

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Indonesia hingga kini mempunyai beragam bentuk warisan budaya yang tersebar di berbagai daerah nusantara. Yogyakarta, sebagai salah satu pusat kebudayaan di Indonesia, menyimpan sejumlah situs bersejarah yang tidak hanya memukau dari segi arsitektur, tetapi juga penuh dengan nilai-nilai budaya. Keunikan yang dimiliki oleh situs-situs bersejarah tersebut merupakan potensi besar yang dapat dikembangkan sebagai upaya untuk memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia secara lebih luas. Salah satu pendekatan yang efektif dalam memperkenalkan situs bersejarah adalah melalui perancangan identitas visual. Identitas visual tidak terbatas pada logo semata, melainkan mencakup berbagai elemen visual lain yang dapat membentuk citra suatu tempat, salah satunya adalah tipografi atau *typeface*. Dengan mengangkat unsur-unsur khas seperti elemen budaya, bentuk arsitektur, maupun nilai-nilai historis dari suatu situs, sebuah *typeface* dapat dirancang untuk merepresentasikan identitas visual situs tersebut secara kuat dan bermakna.

Terdapat sejumlah situs bersejarah di Indonesia yang hingga kini belum memiliki identitas visual yang kuat dan mandiri, salah satunya adalah Situs Keraton Ratu Boko. Saat ini, situs tersebut masih berada di bawah pengelolaan dan identitas branding yang sama dengan Taman Wisata Candi (TWC), bersama dengan Candi Prambanan dan Candi Borobudur. Hal ini menyebabkan identitas visual Situs Keraton Ratu Boko belum tampil menonjol, karena masih menyatu secara visual dengan kedua situs lainnya. Akibatnya, karakter dan keunikan situs ini belum mendapatkan sorotan yang optimal.

Selain itu, ketidakkonsistenan penggunaan *typeface* pada berbagai media visual, seperti *giant font*, *signage*, dan konten pada media sosial, turut menjadi faktor yang menghambat terbentuknya identitas visual yang kuat. Padahal, konsistensi dalam penggunaan elemen visual, khususnya *typeface*,

memiliki peran penting dalam membentuk persepsi audiens. Semakin konsisten suatu *typeface* digunakan dalam berbagai media komunikasi, semakin besar pula peluang untuk menciptakan asosiasi visual yang kuat dalam benak masyarakat. Dengan demikian, *typeface* tersebut dapat menjadi elemen khas yang secara langsung mengingatkan khalayak pada identitas visual Situs Keraton Ratu Boko.

Oleh karena itu, guna memperkuat identitas visual Situs Keraton Ratu Boko, dirancanglah sebuah *custom typeface* khusus yang secara spesifik ditujukan untuk mendukung citra visual situs tersebut. Perancangan *typeface* ini bertujuan untuk membedakan visual identitas Situs Keraton Ratu Boko dari Candi Borobudur dan Candi Prambanan yang masih berada dalam satu naungan branding yang sama. Typeface ini nantinya akan secara khusus digunakan untuk Situs Keraton Ratu Boko dan tidak digunakan untuk brand manapun.

Typeface ini berjenis *serif display* yang diberi nama Rabokotype yang merupakan singkatan dari Ratu Boko *Typeface*. dipilih karena memiliki penyebutan yang mudah dan berkesan seperti nama seorang raja yang berkuasa, kuat, dan berwibawa. Selain itu, nama Raboko juga mencerminkan nuansa budaya Jawa yang kental. Nama ini dianggap sangat relevan dengan objek Situs Keraton Ratu Boko, sehingga ketika membaca nama *typeface* tersebut, hal pertama yang terlintas di benak adalah Situs Keraton Ratu Boko.

Tanpa menghapus jejak visual dari identitas yang telah ada sebelumnya, perancangan *typeface* ini tetap mempertimbangkan keberlanjutan estetika yang telah melekat pada komunikasi visual Situs Keraton Ratu Boko. Hal ini tercermin dari digunakannya Clarendon Black sebagai referensi, yaitu *typeface* yang sebelumnya digunakan pada *giant font* di area situs, serta El Messiri, yang tampil pada berbagai konten media sosial resmi, khususnya Instagram. Kedua *typeface* tersebut memberikan fondasi visual yang kuat dan telah membentuk persepsi publik terhadap tampilan visual situs, sehingga elemen-elemen dari keduanya diolah kembali sebagai bagian dari pendekatan desain yang bersifat progresif namun tetap menghargai identitas yang sudah dikenal.

Typeface ini dirancang secara khusus dengan mengadaptasi elemen visual dari bentuk gapura utama Situs Keraton Ratu Boko yang merupakan salah satu ikon arsitektural paling menonjol dari kawasan tersebut. Selain elemen gapura, karakteristik visual Rabokotype juga diperkuat oleh inspirasi dari motif batik parang rusak yang telah disederhanakan secara visual, serta pengaruh dari *typeface* yang sebelumnya telah digunakan di lingkungan visual situs ini, seperti Clarendon Black pada giant font dan El Messiri yang digunakan pada desain konten media sosial. Seluruh elemen tersebut diolah menjadi satu kesatuan bentuk huruf yang merepresentasikan identitas visual khas dari Situs Keraton Ratu Boko.

Pendekatan visual yang digunakan dalam perancangan ini menunjukkan kemungkinan baru dalam eksplorasi tipografi berbasis lokalitas, khususnya melalui penggabungan elemen arsitektural dan motif tradisional ke dalam konstruksi bentuk huruf. Rancangan ini turut memperluas wacana tipografi budaya dengan menawarkan model pendekatan yang belum banyak dijumpai dalam referensi perancangan huruf untuk situs bersejarah di Indonesia.

Dalam set huruf Rabokotype, terdapat keunikan yaitu beberapa fitur tambahan yang turut memperkuat keunikan dan karakter visual dari *typeface* ini. Salah satunya adalah keberadaan *multilingual characters* yang merepresentasikan keberagaman pelafalan vokal dalam masyarakat Jawa, seperti penggunaan aksentil pada huruf vokal untuk menyesuaikan gaya pengucapan tertentu. Selain itu, Rabokotype juga dilengkapi dengan *ligature*, yakni gabungan dua huruf yang secara visual dirancang untuk mengurangi kesan kurang nyaman saat disandingkan, sehingga tampilan huruf menjadi lebih harmonis. Fitur lainnya adalah *alternate characters*, yaitu variasi bentuk huruf yang disediakan sebagai opsi tambahan bagi pengguna, khususnya untuk keperluan estetika dan kebutuhan desain tertentu. Kehadiran fitur-fitur tersebut menjadikan Rabokotype tidak hanya memiliki nilai fungsional, tetapi juga fleksibel dan ekspresif dalam penerapannya.

Dalam konteks pembangunan identitas visual, penting untuk mengaplikasikan *typeface* Rabokotype ke dalam berbagai media pendukung

yang mewakili visualisasi Situs Keraton Ratu Boko. Media tersebut antara lain meliputi *logotype*, *giant font*, *signage*, serta konten visual pada media sosial seperti *feed* Instagram. Konsistensi dalam penggunaan *typeface* ini menjadi hal yang krusial, karena semakin sering dan teratur penggunaannya, semakin kuat pula asosiasi visual yang terbentuk di benak masyarakat. Dengan demikian, *typeface Rabokotype* dapat dikenali secara luas sebagai elemen visual khas yang merepresentasikan identitas dari Situs Keraton Ratu Boko.

Melalui proses yang panjang dan berbasis riset, Rabokotype tidak hanya menjadi bentuk tipografi yang estetik, namun juga mengandung nilai-nilai budaya yang kuat. Kehadirannya diharapkan mampu memperkuat identitas visual Situs Keraton Ratu Boko dan memberikan pengalaman visual yang lebih mendalam bagi pengunjung. Dengan penggunaan yang konsisten, *typeface* ini dapat menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi visual situs budaya tersebut, sekaligus menjadi kontribusi dalam pelestarian budaya melalui pendekatan desain grafis yang kontemporer namun tetap berpijak pada akar tradisi.

Dengan demikian, hasil perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya pada pengembangan tipografi dan sistem identitas visual berbasis kearifan lokal. Secara khusus, karya ini juga menjadi bentuk sumbangsih untuk lingkungan akademik, terutama bagi Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, sebagai referensi dalam pengembangan desain tipografi dan strategi branding berbasis budaya.

B. Saran

Dalam dunia desain komunikasi visual, perancangan *typeface* sebagai bagian dari identitas visual masih belum banyak dilirik, terutama oleh brand-brand besar yang cenderung lebih memilih menggunakan atau membeli *typeface* yang sudah tersedia di pasaran. Meskipun pilihan tersebut tidak salah, namun penggunaan *typeface* yang bersifat umum dan dapat diakses oleh siapa saja berisiko menimbulkan kesan "pasaran" serta mengurangi keunikan dari identitas visual *brand* itu sendiri. Selain itu, tidak jarang

ditemukan desainer yang hanya mengambil *typeface* milik pihak lain tanpa modifikasi atau lisensi yang jelas untuk digunakan sebagai identitas visual klien atau *brand* mereka. Praktik seperti ini dapat berdampak negatif, baik dari segi legalitas maupun orisinalitas sebuah identitas merek.

Melihat kondisi tersebut, perancangan *typeface* yang berbasis riset dan memiliki latar belakang budaya menjadi langkah yang patut dipertimbangkan, khususnya dalam membangun identitas visual yang kuat dan kontekstual. Salah satu pendekatan yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan adalah tipografi berbasis budaya lokal. Di Indonesia, masih banyak situs bersejarah dan objek budaya di berbagai daerah yang menyimpan kekayaan visual, bentuk arsitektur, dan nilai simbolik yang belum dimanfaatkan secara optimal sebagai inspirasi dalam membentuk identitas visual. Padahal, setiap daerah memiliki cerita, bentuk, dan keunikan tersendiri yang dapat diolah menjadi ciri visual melalui bentuk huruf atau *typeface*.

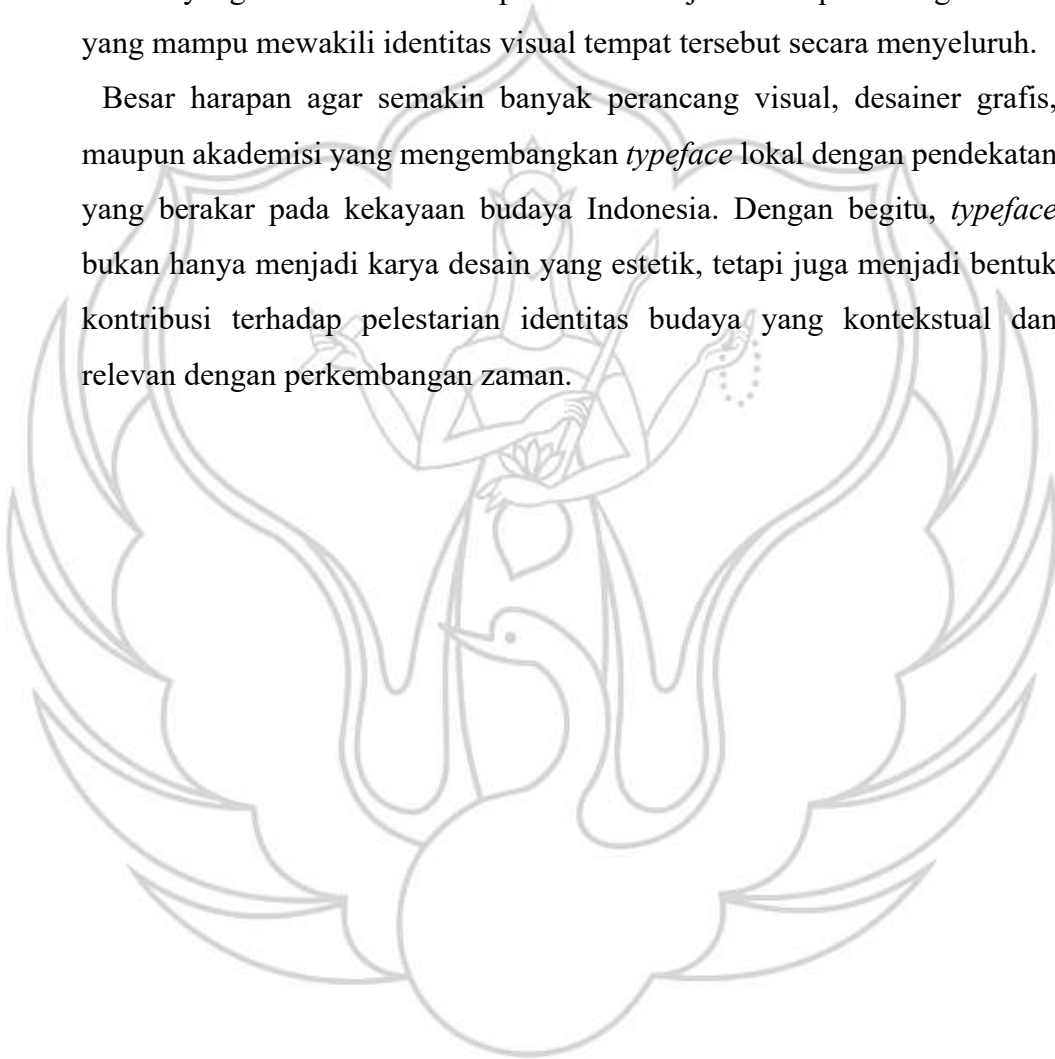
Perancangan *typeface* berbasis budaya lokal tidak hanya menjadi medium kreatif dalam dunia desain grafis, tetapi juga berperan sebagai bentuk pelestarian budaya dalam bahasa visual yang lebih dekat dengan masyarakat modern. Dengan mengangkat elemen khas dari situs budaya seperti bentuk gapura, ornamen, simbol, atau motif lokal ke dalam desain huruf, maka sebuah *typeface* tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai representasi nilai-nilai sejarah dan identitas suatu tempat.

Dari sisi teknis, proses pengembangan *typeface* masih menyimpan banyak ruang untuk dieksplorasi, mulai dari pengembangan jumlah karakter (*glyph*), penambahan variasi gaya huruf seperti *bold*, *italic*, hingga *condensed*, serta dukungan untuk karakter multibahasa yang memungkinkan *typeface* digunakan secara lebih luas. Perlu juga disadari bahwa tidak semua *typeface* dapat berdiri sendiri, terutama dalam kebutuhan visual yang kompleks, sehingga penting untuk merancang *typeface* pendamping agar dapat digunakan secara fleksibel, baik untuk tampilan *display* maupun *body text*.

Indonesia sendiri merupakan negara yang sangat kaya akan warisan budaya, dengan keberagaman bentuk, nilai, dan sejarah yang tersebar di

seluruh nusantara. Yogyakarta, sebagai salah satu pusat kebudayaan Indonesia, menyimpan banyak situs bersejarah yang tidak hanya menonjol dari segi arsitektur, tetapi juga penuh dengan nilai-nilai budaya yang dapat diangkat ke dalam bentuk visual. Salah satunya adalah Situs Keraton Ratu Boko yang memiliki potensi kuat untuk dikembangkan melalui pendekatan desain, khususnya tipografi. Unsur budaya, elemen arsitektur, dan nilai historis yang dimiliki situs ini dapat diolah menjadi dasar perancangan huruf yang mampu mewakili identitas visual tempat tersebut secara menyeluruh.

Besar harapan agar semakin banyak perancang visual, desainer grafis, maupun akademisi yang mengembangkan *typeface* lokal dengan pendekatan yang berakar pada kekayaan budaya Indonesia. Dengan begitu, *typeface* bukan hanya menjadi karya desain yang estetik, tetapi juga menjadi bentuk kontribusi terhadap pelestarian identitas budaya yang kontekstual dan relevan dengan perkembangan zaman.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Dana, I. Wayan. (2013). *Keraton Ratu Boko BUDAYA & EKOLOGI*. Yogyakarta: PENERBIT LEMBAH MANAH.
- Maharsi, Indiria (2013). *TIPOGRAFI (Tiap Font Memiliki Nyawa dan Arti)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sihombing, Danton. (2001). *Tipografi dalam desain grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, Danton. (2015). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Surianto Rustan, S. S. (2011). *Font & Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Swasty, W. (2016). *Branding, Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Jurnal

- Aprian Dwi Nur Sembada, E. W. (2024). PERANCANGAN TYPEFACE SEBAGAI IDENTITAS VISUAL DIENG CULTURE FESTIVAL 2024. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 334-356.
- Dwi Kustianingrum, W. B. (2023). Pola Ruang Pemukiman di Sekitar Kawasan Keraton Surakarta dan Keraton Kasepuhan. *Jurnal Arsitektut Zonasi*, 139-152.
- Harto, D. B. (2013). PerancanganMedia PublishingFilm Animasi Relief Jataka Candi BorobudurBerbasis Pengolahan Pesan dan Informasi Visual Berbahasa Rupa Tradisi . *SEMINAR NASIONAL TEKNOLOGI INFORMASI & KOMUNIKASI TERAPAN 2013 (SEMANTIK 2013)* , 83-90.
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Jurnal Desain komunikasi Visual Nirmana*, 123-129.

- Mediana Harianti Efendi, N. K. (2024). ANALISIS PERAN TIPOGRAFI PADA TAMAN KOTA DI SURABAYA. *Jurnal Barik*, Vol.6No. 1, 40-49.
- Monica, L. C. (2013). PERANCANGAN LOGO DALAM DUNIA DESAIN. *Binus Journal Publishing*, 508-517.
- Naufan Noordyanto, S. (2019). Designing an Alternative Typeface to Reflect the Identity of the ITS Campus. *Journal of VISUAL COMMUNICATION DESIGN*, 52-77.
- Noordyanto, N. (2015). FUNGSI DAN MAKNA TIPOGRAFI BERMUATAN BUDAYA DALAM MERESPON KEBUDAYAAN. *JURNAL DEKAVE VOL.8, NO.2, 2015*.
- Prihandayani, A. K. (2016). TRANSFORMASI SINJANG BATIK PARANG RUSAK DAN PARANG BARONGYOGYAKARTA DARI SENI MOTIF “GEOMETRIS” MENJADI SENI MOTIF ABSTRAK. *Jurnal Wacadesain*, 48-60.
- Sucipto, T. (2010). EKSISTENSI KERATON DI CIREBON Kajian Persepsi Masyarakat terhadap Keraton-Keraton di Cirebon. *Patanjala*, 472-489.
- Supatmo, M. A. (2023). PERANCANGAN TYPEFACE MANIFESTASI MOTIF HIAS JLAMPRANG PEKALONGAN. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 20-26.
- Wheeler, A. (2017). Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team (5th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Zaenal Fanani, M. B. (2016). Perancangan Branding Candi Palah Penataran Blitar Berbasis Sejarah Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat. *Jurnal Art Nouveau*.

Daftar Laman

- Zhang, Rochelle. 2015. *Typography: The Modern World*. <https://issuu.com>. (Diunduh 16 Desember 2024)
- Injourney. (2017, 11 7). *Prasasti Abhayagiri*. borobudur.injourneydestination.id: <https://borobudur.injourneydestination.id/prasasti-abhayagiri/> .Diakses pada 26 Mei 2025.
- TWC MEDIA. (2019, 3 14). *Lebih Dekat Dengan Alam di Camping Ground Ratu Boko*. www.facebook.com:

<https://www.facebook.com/TWCMEDIAA/posts/lebih-dekat-dengan-alam-di-camping-ground-ratu-bokokegiatan-berkemah-merupakan-s/2519547181453934/>. Diakses pada 26 Mei 2025.

Historyofinformation. (t.thn.). *Lettering on Trajan's Column: The Most Famous Example of Roman Square Capitals*. historyofinformation: <https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=153>. Diakses pada 26 Mei 2025.

Britannica.com. (t.thn.). *Roman Script*. www.britannica.com: <https://www.britannica.com/topic/roman-script> diakses pada 25 Mei 2025.

Skypoint.com. (t.thn.). *Evolution of the Uncial Script*. skypoint.com: <https://www.skypoint.com/members/waltzmn/UncialScript.html>. Diakses pada 26 Mei 2025.

Dartmouth. (t.thn.). *Uncial / Half-Uncial (Historical Background and How to)*. sites.dartmouth.edu: <https://sites.dartmouth.edu/ancientbooks/2016/05/25/uncial-half-uncial/>. Diakses pada 26 Mei 2025.

Britannica.com. (t.thn.). *Carolingian minuscule*. www.britannica.com: <https://www.britannica.com/art/Carolingian-minuscule>. Diakses pada 26 Mei 2025.

Etsy. (t.thn.). *Gothic Alphabet*. www.etsy.com: <https://www.etsy.com/listing/780614070/gothic-alphabet-svg-old-english-font-svg>. Diakses pada 26 Mei 2025.

Shutterstock.com. (t.thn.). *Renaissance Font Vectors*. www.shutterstock.com: https://www.shutterstock.com/search/renaissance-font?image_type=vector. Diakses pada 26 Mei 2025.

Adobe Font. (t.thn.). *Baroque Text JF*. fonts.adobe.com: <https://fonts.adobe.com/fonts/baroque-text-jf>. Diakses pada 26 Mei 2025.

design shack. (t.thn.). *40+ Best Victorian Fonts (+ Fancy Victorian Era Script Fonts)*. designshack.net: <https://designshack.net/articles/inspiration/victorian-fonts/>

Fontscape. (t.thn.). *Serif Art Nouveau typefaces*. www.fontscape.com: <http://www.fontscape.com/explore?CX>. Diakses pada 26 Mei 2025.

- Pixartprinting. (t.thn.). *Typography in the Bauhaus and the Universal Character*.
www.pixartprinting.ie: <https://www.pixartprinting.ie/blog/typography-in-the-bauhaus/>. Diakses pada 26 Mei 2025.
- Medium. (t.thn.). *The Top 5 Google Sans Serif Typefaces*.
coyleandrew.medium.com: <https://coyleandrew.medium.com/the-top-5-google-sans-serif-typefaces-7477bfbebae7>. Diakses pada 26 Mei 2025.
- Medium. (t.thn.). *Typography*. arpit-batri.medium.com: <https://arpit-batri.medium.com/typography-a66e4593e119>. Diakses pada 3 Mei 2025.
- Mill Creek Creative. (t.thn.). *10 Free Slab Serif Fonts*. www.millcreekcreative.org:
<https://www.millcreekcreative.org/blog/free-slab-serif-fonts>. Diakses pada 3 Mei 2025.
- Pangrampangram. (t.thn.). *Become a typography nerd in under 10 minutes*.
pangrampangram.com:
<https://pangrampangram.com/blogs/journal/typography-in-10-minutes>.
Diakses pada 3 Mei 2025.
- Allthesvgs.com. (t.thn.). *Best Free Calligraphy Cursive Script Fonts for Cricut & Silhouette Crafts*. allthesvgs.com: <https://allthesvgs.com/cursive-calligraphy-script-fonts-cricut-silhouette-free-commercial-use/>. Diakses pada 3 Mei 2025.
- Myfonts. (t.thn.). *Selecting Display Type : Getting Started*. www.myfonts.com:
<https://www.myfonts.com/pages/fontscom-learning-fontology-level-2-making-type-choices-selecting-display-type-getting-started>. Diakses pada 3 Mei 2025.
- Learn Microsoft. (t.thn.). *FontWeights Class*. learn.microsoft.com:
<https://learn.microsoft.com/en-us/uwp/api/windows.ui.text.fontweights?view=winrt-26100>
- Zilliondesigns. (t.thn.). *Width*. www.zilliondesigns.com:
<https://www.zilliondesigns.com/blog/glossary/width/>. Diakses pada 2 Mei 2025.
- ThoughtCo. (t.thn.). *Basics of Ligature in Typography and Publishing*.
www.thoughtco.com: <https://www.thoughtco.com/ligature-in-typography-1078102>. Diakses pada 2 Mei 2025.

- Typepad. (t.thn.). *OpenType, Pro Fonts, Oldstyle Figures, Small Caps, Special Characters* . gdpsu.typepad.com: <https://gdpsu.typepad.com/354/type-basics.html> Diakses pada 3 Mei 2025.
- I Love Typography. (t.thn.). *On diacritics*. ilovetypography.com: <https://ilovetypography.com/2009/01/24/on-diacritics/> Diakses pada 3 Mei 2025.
- VisualMemory. (t.thn.). *Gestalt Principles of Visual Organization*. visual-memory.co.uk: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Modules/FM21820/visper07.html> Diakses pada 3 Mei 2025.
- Interaction design. (t.thn.). *The Gestalt Principles*. www.interaction-design.org: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/gestalt-principles> Diakses pada 3 Mei 2025.
- Interaction Design. (t.thn.). *Open-Source, Open-Access Literature*. www.interaction-design.org: <https://www.interaction-design.org/literature>. Diakses pada 3 Mei 2025.
- Moss51. (t.thn.). *Principle of Proximity in the Gestalt Theory*. moss51.com: <https://moss51.com/proximity-principle-in-gestalt-theory/>. Diakses pada 3 Mei 2025.
- Butler, C. (t.thn.). *Gestalt Principles of Design — Similarity*. www.chrbutler.com: <https://www.chrbutler.com/gestalt-principles-of-design-similarity> . Diakses pada 3 Mei 2025.
- Pirzadeh, H. A. (t.thn.). *Gestalt law of good continuation*. www.researchgate.net: https://www.researchgate.net/figure/Gestalt-law-of-good-continuation-from-WKL-08_fig1_266058935
- ratubokopark. (t.thn.). *ratubokopark*. www.instagram.com: <https://www.instagram.com/ratubokopark/>. Diakses pada 15 Mei 2025.
- Krjogja.com. (t.thn.). *Batik Motif Parang Rusak Hanya Boleh untuk Pangeran, Kenapa?* . www.krjogja.com: <https://www.krjogja.com/seni-budaya/1242550018/batik-motif-parang-rusak-hanya-boleh-untuk-pangeran-kenapa>. Diakses pada 15 Mei 2025.

Typetype. (t.thn.). *Font and Typeface: What's the difference?* typetype.org:
<https://typetype.org/blog/font-and-typeface-what-s-the-difference/>.

Diakses pada 15 Mei 2025.

Unbabel. (t.thn.). *Multilingual Fonts, Formatting, and Typesetting: Different Strokes for Different Languages.* unbabel.com:
<https://unbabel.com/multilingual-fonts-formatting-and-typesetting-different-strokes-for-different-languages/>. Diakses pada 15 Mei 2025.

Creatopy.com. (t.thn.). *What is Ligature in Graphic Design.*

Wawancara

Wawancara bersama Ibu Septi Indrawati Kusumaningsih, S.S., M.A. selaku etua Unit Situs Ratu Boko dan Candi Ijo, Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah X, pada 2 Mei 2025 di Situs Keraton Ratu Boko

Wawancara bersama Nia Widyastuti selaku Prambanan & Ratu Boko *Commercial & Partnership Department Head* dan RL Adepa Imarna selaku *Branding & Digital Marketing Officer*, pada 23 Mei via *GoogleMeet*

