**Strategi Komunikasi Publik Pemulihan Ekonomi Nasional
Pasca Covid-19 Melalui Mitra Strategis Komunikasi Publik
*Public Communication Strategy for National Economy Recovery Post
Covid-19 Through Public Communication Strategic Partner***

Annisa Nur Muslimah Koswara

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

ABSTRAK

Hampir tiga tahun Indonesia dilanda pandemik Covid-19. Saat ini pandemik Covid-19 mulai bisa terkendali, Pemerintah kini berupaya mengeluarkan berbagai macam kebijakan dan program prioritas untuk mengerakan dan memulihkan perekonomian nasional. Informasi kebijakan dan program prioritas pemulihan ekonomi nasional ini tentunya menjadi informasi yang sangat dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat. Karena banyak masyarakat terkena dampak pandemik Covid-19. Dalam komunikasi publiknya tentu membutuhkan kolaborasi lintas sektoral, bukan hanya lintas pemerintah pusat dan daerah, tetapi juga perlu adanya pelibatan masyarakat langsung. Kementerian Komunikasi dan Informatika mempunyai mitra strategis komunikasi publik, yang terdiri dari 3 (tiga) kelompok, yaitu mitra strategis komunikasi sosial, media, dan lintas pemerintah pusat dan daerah. Mitra strategis komunikasi publik ini menjadi kanal strategis dalam mengamplifikasi informasi kebijakan dan program prioritas pemerintah karena mitra strategis ini mempunyai pendekatan-pendekatan komunikasi khusus kepada masyarakat sarasannya. Oleh karenanya, sebagai upaya membangun komunikasi publik yang efektif dalam menyebarkan informasi kebijakan dan program prioritas pemulihan ekonomi nasional perlu adanya kolaborasi bersama mitra strategis komunikasi publik.

Kata Kunci : pandemik Covid-19, Pemulihan Ekonomi Nasional, komunikasi publik, kolaborasi, mitra strategis komunikasi publik, amplifikasi.

ABSTRACT

Indonesia has been affected by the Covid-19 pandemic for almost three years. The Covid-19 pandemic is beginning to be under control, the Government is managing to provide policies and priority programs to recovery the national economy. Information related to policies and priority programs for national economic recovery is certainly information that is needed by all levels of society. Because many people have been affected by the Covid-19 pandemic. In public communication, it certainly requires cross-sectoral collaboration, not only across central and regional governments, but also requires direct community involvement. The Ministry of Communication and Information Technology has strategic partners for public communications, which consist of 3 (three) groups, namely strategic partners for social communication, media, and across central and regional governments. This public communication strategic partner becomes a strategic channel in amplifying government priority policy and program information because this strategic partner has special communication approaches to the target community. Therefore, as an effort to build effective public communication in disseminating information on policies and priority

programs for national economic recovery, collaboration with strategic public communication partners is needed.

Keywords: *Covid-19, National Economic Recovery, Public Communication, Collaboration, Public Communication Strategic Partner, Amplification*

A. Pendahuluan

Hampir tiga tahun Indonesia dilanda pandemik Covid-19. Sejak tanggal 2 Maret 2020 Indonesia mengumumkan kasus Covid-19 pertamanya. Setelah pengumuman tersebut, kasus positif Covid-19 di Indonesia terus meningkat secara tajam. Penyebaran virus Covid-19 yang semakin meningkat membuat Presiden Indonesia mengambil menetapkan pandemik Covid-19 sebagai bencana nasional, ketetapan ini tertuang dalam Keputusan Presiden No. 12 tahun 2020. Penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) diberlakukan disesuaikan dengan jumlah peningkatan kasus Covid-19 dan jumlah masyarakat yang telah menerima vaksin Covid-19.

Pemberlakuan PPKM ini memberikan dampak yang signifikan pada perekonomian nasional dan melumpukan beberapa sektor industri, salah satunya industri pariwisata. Data BPS bulan Agustus Tahun 2020 tercatat jumlah pengangguran mencapai 1.82 juta. Melihat kondisi ini, Pemerintah Indonesia menetapkan kebijakan dan program-program prioritas sebagai langkah pemulihan ekonomi nasional.

Sebagaimana Instruksi Presiden Indonesia No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik, Pemerintah perlu menyampaikan informasi melalui berbagai saluran komunikasi kepada masyarakat secara tepat, cepat, obyektif, berkualitas baik, berwawasan nasional, dan mudah dimengerti terkait dengan kebijakan dan

program pemerintah. Kebijakan dan program prioritas Pemulihan Ekonomi Nasional menjadi konten informasi yang penting dan krusial perlu disebarluaskan kepada seluruh lapisan masyarakat agar masyarakat terutama yang terdampak bisa menerima, memahami, dan memanfaatkan informasi tersebut.

Hingga tahun 2021 Pemerintah mencatat jumlah pulau Indonesia menjadi 17.000 dengan 714 suku dan memiliki lebih dari 1.001 bahasa daerah yang berbeda. Perbedaan budaya dan bahasa menjadi kendala komunikasi publik dalam penyebarluasan informasi kebijakan dan program prioritas Pemulihan Ekonomi Nasional. Sejalan dengan gagasan Shannon dan Weaver *Mathematical Theory of Communication* tahun 1949 dimana proses komunikasi tidak akan berlangsung efektif jika adanya *noise* (gangguan) selama proses komunikasi berlangsung. Ada 7 (tujuh) gangguan, yaitu teknis, semantik dan psikologis, fisik, status, kerangka berpikir, budaya, dan konteks atau situasi komunikasi. Oleh karena itu, Pemerintah memerlukan pendekatan khusus dalam mengkomunikasikan informasi kebijakan dan program prioritas Pemulihan Ekonomi Nasional agar informasi tersebut dapat mudah dipahami hingga dimanfaatkan bagi masyarakat. Selanjutnya, permasalahannya yang sering muncul adalah belum semua masyarakat menerima informasi publik terkait program/kebijakan pemerintah dengan jelas, lengkap, dan cepat, baik

diperkotaan maupun di wilayah akar rumput.

Sebagai upaya mengatasi gangguan-gangguan komunikasi dalam penyampaian informasi kebijakan/program prioritas pemerintah, Kementerian Komunikasi dan Informatika bukan hanya membangun infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi, tetapi juga membangun mitra strategis komunikasi publik. Mitra strategis komunikasi publik ini sebagai simpul komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat terutama di wilayah pedesaan dan akar rumput. Mitra strategis ini diharapkan mampu menyampaikan pesan/informasi kebijakan dan program prioritas pemerintah yang dibahasakan sesuai dengan karakteristik dari masyarakat sasarnya.

Kementerian Komunikasi dan Informatika cq. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik berkolaborasi dengan 3 (tiga) kelompok mitra strategis, yaitu mitra komunikasi sosial, media, dan pemerintah.

Demi mencapai keberhasilan penyebarluasan informasi publik khususnya terkait kebijakan dan program prioritas pemerintah terkait pemulihan ekonomi nasional pasca pandemic Covid-19 perlu melibatkan mitra strategis komunikasi publik tersebut, baik itu mitra pemerintah pusat dan daerah, sosial, maupun media.

B. Tujuan *Policy Brief*

Adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan peran Mitra Strategis Komunikasi Publik dalam mendiseminasikan Kebijakan dan Program Prioritas Pemerintah.;
2. Mendeskripsikan bahwa pelibatan Mitra Strategis Komunikasi Publik sebagai amplifikator komunikasi publik sangat penting untuk

mengaungkan Kebijakan dan Program Prioritas Pemerintah terkait Pemulihan Ekonomi Nasional Pasca Covid-19.

C. Metodologi *Policy Brief*

Policy Brief ini mengaplikasikan pendekatan metode penelitian kualitatif lebih spesifiknya studi kasus karena mengangkat kasus khusus yaitu untuk mengetahui sejauh mana fungsi dan peranan mitra strategis komunikasi publik yang dibina oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika cq. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik dalam membumikan narasi Kebijakan dan Program Prioritas Pemerintah terkait Pemulihan Ekonomi Nasional Pasca Covid-19 kepada masyarakat secara luas, massif, cepat, dan tepat sasaran. Pisau analisa *Policy Brief* ini adalah teknik analisa deskriptif dengan menjabarkan data dan studi literatur.

D. Peran Mitra Strategis dalam Strategi Komunikasi Publik

Ada beberapa kebijakan publik yang menjabarkan peran mitra strategis dalam komunikasi publik, sebagai berikut:

1. Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015.

Sebagai upaya mempercepat arus informasi publik yang terarah dan berdampak, Pemerintah mempunyai tugas menyebarluaskan informasi publik terkait Kebijakan/Program Prioritas Pemerintah kepada seluruh lapisan masyarakat secara akurat, dan cepat melalui berbagai kanal yang dimiliki oleh pemerintah. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik mempunyai mitra strategis komunikasi publik sesuai dengan karakteristik dari sasaran komunikasi publiknya. Pemerintah dalam hal ini Instansi Pemerintah Pusat seperti Kementerian/Lembaga diharapkan dapat memanfaatkan mitra strategis komunikasi

publik tersebut sebagai pembawa pesan (*messangers*) informasi publik terkait kebijakan atau program prioritasnya sesuai dengan khalayak sasarannya.

Mitra strategis komunikasi publik ini mempunyai karakteristik pendekatan metode komunikasi yang berbeda-beda sesuai dengan khalayak sasarannya. Mitra Strategis ini terdiri dari 3 (tiga), yaitu Mitra Komunikasi Sosial, Mitra Komunikasi Media, dan Mitra Komunikasi Kelembagaan Pemerintah Pusat dan Daerah.

Mitra strategis komunikasi sosial muncul dari masyarakat dan khalayak sasarannya di wilayah pedesaan dan 3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar). Mitra Komunikasi Sosial ini terdiri dari Penyuluh Informasi Publik (PIP), dan Komunitas Informasi Masyarakat (KIM). Selanjutnya, Mitra strategis komunikasi media terdiri dari Pengelola Media Sosial yang dikenal dengan Satgas Media Sosial (SMS). Kemudian, mitra strategis komunikasi kelembagaan pusat dan daerah adalah Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat (Bakohumas).

2. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 35 Tahun 2014 tentang Bakohumas

Bakohumas adalah Lembaga non struktural yang merupakan forum koordinasi dan kerja sama antar unit kerja bidang humas Kementerian, Kesekretariatan Lembaga Negara, Lembaga Pemerintah setingkat Kementerian, Lembaga Pemerintah Non Kementerian, Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Non Struktural, Pemerintah Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota, Perguruan Tinggi Negeri, dan Badan Usaha Milik Negara/Badan Usaha Milik Daerah. Jumlah anggota Bakohumas saat ini mencapai 831. Bakohumas adalah wadah strategis penyebarluasan informasi kebijakan dan program prioritas pemerintah lintas sektoral pemerintah pusat.

3. Perjanjian Kerja Sama antara Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dengan Kementerian Agama Republik Indonesia Nomor 02/MoU/DJKP/HK.04.02/09/2020 tentang Diseminasi Informasi Publik melalui Pemberdayaan Penyuluh Agama

Penyuluh Informasi Publik (PIP) adalah Penyuluh Agama Non PNS binaan Kementerian Agama yang diperbantukan sebagai PIP oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. PIP ini bertugas sebagai perpanjangan tangan pemerintah dalam mendiseminasikan informasi terkait kebijakan dan program prioritas pemerintah kepada masyarakat pedesaan khususnya di wilayah tertinggal, terluar dan terdepan (3T) melalui metode komunikasi tatap muka langsung. Jumlah PIP saat ini sebanyak 646. PIP sangat strategis dijadikan sebagai kanal amplifikasi informasi kebijakan dan program prioritas pemerintah karena pendekatan komunikasi yang dibangun bersama masyarakat adalah pendekatan agama dan berdialog langsung kepada masyarakat khususnya di wilayah akar rumput dan 3T. Lapisan masyarakat akar rumput ini terkadang tertinggal informasi program prioritas dan kebijakan pemerintah yang ditayangkan melalui media arus utama karena keterbatasan perangkat. Hadirnya PIP ini menjadi simpul komunikasi publik pemerintah dan masyarakat di wilayah tersebut. Melalui PIP penyebarluasan informasi program prioritas dan kebijakan pemerintah bisa diterima masyarakat secara merata.

Sejalan dengan hasil monitoring dan evaluasi Program Penyuluh Informasi Publik Tahun 2021 kepada 399 masyarakat penerima informasi publik melalui PIP di seluruh wilayah Indonesia, menunjukkan bahwa PIP dinilai efektif dalam menyebarkan informasi kebijakan dan program prioritas pemerintah khususnya masyarakat wilayah 3T dengan

nilai rata-rata setiap indikator diatas 3,25 (efektif) dari range 1,00 hingga 4,00. Ada 5 (lima) Indikator penilaian PIP terdiri dari hasil penyuluhan, proses penyuluhan, konten penyuluhan, kompetensi penyuluh, dan sarana dan prasarana penyuluhan.

4. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintah Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika

Kelompok Informasi Masyarakat yang saat ini lebih dikenal sebagai Komunitas Informasi Masyarakat (KIM) adalah lembaga komunikasi pedesaan yang dibentuk oleh, dari, dan untuk masyarakat secara mandiri dan kreatif yang aktifitasnya melakukan kegiatan pengelolaan informasi dan pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan nilai tambah. Jumlah KIM saat ini mencapai 1903 di seluruh wilayah Indonesia.

KIM menyebarluaskan informasi kebijakan/program prioritas pemerintah bisa melalui metode komunikasi langsung (berdialog bersama masyarakat setempat) dan atau media yang dikelola oleh KIM, seperti website kim.id. Penggunaan media yang digunakan dalam aktifitas diseminasi KIM disesuaikan dengan masyarakat sasaran setempat.

E. Peran Mitra Strategis dalam Komunikasi Publik Pemulihan Ekonomi Nasional Pasca Pandemi Covid-19

Pemerintah Indonesia menyiapkan anggaran sebesar Rp. 451 Triliun untuk Program Pemulihan Ekonomi Nasional Tahun 2022. Anggaran tersebut digunakan pada 3 (tiga) sektor, yaitu sektor kesehatan, perlindungan sosial, dan memfasilitasi insentif fiskal bagi beberapa sektor, yaitu UMKM dan korporasi. Salah satunya adalah bantuan sosial bagi pedangan kaki lima (PKL)/warung dan nelayan.

Informasi Kebijakan dan Program Prioritas Pemulihan Ekonomi Nasional ini adalah informasi yang sangat dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat. Oleh karenanya, informasi ini perlu disebarluaskan secara massif agar informasi dapat diterima, dipahami, dan dimanfaatkan oleh masyarakat secara merata di seluruh lapisan.

Pemerintah tentunya sudah melakukan penyebarluasan informasi tersebut melalui berbagai macam saluran dan melibatkan berbagai pihak, seperti media. Namun agar komunikasi publik lebih cepat dan tepat, pemerintah dalam menyerbualuaskan informasi ini memerlukan amplifikator komunikasi publik. Mitra strategis komunikasi publik yang dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dapat dilibatkan sebagai amplifikator.

Peranan Mitra Strategis Komunikasi Publik sebagai amplifikator ini terlihat dalam proses mengaungkan Program Bulan Imunisasi Anak Nasional (BIAN). Kementerian Komunikasi dan Informatika cq. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik dengan mengerakkan mitra strategisnya untuk bergerak mengaungkan Program BIAN dengan karakteristik dan khalayak sarannya masing-masing. Pada tanggal 18 Mei 2022, Mitra Strategis cq. SMS Pemerintah Pusat dan Daerah mengaungkan Narasi Tunggal terkait Program BIAN melalui kanal media sosial instansi dengan program #BulanImunisasiAnak. Berdasarkan hasil pemantauan dan evaluasi Brand24 diperoleh bahwa #BulanImunisasiAnak dapat menjangkau sebesar 632.000 dan mempunyai *engagement* sebesar 250 serta *impression* sebesar 15.000.

Selain membangun *awareness* publik di dunia maya, diperlukan juga membangun *awareness* pada masyarakat di wilayah pedesaan dan 3T. Oleh karena itu, mulai bulan Mei-Agustus 2022 PIP digerakkan untuk mengaungkan dengan

metode komunikasi tatap muka langsung dan membumikan narasi Program BIAN menjadi mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat pedesaan.

Disinilah peran mitra strategis komunikasi publik menjadi amplifikator komunikasi publik agar informasi publik terkait kebijakan dan program prioritas pemerintah bukan hanya menjadi milik kalangan tertentu, tetapi juga publik secara luas.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa mitra strategis komunikasi publik bisa menjadi salah satu saluran amplifikasi komunikasi publik kebijakan dan program prioritas pemerintah terkait pemulihan ekonomi nasional agar informasi tersebut tersampaikan secara cepat, tepat, dan merata kepada seluruh lapisan masyarakat.

F. Rekomendasi Kebijakan

Guna menjamin penyebaran informasi publik terkait Kebijakan/Program Prioritas Pemerintah Pemulihan Ekonomi Nasional secara akurat, cepat, dan terarah, maka ada beberapa strategi yang perlu dilakukan yaitu:

a. Kolaborasi dengan Mitra Komunikasi Sosial

Keberhasilan komunikasi publik tidak terlepas dari adanya pelibatan masyarakat langsung untuk turut serta menyebarkan informasi publik terkait kebijakan/program prioritas pemerintah. Pelibatan masyarakat dalam proses komunikasi publik ini menjadi tanda adanya kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Selanjutnya, pelibatan masyarakat dalam proses komunikasi publik ini menjadi sangat krusial dalam membangun reputasi bangsa.

Oleh karenanya, perlu adanya pelibatan mitra strategis komunikasi sosial dengan mengandeng PIP dan KIM dalam menyampaikan informasi publik

terkait kebijakan/program prioritas pemerintah pemulihan ekonomi nasional khususnya khalayak sarannya di wilayah akar rumput, pedesaan, dan 3T. Mereka lebih mengetahui karakteristik khalayaknya sehingga mereka akan memilih metode komunikasi dan teknik pengemasan pesan yang sesuai dengan khalayak sarannya. Dengan demikian, apa yang diharapkan dari komunikasi publik, yaitu dipahaminya informasi publik terkait kebijakan/program prioritas pemerintah terwujud.

Dengan adanya pelibatan PIP dan KIM, harapannya informasi publik terkait kebijakan/program prioritas pemulihan ekonomi nasional dapat diterima, dipahami, dan dimanfaatkan oleh seluruh lapisan masyarakat khususnya di wilayah akar rumput, pedesaan, dan 3T.

b. Kolaborasi dengan Mitra Komunikasi Kelembagaan Pemerintah Pusat dan Daerah

Sejalan dengan amanat Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 35 Tahun 2014, Bakohumas menjadi pelopor kolaborasi komunikasi publik lintas pemerintah pusat dan daerah.

Atas dasar itu, Bakohumas menjadi kanal strategis kolaborasi dalam mengaungkan informasi kebijakan dan program prioritas pemulihan ekonomi nasional. Peran Bakohumas ini dapat dilibatkan dalam merumuskan agenda setting dan strategi komunikasi publik sehingga pelaksanaan komunikasi publik bisa dijalankan bersama-sama dari hulu ke hilir dengan kekuatan kanal yang dimiliki masing-masing instansi. Dengan demikian, muara akhir hasil komunikasi publik ini dapat dirasakan oleh publik.

c. Kolaborasi dengan Mitra Komunikasi Media

Sebagai bentuk implementasi Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik, hadirilah Satuan Tugas Media Sosial (SMS) Pemerintah Pusat dan Daerah

sebagai upaya akselerasi komunikasi publik khususnya narasi tunggal melalui media sosial. Jumlah SMS sebanyak 686 anggota.

Di era transformasi digital, media sosial saat ini menjadi kanal yang strategis dalam penyebaran informasi. *We Are Social* Tahun 2022 menyebutkan jumlah pengguna media sosial mengalami peningkatan sebesar 12,6% atau sekitar 170 juta orang. Oleh karena itu, media sosial menjadi salah satu kanal strategis dalam penyebarluasan informasi publik kebijakan dan program prioritas pemulihan ekonomi nasional.

SMS menjadi amplifikator strategis dalam menyebarkan informasi kebijakan dan program prioritas pemulihan ekonomi nasional. Oleh karenanya, kolaborasi bersama mitra komunikasi media, khususnya SMS sangat dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Hamirul, Hamirul, 2020. *Komunikasi di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*, Jakarta: Pustaka Learning Center.

Dokumen

Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik. 2021. "Laporan Monitoring dan Evaluasi Program Penyuluh Informasi Publik Tahun 2021." Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik. 2022. "Laporan Monitoring dan Evaluasi Narasi Tunggal Triwulan II Tahun 2022". Jakarta. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik.

Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik. 2022. "Rekapitulasi Narasi Tunggal Periode Januari-November 2022". Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik. 2022. "Rekapitulasi Monitoring Realisasi Penyuluh Informasi Publik Januari-November 2022". Jakarta. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Peraturan Perundang-Undangan

Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2015 Tentang *Pengelolaan Komunikasi Publik*. 25 Januari 2015.

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 35 Tahun 2014 Tentang *Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat*. 26 September 2014.

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 8 Tahun 2019 tentang *Penyelenggaraan Urusan Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika*. 31 Agustus 2019.

Perjanjian Kerja Sama Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dengan Kementerian Agama Republik Indonesia Nomor 02/MoU/DJKP/HK.04.02/09/2020 tentang *Diseminasi Informasi Publik melalui Pemberdayaan Penyuluh Agama*. September 2020.

Website

Hootsuits We Are Social. 2022. *Digital 2022 Indonesia: The Essential Guide to The Latest Connected Behaviours*. 30 September 2022. <https://wearesocial.com>

covid19.go.id. *Pemerintah Siapkan Rp. 451 Triliun untuk Program Pemulihan Ekonomi Nasional 2022*. 26 September 2022.

<https://covid19.go.id/p/masyarakat-umum/pemerintah-siapkan-rp451-triliun-untuk-program-pemulihan-ekonomi-nasional-2022>

indonesiabaik.id. *Jumlah Pulau di Indonesia capai 17000*. 28 September 2022.

<https://indonesiabaik.id/infografis/jumlah-pulau-di-indonesia-capai-1700>