

Pengelolaan Media Komunikasi Sekolah dalam Menjalin Hubungan dengan Stakeholders pada RA Al Hikmah

Erisa Adyati Rahmasari¹, Dzuha Hening Yanuarsari², Mukaromah³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

E-mail: ¹erisa.adyati@dsn.dinus.ac.id, ²dzuha.yanuarsari@dsn.dinus.ac.id,
³mukaromah@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Media promosi sekolah merupakan salah satu cara memperkenalkan suatu sekolah kepada khalayaknya baik kepada lingkungan, calon siswa, rekan sejawat sesama sekolah yang biasa disebut dengan *stakeholders*. Persoalan yang muncul adalah keterbatasan kemampuan pengelola dan keterbatasan dana yang dimiliki pihak sekolah dalam mengurus media sosialnya. RA Al Hikmah Jatingaleh Kota Semarang merupakan sekolah setara dengan taman kanak-kanak yang berbasis agama Islam yang masih terbatas dalam pengelolaan media promosi sekolahnya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan guna memenuhi kebutuhan mitra sekolah terkait pelatihan pembuatan media sekolah dan praktek desain bagi guru selaku pengelola media promosi sekolah. Metode pelaksanaan kegiatan melalui observasi lapangan dan tanya jawab dengan pihak mitra yang berlangsung sebelum hingga akhir kegiatan, dilanjutkan dengan penyampaian materi teoritis terkait pengenalan huruf atau typografi, klasifikasi media promosi, komunikasi persuasif dilanjutkan dengan praktek desain photoshop dan twibbonize. Hasil evaluasi kegiatan yaitu terjadinya peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam menyusun teks pesan persuasive dalam media promosi sekolah, klasifikasi media promosi dan peningkatan kompetensi guru dalam mengaplikasikan software photoshop dan twibbonize.

Kata Kunci: Media Promosi; Pelatihan Guru. Media Twibbonize

Abstract

School promotion media is one way to introduce a school to its audience, both to the environment, prospective students, fellow schoolmates, commonly referred to as stakeholders. The problem that arises is the limited ability of managers and limited funds owned by the school in managing their social media. RA Al Hikmah Jatingaleh Semarang City is a school equivalent to a kindergarten based on Islam which is still limited in managing its school promotion media. This community service activity is carried out to meet the needs of school partners regarding training in making school media and design practices for teachers as managers of school promotional media. The method of implementing the activity is through observation and question and answer with partners which takes place before the end of the activity, followed by the delivery of theoretical material related to letter recognition or typography, classification of promotional media, persuasive communication followed by the practice of photoshop and twibbonize designs. The results of the activity evaluation were an increase in understanding and willingness to compose persuasive text messages in school promotion media, classification of promotional media and an increase in teacher competence in applying Photoshop and Twibbonize software.

Keywords: Promotional Media; Teacher Training. Media Twibbonize

1. PENDAHULUAN

Media komunikasi penting dalam mendukung eksistensi lembaga pendidik dalam lingkungannya. Lembaga pendidikan membutuhkan kerjasama dengan beberapa pihak yang sering disebut sebagai Stakeholder. Beberapa Stakeholder yang perlu dikelola dalam lembaga pendidik adalah orang tua wali siswa, komite sekolah, komunitas lingkungan sekitar sekolah. Komunitas dilingkungan lembaga juga perlu dipertimbangkan sebagai stakeholder yang penting dikarenakan komunitas lingkungan dapat mempengaruhi fleksibilitas dari keberlanjutan lembaga baik dari sisi lingkungan, ekonomi dan sosial [1][2].

Membangun media komunikasi sekolah untuk menjaga hubungan baik dengan stakeholder merupakan salah satu cara yang dianggap cukup efektif dalam menjalin hubungan baik ditengah perkembangan teknologi dan kondisi saat ini. Pemanfaatan website, sosial media serta didukung dengan kemampuan memanfaatkan desain layout media komunikasi dapat makin mempermudah sarana membina hubungan baik dengan para pemangku kepentingan (*Stakeholder*).

Menurut undang-undang No. 20 Tahun 2003 berkaitan dengan sistem pendidikan nasional, pasal 1 ayat 14 menyatakan bahwa “Pendidikan anak usia dini adalah suatu upaya pembinaan yang ditujukan kepada anak sejak lahir sampai dengan usia 6 tahun yang dilakukan melalui pemberian rangsangan pendidikan untuk membentuk pertumbuhan jasmani dan rohani agar memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan lebih lanjut”. Salah satu jenjang pendidikan usia dini di Indonesia adalah taman kanak-kanak (TK) atau Raudhah Athfal (RA), nama lain dari TK yang diambil dari bahasa Arab yang merujuk pada taman kanak-kanak yang dinaungi oleh kementerian agama karena pendekatan pendidikannya dengan muatan pendekatan agama Islam.

Interaksi dengan orang-orang yang tergabung didalam sekolah merupakan salah satu upaya menumbuhkan jiwa memiliki akan keberadaan sekolah sekaligus sebagai sarana investasi promosi nama sekolah sebagai sebuah Merek/ Brand sekolah guna kepentingan sekolah sebagai sebuah lembaga pendidikan yang butuh eksistensi dengan adanya pendaftaran peserta didik baru setiap tahunnya. Interaksi yang dilakukan salah satunya dengan menyampaikan berbagai kegiatan sekolah sebagai bentuk komunikasi dengan orangtua siswa, siswanya sendiri maupun dengan lingkungan sekolah. Dengan komunikasi maka fungsi manajerial sekolah yang berawal berfungsi sebagai perencanaan, implementasi, dan pengawasan dapat tercapai. Sekolah membutuhkan media komunikasi sebagai saluran sarana komunikasi.

RA Al-Hikmah merupakan sebuah nama dari lembaga pendidikan swasta setingkat TK yang berada di Jalan Jatingaleh No.1 Semarang. RA Al-Hikmah selama ini belum menggarap dengan baik pesan informasi dari sekolah untuk para stakeholdernya. Hal ini berdasarkan observasi dilapangan ditandai dengan pesan promosi sekolah yang selama ini masih diserahkan kepada pihak luar yang mengurus desain seperti MMT untuk promosi penerimaan siswa baru, MMT kegiatan sekolah yang relative membutuhkan pembiayaan ekstra dan perlu tenggat waktu pembuatannya. Berdasarkan pengakuan dari pengurus sekolah yaitu Siti Wulandari S.Pd menyampaikan bahwa sekolah memiliki keterbatasan kemampuan sumber daya manusia yang paham akan pentingnya desain/lay out media dengan menggunakan pengemasan pesan yang menarik. Sementara masih menurut informan yang juga merangkap sebagai kepala sekolah ini tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi informasi menuntut kecepatan dan tingginya inovasi kreatifitas pesan sehingga hasil hasil pesan dari sekolah dapat lebih menarik untuk ditampilkan dan keterbacaannya mudah bagi khalayak yang dituju.

Keselarasan antara desain, perancangan pesan, pemilihan media menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam membangun media sekolah guna membangun komunikasi dengan sekolah, hal ini sesuai dengan pendapat dari Siminto dalam artikel penelitian menyampaikan bahwa Kesantunan adalah sebuah fenomena pragmatic terletak pada fungsi dan makna sosial yang dirujuk. Kalimat, teks, bahasa, diimbangi dengan desain yang sesuai adalah bentuk kesantunan yang lebih luas, tetapi juga merujuk kepada aspek nonverbal seperti tingkah laku, mimik muka,

dan nada suara. Lakoff mendefinisikan kesantunan sebagai perlakuan yang mengurangi pergeseran dalam suatu interaksi [3].

Media sosial yang dimiliki selama ini hanya *facebook* dengan pengelolaan yang relatif terbatas terlihat dari isi pesan unggahan yang ditampilkan dan frekuensi unggahan. Sekolah yang berdiri sejak tahun 2001 ini berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pengurus sekolah mengalami keterbatasan dalam menjalin relasi dengan stakeholders terkait pemberian ucapan selamat, ucapan hari besar, pengumuman informasi sekolah dengan lay-out dan desain terbatas agar berkesan dan mudah diingat kepada stakeholdersnya. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Rosi Yunita S.E selaku salah satu pengurus sekolah yang menyampaikan bahwa bentuk simpati sekolah dengan ucapan hari besar, informasi lomba sekaligus promosinya melalui template layout dan pesan standar yang sudah ada atau melihat template format yang di share/bagi dari lembaga lain.

Sebagaimana disampaikan oleh Mukaromah, Yanuarsari dan Pratiwi (2021) dalam artikel pengabdian bahwa dalam berpromosi diperlukan proses penyusunan bahasa yang sesuai agar membuat orang terbuju atau terpengaruh dan melakukan tindakan sesuai dengan pembuat pesan komunikasi. Penggunaan bahasa yang tepat akan berdampak pada pembacanya di tataran kognitif maupun behavior [4].

Melalui media komunikasi sekolah ini dapat maksimal membangun *awareness* melalui pesan yang disampaikan lewat media yang komunikatif dan menarik untuk lebih memikat dan memberi kesan yang baik pada *stakeholders* dan sekaligus memberikan citra yang baik pada sekolah yakni RA Al Hikmah.

Media komunikasi adalah alat yang dipergunakan untuk berkomunikasi. Kemajuan teknologi komunikasi misalnya radio, televisi, telepon, telepon seluler, smart phone, atau tablet PC telah membuat masyarakat bergerak ke arah perubahan komunikasi yang mengglobal [5]. Pesatnya perkembangan teknologi memudahkan masyarakat berinteraksi dan berkomunikasi dari jarak jauh.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat terkait pengelolaan media komunikasi sekolah dalam menjalin hubungan dengan stakeholders pada RA Al Hikmah Semarang dilaksanakan melalui beberapa tahap kegiatan meliputi:

1. Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan observasi lapangan ke mitra pengabdian yaitu RA Al Hikmah Semarang terkait kebutuhan pendampingan transfer ilmu dan ketrampilan yang disesuaikan dengan kompetensi tim pengabdian dan kebutuhan mitra yaitu bidang desain untuk ucapan hari hari, event penting sekolah melalui media visual yang praktis di media social seperti whatsapp.
2. Melakukan wawancara kebutuhan dengan pihak pengurus dan kepala sekolah juga guru mitra pengabdian sehingga disepakati waktu dan media yang sesuai dan materi yang akan disampaikan terkait media.
3. Memberikan materi pemahaman tentang pentingnya menjalin hubungan dengan stakeholders yang berhubungan dengan lembaga Pendidika RA AL Hikmah dalam sebagai bagian dari kegiatan Public Relations untuk mendukung institusi ini.
4. Memberikan pelatihan terkait pentingnya menyusun kalimat/teks dengan pendekatan emosional pada stakeholders dengan bentuk ucapan selamat,ucapan hari besar, ungkapan simpati dan pengumuman terkait lembaga di media yang sesuai. (Praktek Menulis)
5. Memberikan materi tentang dasar dasar desain grafis pada media komunikasi sekolah dengan Photoshop yang diaplikasikan dalam media twibonize yang dapat disebarakan pada media Whatsapp atau media sosial lainnya.
6. Praktek mendesain media komunikasi ucapan-ucapan hari besar (Praktek kerja)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Teknis Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Pada awal sebelum melakukan kegiatan pada tanggal 27 Maret 2020 tim pengabdian masyarakat melakukan perencanaan dengan kepala sekolah RA Al-Hikmah untuk mengadakan kegiatan pelatihan terkait dengan media komunikasi sekolah dan pelatihan rencana kegiatan yang akan dilakukan pada tanggal 3 April 2021. Hasil diskusi yang dilakukan dengan mitra pelatihan menunjukkan hasil bahwa untuk memenuhi kebutuhan mitra maka akan ada beberapa materi teori dan praktik yang akan disampaikan selama pelatihan sebagai berikut:

- a. Memberikan materi pemahaman tentang pentingnya menjalin hubungan dengan stakeholders yang berhubungan dengan lembaga Pendidika RA AL Hikmah dalam sebagai bagian dari kegiatan Public Relations untuk mendukung institusi ini.
- b. Memberikan pelatihan terkait pentingnya menyusun kalimat/teks dengan pendekatan emosional pada stakeholders dengan bentuk ucapan selamat,ucapan hari besar, ungkapan simpati dan pengumuman terkait lembaga di media sosial. (Praktek Menulis)
- c. Memberikan materi tentang dasar dasar desain grafis pada media komunikasi sekolah dengan Photoshop yang diaplikasikan pada media twibonize yang tengah digemari masyarakat yang nantinya penyebaran menggunakan media Whatsapp atau media sosial lainnya.
- d. Praktek mendesain media komunikasi ucapan-ucapan hari besar (Praktek kerja)
- e. Publikasi hasil kegiatan pengabdian ke stakeholders mitra RA AL Hikmah dan Tim Pengabdian di media Massa, Youtube dan jurnal pengabdian.

Berikut ini adalah hasil proses kegiatan pengabdian anantara tim dan mitra yang dilakukan dengan antusias oleh seluruh peserta pengabdian yang terdiri dari guru RA Al Hikmah dan Pengurus.



Gambar 1. Dokumentasi Pelaksanaan kegiatan Pengabdian

3.2. Hasil Proses Observasi dan Penggalian Pengetahuan dan Keahlian dari Tim Pengabdian dan Mitra atas Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan berlangsung sesuai dengan hasil observasi dan wawancara dengan pihak mitra dilaksanakan sebelum dimulainya pelaksanaan pengabdian yaitu pada tahap perencanaan dan kebutuhan mitra pengabdian. Kebutuhan mitra yaitu terkait pemahaman peserta tentang pengolahan media komunikasi kesimpulan yang dapat diambil dari proses observasi dan wawancara ini para peserta masih terbatas dalam penggunaan bahasa menarik dan dapat mempengaruhi yaitu pesan teks yang persuasif, hal ini didukung dengan pernyataan Siti Wulandari selaku kepala sekolah bahwasanya “Sekolahan selama ini dalam menulis pesan baik terkait promosi sekolah maupun ucapan simpati kepada stakeholders hanya mengikuti contoh contoh umum yang ada” begitu pun disampaikan oleh Tika mewakili pihak mitra RA Al Hikmah “Media komunikasi disekolah hanya dikelola seadanya dengan bahasa dan media komunikasi yang sudah template didapatkan dari institusi atasan baik dari kanwil keagamaan

kemenag atau lembaga IGRA (Ikatan Guru Raudlotul Athfal)”. Hasil pernyataan dari peserta menunjukkan bahwa rendah tingkat pemahaman peserta mengenai media komunikasi sekolah yang relevan dan efektif. Setelah diberikan pemberian materi oleh tim pengabdian yaitu Mukaromah, M.I.Kom selaku dosen Ilmu Komunikasi berkaitan dengan media komunikasi yang relevan dan efektif hasilnya menunjukkan adanya pemahaman para peserta kegiatan pelatihan ini. Dibuktikan dengan adanya pernyataan dari ibu Azizah “ Media komunikasi sekolah yang baik dapat menggunakan pesan persuasif yang dapat merubah sikap, pendapat dan tingkah laku tanpa paksaan dan sifatnya akan lebih lama mengena karena dilakukan dengan ketulusan dalam proses pelaksanaannya”.

Pada proses pengetahuan dan pemahaman terkait pemilihan media promosi yang relevan bagi mitra, pihak tim pengabdian yaitu Erisa Adyati Rahmasari, S.Sn, M.Kom selaku dosen Desain Komunikasi Udinus menyampaikan materi mengenai penerapan tipografi dalam desain juga terkait pemilihan media yang relevan disesuaikan dengan kebutuhan kepada siapa media nantinya akan dibidik (target sasaran pembaca) . Pada proses penyampaian materi ini para peserta mendapatkan tambahan ilmu tentang tipografi yang dapat membantu dalam penyampaian pesan pada media komunikasi sekolah, dimana para peserta sebelumnya belum mengetahui bahwasanya dalam pembuatan pesan huruf memiliki bentuk dan kesan yang berbeda-beda dalam penggunaannya. Hal ini didukung oleh pernyataan dari salah satu peserta yaitu Retnowati “Selama ini saya hanya mengetahui huruf yaa hanya huruf biasa saja, tidak memiliki kesan dan arti dalam penerapannya”, hasil evaluasi menunjukkan bahwa tingkat pemahaman para peserta bertambah dengan adanya diskusi mengenai penerapan layout dan tipografi sebagai daya tarik sesuai dengan pesan dan kesan dari huruf tersebut. hal ini juga dinyatakan oleh salah satu peserta lain yaitu Eling Sukarsih “Pemilihan huruf yang sesuai dengan tujuan dibuatnya sebuah media dapat mempengaruhi tingkat pemahaman pesan yang disampaikan media tersebut dan media komunikasi sekolah itu ternyata banyak macamnya disesuaikan dengan yang mau disasar siapa maka media yang cocok bisa berbeda beda”. dari hasil diskusi kedua ini dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat pemahaman paserta terkait materi ini tipografi dan pemilihan media mengalami peningkatan.

Selanjutnya hasil materi yang diberikan oleh Dzuha Hening Yanuarsari., M.Ds selaku tim pengabdian yang berkompetensi dibidang Desain Komunikasi Visual dari Universitas Dian Nuswantoro Semarang dengan melakukan praktek penggunaan tools desain yaitu photoshop dan penerapan pada media twibonize. Selama praktek penggunaan tools, para peserta dapat mengikuti langkah-langkah praktis yang diajarkan oleh pemateri didukung dengan alat peraga berupa tutorial tertulis yang dimiliki masing-masing peserta dan didampingi oleh dua asisten dosen dalam melakukan pendampingan para peserta selama praktek berlangsung. Dalam proses ini para peserta dapat lebih memahami penggunaan tool dan pembuatan twibon yang dipilih menjadi media komunikasi sekolah yang dirasa mudah dalam pembuatannya. Berikut ini adalah contoh bentuk media yang didesain oleh pemateri ketiga :



Gambar 2. Contoh Desain Twibonize

3.3. Hasil dan Luaran Pelatihan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan di RA Al Hikmah Jatingaleh Semarang kemudian di evaluasi dan memperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Para peserta dapat memahami teori bahasa dan komunikasi dalam mengolah media komunikasi sekolah sehingga media yang diberikan dapat terkomunikasikan secara efektif dan relevan.
- b. Para peserta mengetahui konsep komunikasi visual yang baik dengan mengaplikasikan huruf dan layout yang menarik yang akan digunakan dalam media komunikasi sekolah.
- c. Para peserta dapat menggunakan *tool* desain *Photoshop* untuk mendesain twibbon sebagai salah satu media komunikasi sekolah yang mudah untuk dipelajari dan media tersebut cukup populer digunakan oleh sekolah sebagai media pengenalan sekolah kepada khlayak.
- d. Terdapat salah satu contoh desain yang terbaik dari para peserta yang ditampilkan sebagai bentuk apresiasi dari pemateri. Berikut desain twibbonize tersebut :



Gambar 3. Contoh Desain Twibbonize

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan maka dapat dilaksanakan kegiatan pelatihan pengembangan kompetensi guru dibidang pengelolaan media komunikasi sekolah mitra mengharapkan agar pada periode berikutnya diwaktu berbeda agar dapat dilanjutkan kembali dengan pengembangan pada materi yang lain tentang desain media pembelajaran, teknik story telling dalam berkomunikasi sehingga dapat memperluas segmentasi dan media yang menunjang pembelajaran sekolah menjadi lebih variatif.

Hasil lain dari Luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra yaitu antara dua program studi yakni Desain Komunikasi Visual dan Ilmu Komunikasi Universitas Dian Nuswantoro ini dengan RA Al Hikmah Jatingaleh Semarang adalah publikasi di media Youtube pada akun ketua dari tim pengabdian ini. Adpaun hasil luaran yang telah dipublikasikann dalam *link youtube* <https://www.youtube.com/watch?v=W18RMn-froU> dengan durasi video 1 menit1detik:



Gambar 4. Tampilan Publikasi di Youtube

Untuk media massa yang lain publikasi terkait kegiatan pengabdian di release ke media Mediaini.com dengan link <https://mediaini.com/info-terkini/2021/05/06/38538/pererat-hubungan-dengan-stakeholders-maksimalisasi-twibonize-jadi-jawaban/>. Luaran berupa Publikasi melalui media yang variatif juga membantu bukti variasi kegiatan yang dilakukan antara lembaga perguruan tinggi dan kegiatan mitra sendiri.



Gambar 5. Tampilan Publikasi pada Mediaini.com

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan atas dasar kebutuhan mitra mengenai pengelolaan media komunikasi sekolah yang bermanfaat guna menjalin komunikasi dengan stakeholders, dilakukan guna membantu menambah pengetahuan dan ketrampilan bagi sumber daya manusia di sekolah yang mampu membuat konsep, proses perancangan pesan media yang sesuai dengan segmentasi pembaca hingga merancang media komunikasi sekolah yang relevan. Dalam kegiatan pengabdian ini memperoleh respon yang positif dari mitra yaitu kepala sekolah dan pengurus sekolah juga guru guru. Terdapat peningkatan mulai dari pengetahuan pengelolaan media komunikasi sekolah, jenis media, pemilihan pesan teks pesan yang sesuai sehingga teknis perancangan media tersebut. Untuk pengembangan kompetensi berikutnya perlu dilaksanakan kegiatan pelatihan kembali pada lain waktu berikutnya untuk lebih meningkatkan kemahiran para guru dalam pengelolaan media komunikasi sekolah lainnya baik dibidang desain media yang lain maupun media pembelajaran sekolah yang berguna bagi siswa peserta didik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini yaitu : 1) Universitas Dian Nusawantoro

Semarang dan pihak LPPM Udinus. 2) Kepada mitra pengabdian yaitu RA AL Hikmah Jatingaleh Semarang. 3) Kepada kepala sekolah RA AL Hikmah yang berkenan hadir dan membuka pelatihan 4) Terimakasih kepada para Guru dan tenaga teknis pengelola media komunikasi sekolah 5) Para anggota tim pelaksana pengabdian dan mahasiswa yang terlibat membantu kegiatan ini sehingga berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] BPK, 2003. Sistem Pendidikan Nasional, melalui <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/43920/uu-no-20-tahun-2003> diunduh pada 9 Desember 2020.
- [2] Fedora, Dwi Sherly, Hudiyono, Risca Fleureta. 2019. Analisis Pemangku Kepentingan (Stakeholder) Pada Unit Hubungan Masyarakat (Humas) Dan Kesekretariatan Pt Semen Padang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 2 No.1
- [3] Siminto. 2014. Pelaksanaan Prinsip Kesantunan Berbahasa Mahasiswa Kepada Dosen Melalui Short Message Service. diunggah dalam Seminar Nasional Prasasti. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingprasasti/article/view/490/454>
- [4] Mukaromah, Yanuarsari, Pratiwi. 2021. Pengelolaan Desain Dan Pesan Persuasif Pada Media Promosi Sekolah. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Volume 4 Nomor 2 Mei 2021
- [5] Kemdikbud. 2020. Daftar Satuan Pendidikan (Sekolah) PER Kec. Candisari, melalui https://referensi.data.kemdikbud.go.id/index21_tkra.php?kode=036306&level=3 diunduh pada 9 Desember 2020.
- [6] Kemdikbud. 2020. Profil Satuan Pendidikan Lembaga, melalui <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/tabs.php?npsn=69743361> diakses pada 11 Desember 2020.