

## **Program Humas Kegiatan Orang Tua Asuh Satwa di Kebun Binatang Bandung**

(Analisis Studi Kasus Kegiatan Humas pada Program Orang Tua Asuh Satwa di Kebun Binatang Bandung)

Public Relations Program for Animal Foster Parents at Bandung Zoo  
(Analysis of Case Study of Public Relations Activities in Animal Foster Parent Programs at Bandung Zoo)

<sup>1</sup> Reffi Annisa, <sup>2</sup> Maman Chatamallah

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>reffianisa115@gmail.com, <sup>2</sup>maman.chatamallah@gmail.com*

**Abstract.** This study aims to describe and analyze the public relations activities of zoo Bandung in managing post-negative media coverage in the media. This study also aims to gain knowledge of the stages of the process of public relations activities, programs run, and the barriers of public relations in the activities of foster parents in zoos Bandung. This study used a qualitative descriptive approach with the type of research in the form of case studies. The object of this research is zoo Bandung. Subjects in this study are public relations zoo Bandung, veterinarians who follow these activities, parents foster animals, and one of the journalists covering these activities. The process of collecting data is done through observation, in-depth interviews, and documentation. Data in analysis through three ways according to Miles and Huberman is data reduction, data presentation, and the last through drawing conclusions. The result of the research shows that (1) The stages performed by the public relation in conducting the activities of the parents of the foster animal is in doing the situation / situation analysis, planning, and doing the action / implementation. (2) The training program and the naming of animals is a privilege given to the foster parents of the animals in order to support the activity well. (3) Obstacles of public relations in the activities of foster parent animal is the lack of people who do not know the existence of the program and also the desire of the community based on just want to be famous and popular.

**Keywords:** Public Relations, Public Relations Activities, Imaj, Bandung Zoo.

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis kegiatan humas kebun binatang Bandung dalam mengelola citra pasca pemberitaan negatif di media. Penelitian ini juga bertujuan untuk memperoleh pengetahuan tahap-tahap proses kegiatan public relations, program yang dijalankan, dan hambatan-hambatan humas dalam kegiatan orang tua asuh satwa di kebun binatang Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian dalam bentuk studi kasus. Objek penelitian ini adalah kebun binatang Bandung. Subjek dalam penelitian ini adalah humas kebun binatang Bandung, staff/dokter hewan yang mengikuti kegiatan tersebut, orang tua asuh satwa, dan salah satu wartawan yang meliput kegiatan tersebut. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data di analisis melalui tiga cara menurut Miles dan Huberman yaitu mereduksi data, penyajian data, dan yang terakhir melakukan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Tahap-tahap yang dilakukan humas dalam melakukan kegiatan orang tua asuh satwa yaitu dalam melakukan analisis keadaan/situasi, melakukan perencanaan, dan melakukan aksi/pelaksanaan. (2) Program pelatihan dan pemberian nama satwa merupakan keistimewaan yang diberikan kepada orang tua asuh satwa guna mendukung berjalannya kegiatan dengan baik. (3) Hambatan humas pada kegiatan orang tua asuh satwa adalah kurangnya masyarakat yang belum mengetahui adanya program dan juga keinginan masyarakat yang didasari hanya ingin terkenal dan populer.

**Kata kunci :** Public Relation, Kegiatan humas, Citra, Kebun Binatang Bandung.

### **A. Pendahuluan**

Kedudukan humas atau *public relations* dalam suatu lembaga sangatlah penting, dimana dalam suatu lembaga seorang humas pasti memiliki suatu kegiatan dalam lembaganya, seperti kita ketahui tujuan paling mendasar dari kegiatan humas adalah menciptakan pemahaman. Menurut Jefkins dalam bukunya *Public Relations* menyatakan bahwa “Setiap praktisi Humas berkewajiban menjadikan khalayak

organisasinya memahami produk atau kehadiran organisasi secara keseluruhan. Mereka sama sekali tidak dibebani tugas untuk membuat khalayak tadi menyukai atau mencintai organisasinya. Kalau khalayak bisa memahami kondisi organisasi, meskipun mereka tidak menyukainya, tujuan humas sudah tercapai”.

Kegiatan humas dilakukan untuk menumbuhkan suatu pengertian atau pemahaman. Jadi pada intinya kegiatan humas senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman/pengertian melalui pengetahuan. Pengertian dan pemahaman yang tercipta diantara publik dengan perusahaannya dapat membuat citra suatu perusahaan semakin baik di mata publiknya.

Kebun binatang Bandung merupakan tempat wisata yang mempunyai sejarah di kota Bandung dan memiliki humas juga program kegiatan dalam lembaganya, maka peneliti ingin melakukan penelitian dari kebun binatang Bandung tersebut. Pada saat ini kebun binatang Bandung mempunyai suatu kegiatan orang tua asuh satwa. Melihat dari fenomena kebun binatang Bandung saat ini sangat erat kaitannya dengan sebuah citra lembaga.

Program tersebut dibuat guna menarik partisipasi masyarakat agar lebih mencintai hewan dan sebagai bentuk menumbuhkan citra positif dimata masyarakat. Selain itu program kegiatan orang tua asuh satwa ini memberikan pemahaman dari keadaan hewan yang di asuhnya serta memberikan edukasi kepada masyarakat agar masyarakat memahami keadaan, jenis, pemeliharaan seputar hewan tersebut.

Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus maka fokus penelitian masalah dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui keefektian kegiatan humas dalam menunjang keberhasilan program orang tua asuh satwa yang dilaksanakan di kebun binatang Bandung. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tahapan-tahapan yang dilakukan Humas agar program kegiatan orang tua asuh satwa di Kebun Binatang Bandung berjalan dengan baik?
2. Mengapa harus dilakukan program seleksi, pelatihan dan pemberian nama kepada satwa dalam kegiatan program orang tua asuh satwa di Kebun Binatang Bandung?
3. Apa Hambatan Humas pada kegiatan Orang Tua Asuh satwa di Kebun Binatang Bandung?

## **B. Landasan Teori**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa konsep dan teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Peneliti menggunakan definisi menurut Cutlip dan Center dalam Effendy (2009:116) PR adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

Suatu lembaga atau perusahaan memiliki tujuan public relations yang memberikan pemahaman positif terhadap publik dan membangun kerjasama yang baik mengenai produk yang kita berikan terhadap publik. Adapun menurut Rachmat Kriyantono (2008:5) menyatakan bahwa Public Relations adalah fungsi manajemen dalam melaksanakan kegiatan komunikasi, maka pada dasarnya tujuan public relations adalah tujuan-tujuan komunikasi. Dalam realitas praktik public relations di perusahaan, tujuan public relations antara lain menciptakan pemahaman publik, membangun citra corporate, membangun opini publik yang favorable serta membentuk goodwill dan kerja sama.

Penelitian ini juga menggunakan acuan menurut F. Rachmadi (1996: 111) menyatakan bahwa, “Kegiatan public relations dilakukan melalui proses Penemuan fakta (factfinding), Perencanaan (planning), Komunikasi (comunication), Evaluasi (evaluation)”. Menurut Onong Uchjana Effendy (2002: 97) proses humas meliputi tahap-tahap berikut ini:

1. Penelitian (*Research*): Tahap penelitian merupakan kegiatan mendapatkan data dan fakta yang erat sangkutannya dengan pekerjaan yang akan digarap.
2. Perencanaan (*Planning*): Dalam tahap perencanaan ini, *public relations officer* melakukan penyusunan daftar masalah. Perencanaan disusun dengan berpijak pada data dan fakta yang diperoleh pada tahap penelitian tadi.
3. Pengerjaan (*Action*): Tahap action dari kegiatan *public relations* merupakan komunikasi sehingga tahap ini sering disebut tahap komunikasi.
4. Evaluasi (*Evaluation*): Tahap evaluasi merupakan tahap terakhir setelah tahap-tahap penelitian, perencanaan, dan pengerjaan. Tujuan utama dari evaluasi ialah untuk mengetahui apakah kegiatan *public relations* benar-benar dilaksanakan menurut rencana berdasarkan hasil penelitian atau tidak.

Adapun definisi sosialisasi yang digunakan peneliti menurut Narwoko dan Suyanto seperti yang dikutip Sukmawati Herlina (2009:3), “sosialisasi dapat diartikan sebagai kegiatan penyebarluasan informasi oleh lembaga tertentu kepada masyarakat”. Sosialisasi tersebut dapat dilakukan melalui tatap muka secara langsung dan melalui media. Sosialisasi juga merupakan proses yang amat besar signifikannya bagi kelangsungan keadaan tertib masyarakat.

Elvinaro Ardianto (2010:100), dalam bukunya Metodologi Penelitian Untuk Public Relations menjelaskan pengertian citra adalah gambaran yang tercipta dari hasil pengalaman dari pemilik gambaran itu sendiri, dengan kata lain bagian dari citra adalah sejarah citra itu sendiri. Citra merupakan serangkaian pengetahuan, pengalaman, perasaan (emosi) dan penilaian pribadi yang sangat diyakini kebenarannya.

Adapun pengertian citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya. (Ruslan, 2008:80).

Dapat disimpulkan teori S-O-R adalah stimulus yang diberikan kepada target kemudian direspon oleh target tersebut. Stimulus ketika diberikan kemudian dikomunikasikan sehingga mendapat respon dari komunikan yang telah menerima stimulus di awal.

Terkait dengan permasalahan di kebun binatang Bandung mengenai adanya pemberitaan satwa terlihat kurus dan kasus gajah mati yang menjadi sorotan dunia maka seperti dalam kerangka pikir yang dibuat oleh penulis dijelaskan bahwa cara yang digunakan oleh humas yaitu dengan mengadakan suatu aktivitas public relations/humas, mengacu pada pendapat Nova (2009:38) menyatakan aktivitas public relations adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara lembaga dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan, produksi, demi kemajuan lembaga atau citra positif lembaga bersangkutan.

Humas kebun binatang Bandung mengadakan suatu kegiatan orang tua asuh satwa di kebun binatang Bandung dalam membentuk citra positif dimata publik. Penulis menganalisis sejauh mana kegiatan dilakukan, tahapan-tahapan yang

dilakukan humas kebun binatang Bandung, sesuai dengan proses kegiatan Public Relations menurut Onong Uchjana Effendy (2002: 97) proses humas meliputi tahap-tahap berikut ini: Penelitian (Research), Perencanaan (Planning), Penggiatan (Action), Evaluasi (Evaluation).

Penulis juga menganalisis keunikan dari program kegiatan orang tua asuh satwa yang diberikan kepada masyarakat khususnya calon orang tua asuh dan orang tua asuh satwa. Keunikan tersebut meliputi seleksi, pelatihan, dan pemberian nama kepada satwa yang diberikan oleh orang tua asuh satwa. Serta peneliti menganalisis strategi yang dilakukan humas kebun binatang Bandung dan hambatan yang terjadi dalam kegiatan orang tua asuh satwa tersebut.

Program orang tua asuh satwa ini dibuat guna memberikan pemahaman dan pengertian kepada masyarakat tentang keadaan dan cara merawat satwa. Selain itu kegiatan ini dibuat dengan tujuan membuat masyarakat lebih mencintai satwa dan mengedukasi masyarakat. Dengan adanya program tersebut seorang Humas/Public Relations harus melakukan aktivitas Public Relations seperti sosialisasi, dan tata kelola serta tahapan-tahapan yang dilakukan pada proses kegiatan public relations yaitu kegiatan orang tua asuh satwa. Sehingga dari terlaksanakannya kegiatan yang dilakukan Humas kebun binatang Bandung tersebut dapat memulihkan dan menimbulkan kembali citra yang positif dimata masyarakat dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

### **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### **Tahapan-tahapan yang dilakukan Humas dalam Program Orang Tua Asuh Satwa**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung dengan informan, hasilnya bahwa tahapan-tahapan yang dilakukan humas agar kegiatan orang tua asuh berjalan dengan baik yaitu dengan melakukan analisis keadaan atau situasi yang terjadi, perencanaan, dan melakukan aksi atau pelaksanaan. Ketiga langkah tersebut dilakukan humas dalam membuat suatu kegiatan, termasuk kegiatan orang tua asuh satwa, pada tahapan pertama yaitu analisis keadaan/ lingkungan humas melihat dari lingkungan maupun pemberitaan lewat media, sedangkan pada tahap perencanaan humas merencanakan langkah-langkah yang akan dilakukan dan langkah yang akan dicapai dari adanya kegiatan. Tahap terakhir yaitu aksi, dalam tahap ini humas kebun binatang Bandung melakukan berbagai publikasi melalui berbagai macam fasilitas seperti media, baik media cetak, media online dan media elektronik.

Dalam proses kegiatannya humas kebun binatang Bandung melakukan tahap-tahap proses kegiatan Public Relations seperti analisis keadaan atau situasi yang terjadi, perencanaan, dan melakukan aksi atau pelaksanaan, namun tidak melakukan evaluasi pada tahapannya. Karena seperti yang penulis utarakan pada tinjauan pustaka bahwa menurut Onong Uchjana Effendy (2002: 97) proses humas meliputi tahap-tahap berikut ini:

1. Penelitian (Research)
2. Perencanaan (Planning)
3. Penggiatan (Action)
4. Evaluasi (Evaluation)

#### **Pengadaan Seleksi, Pelatihan, dan Pemberian Nama Satwa Pada Program Kegiatan Orang Tua Asuh Satwa**

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara secara mendalam dan observasi langsung dengan informan hasilnya bahwa dalam kegiatan satwa orang tua

asuh satwa di kebun binatang Bandung diadakan seleksi, pelatihan kepada yang akan menjadi orang tua asuh satwa, serta orang tua asuh satwa diberikan keistimewaan untuk memberikan nama pada satwanya.

Seleksi dilakukan tujuannya adalah :

1. Untuk mengetahui asal-usul orang tua asuh
2. Untuk mengetahui motivasi, visi, dan misi calon orang tua asuh
3. Untuk mengetahui penghasilan calon orang tua asuh satwa

Pelatihan/pendampingan untuk orang tua asuh tujuannya agar orang tua asuh itu sendiri tahu bagaimana memelihara satwanya dengan baik. Keistimewaan orang tua asuh dapat memberi nama kepada satwanya. Memberikan nama kepada satwa sebagai bentuk keistimewaan yang diberikan untuk orang tua asuh. Seperti halnya salah satu yang menjadi orang tua asuh satwa yaitu adalah ibu Atalia, beliau dan suaminya Ridwan Kamil pada waktu itu masih menjabat sebagai walikota Bandung memberi nama bayi orang utan dengan nama “Cinta Lestari” nama tersebut mempunyai arti khusus dimata beliau. Kegiatan pemberian nama atau pengadopsian satwa tersebut dilakukan dengan syarat jika calon orang tua asuh satwa sudah memenuhi syarat dan kriteria dan juga mampu untuk menjadi orang tua asuh sekaligus donatur. Sehingga bila calon orang tua asuh tersebut memenuhi syarat mereka harus melakukan MOU ataupun suatu perjanjian kontrak dengan kebun binatang Bandung.

Program dalam kegiatan yang dilakukan humas kebun binatang Bandung ini sudah tepat karena adanya seleksi seperti wawancara pada kegiatan ini ditujukan agar memantapkan sasaran humas pada kegiatan orang tua asuh satwa. Menurut Haris Munandar (2002: 86) ada beberapa alasan pokok mengapa suatu organisasi atau perusahaan harus mengenali atau menetapkan khalayaknya, yakni:

1. Untuk mengidentifikasi segmen khalayak atau kelompok yang paling tepat untuk dijadikan sasaran suatu program public relations.
2. Untuk menciptakan skala prioritas, sehubungan dengan adanya keterbatasan anggaran dan sumber-sumber daya lainnya.
3. Untuk memilih media dan teknik public relations yang paling sesuai.
4. Untuk memperoleh pesan-pesan sedemikian rupa agar cepat dan dapat diterima.

### **Hambatan Humas Pada Kegiatan Asuh Satwa di Kebun Binatang Bandung**

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara secara mendalam, banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya program orang tua asuh satwa. Selain itu adapun masyarakat yang berminat menjadi orang tua asuh satwa bukan berdasarkan mencintai hewan dan ingin memelihara hewan tersebut melainkan ingin populer.

Hambatan dari pihak orang tua asuh satwa tidak ada hanya saja terkadang waktu yang kurang mendukung untuk bisa berkunjung dikarenakan kesibukannya. Dengan adanya kegiatan orang tua asuh ini diharapkan kebun binatang Bandung dapat menumbuhkan citra lembaga/perusahaan karena kegiatan tersebut bertujuan untuk mengedukasi masyarakat dan memberikan dampak positif terhadap keberhasilan lembaga sehingga dapat memberikan kesan baik di mata publik sejalan dengan pengertian citra menurut Ruslan, (2008:80) citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya.

## D. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kegiatan orang tua asuh satwa di kebun binatang Bandung. Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka pada bab terakhir ini dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Tahap-tahap yang dilakukan humas dalam kegiatan orang tua asuh satwa di kebun binatang Bandung yaitu dengan melakukan analisis keadaan atau situasi, melakukan perencanaan, dan melakukan aksi atau pelaksanaan. Ketiga langkah tersebut dilakukan humas dalam kegiatan orang tua asuh satwa di kebun binatang Bandung.
2. Program seleksi, pelatihan, dan pemberian nama kepada satwa dalam kegiatan orang tua asuh satwa di kebun binatang Bandung merupakan keistimewaan yang diberikan kepada orang tua asuh satwa guna mendukung berjalannya kegiatan dengan baik.
3. Hambatan humas pada kegiatan orang tua asuh satwa di kebun binatang Bandung adalah kurangnya masyarakat yang belum mengetahui adanya program kegiatan orang tua asuh satwa di kebun binatang Bandung. Selain itu adapun masyarakat yang berminat menjadi orang tua asuh satwa bukan berdasarkan ingin belajar memelihara satwa melainkan ingin populer.

## E. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memberikan saran teoritis kepada peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai personal branding, sebagai berikut:

1. Disarankan agar dilakukan penelitian selanjutnya yang lebih mendalam untuk bisa lebih menggali penelitian mengenai hubungan pihak humas dengan publik-publik lainnya seperti dengan orang tua asuh satwanya, pelanggan/pengunjung, masyarakat sekitar, dan juga dengan pers.
2. Disarankan agar menindaklanjuti penelitian menjadi lebih variatif dengan menggunakan metode yang berbeda sehingga dapat dilihat dari sudut pandang yang berbeda pula. Sebagai contoh: kegiatan humas menggunakan metode kuantitatif dengan melihat respon pengunjung terhadap kegiatan yang telah dilakukan.
3. Dalam tahapan-tahapan proses kegiatan public relations yang dilakukan humas sebaiknya humas kebun binatang Bandung melakukan evaluasi pada kegiatan tersebut karena evaluasi merupakan kegiatan penting guna mengetahui tingkat pencapaian dan kesesuaian antara rencana yang telah ditetapkan dengan hasil yang telah dicapai melalui pelaksanaan program.
4. Sebaiknya humas kebun binatang Bandung memberikan sosialisasi secara langsung seperti mengadakan event ataupun seminar. Humas kebun binatang Bandung juga perlu mensosialisasikan menggunakan media sosial seperti instagram agar kegiatan tersebut lebih diketahui oleh masyarakat luas.

## Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Jefkins, Frank dan Daniel Yadin. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga. Kriyantono, Rachmat.

- Kasali, Rhenald, 2008. *Manajemen Public Relations (Konsep dan Aplikasinya di Indonesia)*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong Lexy J. 2010. *Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2008. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady, SH, MM. 2008. *Manajemen PR & Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*. Jakarta : Rajawali Pers
- Soemitrat, Soleh dkk. 2008. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013 . *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta
- Wasesa, Silih Agung dkk. 2010. *Strategi Public Relations*. Jakarta : Gramedia.
- Yulianita, Neni, Dra., MS. 2003. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung : Pusat Penerbitan Universitas (P2U) Lembaga Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Bandung (PPM UNISBA).
- Yin, Robert K. 2013. *Studi Kasus & Metode*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumber lainnya :
- <http://news.liputan6.com/read/3167973/kebun-binatang-bandung-berbenah-untuk-memperbaiki-citra>. Tanggal akses 1 Februari 2018, pk.13.00 WIB.
- <https://regional.kompas.com/read/2016/05/10/16313011/Yani.Gajah.Kebun.Binatang.Bandung.Dibiarkan.Sekarat>. Tanggal akses 05 Februari 2018, pk. 14.00 WIB.
- <https://regional.kompas.com/read/2017/01/18/11490501/beruang.kelaparan.mengemis.kebun.binatang.bandung.kembali.disorot>. Tanggal akses 05 Februari 2018, pk. 14.15 WIB.