Dalam melakukan manajemen khususnya manajemen media proses yang juga penting adalah proses controlling (monitoring dan evaluasi). Pada proses ini diperlukan kajian terhadap seluruh kegiatan yang telah dijalankan dari proses sebelumnya (mulai dari perencanaan sampai aktualisasi). Proses ini merupakan penilaian dari seberapa efektifkah

kegiatan yang telah dilakukan. Bentuk pengawasan yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dengan memonitor secara langsung maupun tidak langsung dari kinerja baik secara fungsional dan administrasi. Dalam melaksanakan rencana kerja yang sudah disusun dan diawasi bentuk yang dilakukan Humas Pemda DIY adalah dengan melakukan perbandingan dan melakukan pengecekan setiap periodenya dengan melihat grafis *insight* yang ada pada twitter.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengelolaan Media Sosial Twitter Humas Pemda DIY Dalam Menerapkan *E-Government* Tahun 2017-2018, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

Pesan yang ingin disampaikan oleh Humas Pemda DIY dalam menerapkan salah satu media sosialnya yaitu twitter menjadi *tools* dalam menerapkan *E-Government* dalam bidang informasi masih dirasa kurang efektif. Hal tersebut dikarenakan akun media sosial berupa twitter sendiri masih hanya memberikan informasi berupa kegiatan atasan dari kepala daerah sendiri. Meskipun dilain sisi terkadang akun twitter @humas_jogja memberikan *jokes* kepada netizen yang mana harapannya tercipta saling interaksi antara pihak pengelola dalam hal ini humas pemda DIY dengan netizen yang mengikuti akun media sosial twitternya.

Pada aspek pengelolaan, apa yang dilakukan oleh pihak humas di akun twitternya @humas_jogja dapat

menarik jumlah followers yang ada. Seperti penggunaan gaya bahasa jawa khas Jogja yang membuat akun ini terlihat tidak kaku. Pada intinya akun twitter @humas_jogja merupakan akun twitter yang baik, karena memenuhi dua poin yaitu keterlibatan dan kecepatan. Selain itu juga, akun twitter @humas_jogja telah memenuhi beberapa aspek dalam menerapkan *e-government* yang baik dalam bidang pemberian informasi. Selain itu juga banyak beberapa prestasi yang telah diraih oleh Pemda DIY dalam bidang pengembangan teknologi, komunikasi dan informasi beberapa tahun ini. Namun dilain sisi juga, akun twitter @humas_jogja masih melakukan pemberitaan di twett nya tentang kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan daerah DIY saja.

Kemudian dalam menyampaikan informasi melalui media sosial twitter Humas Pemda DIY sering melakukan tweet secara serial dengan hastag #jogjaistimewa guna informasi yang dibuat secara serial tidak dapat terpisahkan dan memudahkan dalam pencarian. Hal ini akan memudahkan para netizen yang akan membaca informasi.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, adapun saran-saran yang peneliti berikan yang nantinya menjadi bahan masukan untuk :

- 1.Humas Pemda DIY (akun twitter @humas_jogja)

- 1.Lebih menentukan waktu prime time dalam menuliskan twett agar nantinya informasi yang telah di tulis dapat tersampaikan dengan baik oleh stakeholders yang ada.

2. Pihak humas sebaiknya tidak hanya melakukan proses audit pengelolaan media sosial secara internal saja, Namun juga agar dilakukan proses audit pengelolaan media sosial secara eksternal.

3. Akun twitter @humas_jogja perlu dioptimalkan lebih giat kembali dengan meningkatkan interaktivitas. Hal tersebut seperti penggunaan hastag #jogjaistimewa guna memudahkan pengelola untuk menanggapi aspirasi dan komentar yang masuk. Peneliti melihat bahwa hastag yang digunakan oleh Humas Pemda DIY dirasa masih kurang karena kata-kata yang dipilih masih bersifat umum sehingga mudah tercampur dengan informasi lainnya yang tidak berhubungan dengan kegiatan dari pemerintah daerah Yogyakarta. Hastag juga dapat

digunakan sebagai alat bantu dalam melacak sebuah informasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amsyah, Z. (2005). *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: Gramedia. .
- Ardianto, E. (2011). *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Badri, M. (2011). *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips To Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hardiyansah. (2015). *Komunikasi Pelayanan Publik: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gava Media.

- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT.Gelora Akasara Pratama.
- Indrajit , R. E. (2002). *Membangun Aplikasi E-Government*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jallaludin, R. (1998). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Morrisan. (2013). *Manajemen Media Penyiaran:Strategi Mengelola Radio&Televisi Ceatakan Keempat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, D. (2001). *Ilmu Komunikasi,Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Romli, A. S. (2013). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Ruslan, R. (2011). *Etika Kehumasan,Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Sukarna. (2011). *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Winardi. (2000). *Asas-asas Manajemen*. Bandung: Mandar Maju.
- Jurnal**
- Adhitya, R., Noor, M., & Hairunnisa. (2018). Analisis Tugas Pokok dan Fungsi Hubungan Masyarakat Universitas Mulawarman. *e Journal Ilmu Komunikasi* , 325-336.
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 224-242.
- Holik, I. (2010-2011). Teknologi Baru Media dan Demokratisasi Di Indonesia . *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 41-57.
- Iswandi. (2016). *Jurnal Aspikom*, 457-475.
- I Wayan Lanang Pastika, G. S. (2016). Penerapan Konsep Pengorganisasian Dan Pengarahan Pada PT. Bayus Cargo Badung Bali. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 197-205.
- Muhammad Edy Susilo, P. d. (2016). Pendekatan Stakeholders Engagement dalam Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 122-135.

Sosiawan, E. A. (2008). Model Manajemen Komunikasi Front Office E-Government Sebagai Media Pelayanan Publik (Studi Pada Situs Pemerintah Daerah Kota/Kabupaten Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 92-112.

Wijayanti Rita Yulianti, N. I., & Wijaya, B. (2019). Pengaruh Sosial Media Terhadap User Engagement Pada Akun Facebook Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 48-59.

Yursida Muflihah, T. D. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Warga Dan Pemerintahan Dalam Adopsi E-Government Sebuah Ulasan Sistematis. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 304-310.

Yordan Putra Anggana, A. A. (2009). Upaya Pengembangan E-Government Dalam Pelayanan Publik Pada Dinas Koperasi Dan UKM Kota Malang. *Jurnal Administasi Publik (JAP)*, 80-88.

Online

(https://www.kpk.go.id/images/pdf/uu%20pip/UU_No_14_Tahun_2008.pdf diakses pada 1 Maret 2019 pukul 22:14)

(www.worldbank.org/publicsector/egov/definition.htm diakses pada 11 Januari 2019 pukul 17:52)

https://eppid.kominfo.go.id/uploads/instruksi_presiden_no_3_th_200311.pdf

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos> diakses pada 9 Januari 2019 pukul 19:45

<https://www.lifewire.com/what-is-microblogging-3486200> diakses pada 18 Februari 2018 pukul 23:29

Laksana Inpres No. 9 Tahun 2005, Pemerintah Akan Rekrut Tenaga Humas Pemerintah Diakses http://www.setneg.go.id/index.php?lang=en&option=com_content&task=view&id=9942 pada 3 Desember 2018 pukul 12:15

<https://jogjaprovo.go.id/profil/3-sejarah> diakses pada 17 Desember 2019 pukul 21:20

<http://biroumum.jogjaprovo.go.id/> diakses pada 17 Desember 2019 pukul 21:24