

Studi Banding Gender terhadap *Self-Presentation* Pengguna Aplikasi Kencan di Kota Bandung

Byanda Wian Putri*, Oki Mardianan

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*putribyanda@gmail.com, okimardianan@unisba.ac.id

Abstract. Dating apps have become increasingly popular for finding partners in the digital age. This study aims to gather empirical data on gender differences in self-presentation among dating app users in Bandung City. The study draws on Michikyan's (2014) theoretical framework on self-presentation to interpret the observed phenomena. A quantitative research approach was used, with data analyzed through chi-square tests. The data was collected via Google Forms questionnaires, with a total of 237 participants. The research utilized the Self-presentation on Facebook Questionnaire (SPFBQ) as a measurement tool. The results indicate that there are no significant gender differences in the way male and female dating app users present their real or false selves.

Keywords: *Self-presentation, gender, dating Apps.*

Abstrak. Aplikasi kencan semakin populer sebagai media untuk mencari pasangan di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data empiris tentang perbedaan gender dalam presentasi diri di kalangan pengguna aplikasi kencan di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan kerangka teori dari Michikyan (2014) mengenai presentasi diri untuk menginterpretasikan fenomena yang diamati. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan analisis data dilakukan melalui uji chi-square. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diakses via Google Forms, dengan total 237 peserta. Penelitian ini menggunakan alat ukur Self-presentation on Facebook Questionnaire (SPFBQ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara pengguna pria dan wanita dalam cara mereka menampilkan presentasi diri yang sebenarnya atau yang palsu.

Kata Kunci: *Self-presentation, gender, aplikasi kencan.*

A. Pendahuluan

Aplikasi kencan online kini menjadi salah satu metode untuk mencari pasangan melalui perangkat smartphone [18]. Pengguna dapat mengunduh aplikasi-aplikasi ini secara gratis. Di abad ke-21, aplikasi kencan telah menjadi bagian penting dalam upaya menemukan pasangan, terutama di kalangan generasi muda. Berbagai platform telah berkembang, menawarkan cara yang lebih mudah dan cepat untuk menemukan pasangan dibandingkan dengan metode tradisional. Berdasarkan data dari (Good stats), jumlah pengguna aplikasi kencan secara global mencapai 366 juta orang pada tahun 2022. Sementara itu, di Indonesia, 32% dari 3,113 responden melaporkan menggunakan aplikasi kencan beberapa kali dalam seminggu [16]. Beberapa aplikasi kencan populer di Indonesia termasuk Tinder, Bumble, Badoo, dan Tantan [1].

Pada aplikasi kencan yang populer di Indonesia saat ini, sistem yang digunakan adalah "swipe" atau geser. Dalam penggunaannya, para pengguna perlu menampilkan foto profil serta informasi pribadi dasar, seperti minat, hobi, dan pandangan hidup. Pengguna juga memiliki opsi untuk memilih preferensi gender dan rentang usia calon pasangan. Profil-profil calon pasangan ditampilkan satu per satu, dan pengguna dapat menggeser profil tersebut. Geser ke kanan menunjukkan ketertarikan, sementara geser ke kiri berarti menolak [5]. Jika kedua belah pihak saling tertarik, mereka akan menerima pemberitahuan dan dapat memulai percakapan melalui aplikasi tersebut.

Menampilkan foto profil yang menarik dapat memainkan peran penting dalam mendorong interaksi lebih lanjut, seperti pesan atau ajakan kencan [12]. Ketergantungan pada foto dan penilaian singkat terhadap daya tarik fisik menjadi salah satu faktor penentu dalam keputusan pengguna untuk menggeser atau "swipe" di aplikasi kencan [15]. Aplikasi kencan berfungsi sebagai perantara virtual, memungkinkan pertemuan tatap muka dengan orang asing berdasarkan evaluasi visual seperti foto profil [12]. Oleh karena itu, pengguna aplikasi kencan cenderung menggunakan kesempatan ini untuk mempersiapkan presentasi diri mereka sebelum bertemu langsung [25].

Whitty [25] menemukan bahwa pengguna aplikasi kencan sangat strategis dalam menampilkan diri mereka. *Self-presentation* atau pengelolaan impresi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan usaha individu dalam menciptakan kesan positif di mata orang lain [2]. *Self-presentation* dalam konteks online melibatkan deskripsi diri baik secara verbal maupun melalui foto [20]. Valkenburg et al. (2005) mengatakan *Self-presentation* merujuk pada usaha individu untuk mengkomunikasikan informasi dan gambaran diri kepada orang lain. Melibatkan strategi dan langkah-langkah tertentu, *self-presentation* merupakan cara yang digunakan individu untuk memengaruhi bagaimana orang lain mempersepsikan diri mereka. Berdasarkan penjelasan dari beberapa ahli mengenai *self-presentation*, maka *self-presentation* melibatkan upaya aktif untuk membentuk citra diri baik dalam interaksi langsung maupun dalam lingkungan online.

Dalam konteks aplikasi kencan, membangun impresi dipengaruhi oleh (a) gambaran kesan yang ingin dicapai oleh pengguna, yaitu bagaimana mereka ingin dipersepsikan, dan (b) kemampuan mereka untuk mewujudkan kesan tersebut, dengan mempertimbangkan karakteristik media yang digunakan [23]. Sistem aplikasi kencan yang memungkinkan pengguna untuk menggeser layar guna menemukan pasangan yang sesuai dapat mendorong pengguna melakukan *self-presentation* yang tidak sepenuhnya akurat [23][15]. Misalnya, seorang perempuan yang merasa kurang menarik secara fisik mungkin akan mengubah identitasnya dalam dunia maya dengan mengunggah foto-foto yang telah diedit untuk meningkatkan daya tarik visualnya [7]. *Self-presentation* tidak selalu asli atau autentik, terkadang *self-presentation* lebih strategis, atau bahkan menipu [2]. Orang yang melakukan *self-presentation* yang salah atau menipu, mereka memberikan informasi yang tidak akurat tentang dirinya, seperti memalsukan umur mereka, tinggi, berat tubuh, pekerjaan dan pencapaian [23]. Ketidakakuratan dalam menampilkan presentasi diri itulah yang disebut dengan *deceptive self-presentation* [15].

Ketidakakuratan dalam menampilkan diri di media sosial sering kali dipengaruhi oleh faktor gender. Perbedaan dalam presentasi diri antara pria dan wanita di aplikasi kencan dapat

menyebabkan ketidakcocokan dengan harapan sosial yang ada, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap interaksi di platform tersebut [7]. Memahami perbedaan ini membantu mengungkap dinamika sosial yang lebih luas terkait peran gender dan interaksi antarpribadi di era digital [7].

Penelitian oleh Kolesnyk [8] menunjukkan bahwa baik pria maupun wanita cenderung melakukan presentasi diri yang menipu di area yang dianggap penting dalam konteks mencari pasangan. Misalnya, pria mungkin lebih cenderung melebih-lebihkan pencapaian pribadi mereka, sementara wanita mungkin lebih fokus pada daya tarik fisik [4][18][6][9]. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Wandasari dan Laili di Indonesia menunjukkan bahwa perempuan pengguna aplikasi kencan Tinder cenderung menggunakan strategi presentasi diri yang lebih strategis dan dramatis, terutama dalam menampilkan foto mereka [19][9].

Perbedaan ini menarik perhatian peneliti untuk lebih lanjut mengeksplorasi bagaimana gender memengaruhi *self-presentation* di aplikasi kencan, terutama mengingat hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan variasi dalam perilaku presentasi diri berdasarkan gender

Jika dilihat berdasarkan fenomena, terdapat fenomena ketidakakuratan dalam menunjukkan self presentation terutama di Kota Bandung, berdasarkan artikel yang dilansir dw.com (24/02/2022) mengatakan bahwa laki-laki lebih sering menampilkan presentasi diri yang palsu di aplikasi kencan [17]. Berdasarkan massa digital yang dilansir oleh infobandungkota.com (5/10/2021) menemukan kasus dengan kasus pria memalsukan identitas profesinya [13]. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat perbedaan gender terhadap *self-presentation* pengguna aplikasi kencan?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini adalah mendapatkan data empiris mengenai perbedaan gender terhadap *self-presentation* pengguna aplikasi kencan di Kota Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif desain non eksperimental *cross-sectional* yang bertujuan untuk melihat fenomena yang disebabkan dari pengaruh suatu faktor namun tidak dimanipulasi atau tidak diberi perlakuan. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi kencan. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *convenience sampling* diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 237 sampel.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur *self-presentation* dalam penelitian ini adalah adaptasi dari SPFBQ (*Self-presentation on Facebook Questionnaire*) yang dikembangkan oleh Michikyan, Dennis, dan Subrahmanyam (2014). Instrumen ini terdiri dari 17 item yang mengukur tiga aspek diri, yaitu *real self*, *ideal self*, dan *false self*. Adaptasi alat ukur ini dilakukan oleh Tama [19]. Dalam uji coba, peneliti menggabungkan aspek *ideal self* dengan *false self* karena, menurut Ranzini dan Lutz [15], kedua aspek tersebut sulit dibedakan dan memiliki korelasi yang sangat tinggi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner online melalui Google Forms. Uji asumsi model pertama yang dilakukan adalah uji normalitas, yang menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu, analisis perbedaan menggunakan uji chi-square. Teknik analisis data yang diterapkan adalah uji chi-square dengan menggunakan perangkat lunak JASP.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perbedaan Gender Perempuan Dan Laki-Laki Pada *Self-presentation*

Penelitian ini untuk mendapatkan data empiris mengenai perbedaan gender terhadap *self-presentation* pengguna aplikasi kencan di Kota Bandung. Oleh karena itu, dilakukan uji beda dengan gender. Berikut adalah hasil analisis data menggunakan chi square. Hasil dijelaskan pada tabel berikut;

Table 1. Hasil Uji Beda Gender dengan Real Self-presentation pada Pengguna Aplikasi Kencan

Jenis Kelamin	Real Self		Total	p
	Rendah	Tinggi		
Laki-Laki	33	110	143	.895
Perempuan	21	73	94	
Total	54	183	237	

Berdasarkan tabel diatas, *real self-presentation* pada perempuan dan laki-laki tidak memiliki perbedaan signifikan dengan nilai p value chi square >0.05 . Hasil analisis data pada *real self-presentation* pengguna aplikasi kencan berdasarkan gender menunjukkan bahwa sebanyak 33 responden memiliki kategori *real self* yang rendah dan sebanyak 110 responden termasuk kategori tinggi. Sedangkan gender perempuan, sebanyak 21 responden memiliki kategori rendah dan 73 responden termasuk kategori tinggi yang menunjukkan *real self-presentation* mereka. Dengan hal tersebut taraf signifikansi yang didapat adalah .895. Hal ini menunjukkan bahwa baik perempuan maupun laki-laki tidak memiliki perbedaan signifikan dalam menunjukkan *real self* mereka di aplikasi kencan.

Table 2 Hasil Uji Beda Gender dengan Real Self-presentation pada Pengguna Aplikasi Kencan

Jenis Kelamin	False Self		Total	p
	Rendah	Tinggi		
Laki-Laki	38	105	143	.353
Perempuan	20	74	94	
Total	58	179	237	

Tabel diatas menunjukkan hasil uji beda gender terhadap *false self-presentation*. Berdasarkan data diatas, pada gender perempuan maupun laki-laki tidak memiliki perbedaan signifikan dengan nilai p value chi square >0.05 . Hasil analisis data pada *false self-presentation* pengguna aplikasi kencan berdasarkan gender menunjukkan bahwa sebanyak 38 responden memiliki kategori *false self* yang rendah dan sebanyak 105 responden termasuk kategori tinggi. Sedangkan gender perempuan, sebanyak 20 responden memiliki kategori rendah dan 74 responden termasuk kategori tinggi yang menunjukkan *false self-presentation* mereka.

Dari hasil yang didapatkan, tidak adanya perbedaan signifikan gender terhadap *real*

self pada *self-presentation* dikarenakan banyak pengguna aplikasi kencan berusaha untuk menunjukkan diri mereka yang sebenarnya dengan alasan mereka mencari hubungan yang tulus dan autentik [3]. Menampilkan "diri yang sebenarnya" dapat membantu menarik pasangan yang lebih cocok dan kompatibel untuk hubungan jangka panjang [3]. Dengan menampilkan diri mereka yang asli, pengguna berharap dapat menemukan pasangan yang memiliki nilai, minat, dan tujuan yang serupa [3]. Ini dapat meningkatkan peluang keberhasilan dalam membangun hubungan yang mendalam dan bermakna.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Konings dan teman-teman, laki-laki cenderung menunjukkan *real self-presentation* sebagai upaya untuk menunjukkan kejujuran dan keterbukaan, yang sering kali diharapkan dalam konteks hubungan romantis. Hal ini dapat memperkuat kesan bahwa mereka adalah pasangan yang dapat diandalkan dan jujur, yang penting bagi kebanyakan perempuan dalam memilih pasangan [9]. Sedangkan alasan perempuan menunjukkan dirinya lebih autentik pada aplikasi kencan agar dapat mengurangi risiko disalahpahami atau dipandang tidak jujur, yang dapat merusak potensi hubungan [9][20].

Hasil data penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan gender terhadap *false self presentation*. Penemuan ini sejalan dengan penemuan sebelumnya yang dilakukan oleh Peng tahun 2020. Penemuan Peng mengatakan beberapa orang mungkin merasa perlu untuk menunjukkan versi diri mereka yang lebih ideal atau menarik untuk meningkatkan peluang menarik lebih banyak pasangan potensial [14]. Ini sering kali melibatkan penyembunyian aspek-aspek tertentu atau penekanan pada aspek-aspek yang dianggap lebih menarik [14]. Menurut Peng pria dan wanita cenderung melakukan manipulasi dalam presentasi diri di aspek-aspek yang dianggap penting dalam konteks pasangan sesuai dengan gender mereka. Sebagai contoh, pria mungkin lebih sering melebih-lebihkan pencapaian pribadi mereka, sementara wanita cenderung lebih menekankan pada aspek daya tarik fisik.

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa manipulasi dalam aplikasi kencan ini sering kali terjadi pada area yang dipandang penting dalam konteks percintaan oleh masing-masing gender [8][4][20][6]. Ranzini dan Lutz dalam penelitiannya mengatakan bahwa motif dari penggunaannya melakukan manipulasi dalam aplikasi kencan adalah untuk menarik pasangan potensial [15]. Banyak dari motivasi ini terkait dengan konsep manajemen kesan dan kebutuhan untuk persetujuan sosial, yang bisa sangat mempengaruhi bagaimana seseorang memilih untuk menampilkan dirinya di platform online, termasuk aplikasi kencan [11].

D. Kesimpulan

1. Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:
2. Pengguna aplikasi kencan dengan gender perempuan maupun laki-laki tidak terdapat perbedaan signifikan dalam menampilkan *real self-presentation* di aplikasi kencan.
3. Pengguna aplikasi kencan dengan perempuan maupun laki-laki tidak terdapat perbedaan signifikan dalam menampilkan *false self-presentation* di aplikasi kencan.

Acknowledge

Terima kasih kepada Dr. Oki Mardawan., M.Psi., Psikolog selaku dosen yang senantiasa meluangkan waktunya ditengah kesibukannya untuk membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen wali, responden, orang tua, rekan-rekan dan pihak-pihak lain yang telah berkontribusi dalam proses penelitian ini baik dalam segi dukungan maupun bantuan.

Daftar Pustaka

- [1] Annur, C. M. (2023, August 30). Deretan Aplikasi Kencan Online Terpopuler 2022, Tinder Teratas. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/30/deretan-aplikasi-kencan-online-terpopuler-2022-tinder-teratas>

- [2] Baron, R. A., Branscombe, N. R., Byrne, D., & Fritzley, V. H. (2010, February 1). Mastering Social Psychology. http://books.google.ie/books?id=AsGwQAAACAAJ&dq=Mastering+Social+Psychology&hl=&cd=1&source=gbs_api
- [3] Castro, Á., & Barrada, J. R. (2020). Dating Apps and Their Sociodemographic and Psychosocial Correlates: A Systematic Review. *Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Zaragoza*. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.660484>
- [4] Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441.
- [5] Gatter, K., & Hodkinson, K. (2016, April 1). On the differences between TinderTM versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study. *Cogent Psychology*, 3(1), 1162414. <https://doi.org/10.1080/23311908.2016.1162414>
- [6] Hall, J. A., Park, N., Song, H., & Cody, M. J. (2010). Strategic misrepresentation in online dating: The effects of gender, self-monitoring, and personality traits. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(1), 117-135.
- [7] Hanson, K.R. Becoming a (Gendered) Dating App User: An Analysis of How Heterosexual College Students Navigate Deception and Interactional Ambiguity on Dating Apps. *Sexuality & Culture* 25, 75–92 (2021). <https://doi.org/10.1007/s12119-020-09758-w>
- [8] Huang, J., Kumar, S., & Hu, C. (2021, August 23). A Literature Review of Online Identity Reconstruction. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.696552>
- [9] Kolesnyk, D., De Jong, M. G., & Pieters, R. (2021b). Gender Gaps in Deceptive Self-presentation on Social-Media Platforms Vary With Gender Equality: A Multinational Investigation. *Psychological Science*, 32(12), 1952–1964. <https://doi.org/10.1177/09567976211016395>
- [10] Konings, F., Sumter, S.R. & Vandenbosch, L. Gender Roles and Mobile Dating Applications: Exploring Links Between User Characteristics and Traditional Gender Expressions in Self-presentations. *Arch Sex Behav* 53, 2361–2376 (2024). <https://doi.org/10.1007/s10508-024-02884-8>
- [11] Laili, M. (2023). Analisis dramaturgi presentasi diri perempuan lajang di aplikasi Bumble, Tesis, UNTAG Surabaya. Repository Untag Surabaya
- [12] Maroqi, N. (2019, July 30). Uji Validitas Konstruk Pada Instrumen Rosenberg Self Esteem Scale Dengan Metode Confirmatory Factor Analysis (CFA). *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia (JP3I)*, 7(2), 92–96. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v7i2.12101>
- [13] Mun, I. B., & Kim, H. (2021). Influence of False Self-presentation on Mental Health and Deleting Behavior on Instagram: The Mediating Role of Perceived Popularity. Vol. 12 <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.660484>
- [14] Olivera-La Rosa, A., Arango-Tobón, O. E., & Ingram, G. P. (2019, December). Swiping right: face perception in the age of Tinder. *Heliyon*, 5(12), e02949. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02949>
- [15] Oktapiana, F. (2021, October 5). Info Bandung Kota - Kenalan Via Aplikasi Kencan, Wanita di Bandung Tertipu Puluhan Juta. <https://infobandungkota.com/kenalan-via-aplikasi-kencan-wanita-di-bandung-tertipu-puluhan-juta/amp/>
- [16] Peng, K. (2020), "To be attractive or to be authentic? How two competing motivations influence self-presentation in online dating", *Internet Research*, Vol. 30 No. 4, pp. 1143-1165. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2019-0095>
- [17] Ranzini, G., & Lutz, C. (2016, September 16). Love at first swipe? Explaining Tinder

- self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80–101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>
- [18] Ridwan, P. P. (2023, June 19). Ragam Alasan Orang Indonesia Memilih Menggunakan Dating App. GoodStats. <https://goodstats.id/article/ragam-alasan-orang-indonesia-memilih-menggunakan-dating-app-4DYEr>
- [19] S, C. A. (2022, February 24). Ingin Cari Jodoh Online? Waspadai Jebakan Cinta Palsu. dw.com. <https://www.dw.com/id/waspada-romance-scam-di-aplikasi-kencan/a-60889914>
- [20] Sumter, S. R., & Vandenbosch, L. (2018, October 20). Dating gone mobile: Demographic and personality-based correlates of using smartphone-based dating applications among emerging adults. *New Media & Society*, 21(3), 655–673. <https://doi.org/10.1177/1461444818804773>
- [21] Solovyeva, O., Logunova, O. (2018). Self-presentation Strategies Among Tinder Users: Gender Differences in Russia. In: Alexandrov, D., Boukhanovsky, A., Chugunov, A., Kabanov, Y., Koltsova, O. (eds) *Digital Transformation and Global Society. DTGS 2018. Communications in Computer and Information Science*, vol 858. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02843-5_39
- [22] Tama, B. A. (2019, July 30). Validitas Skala Presentasi Diri Online. *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia (JP3I)*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v7i1.12102>
- [23] Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2010, April 7). Looks and Lies: The Role of Physical Attractiveness in Online Dating Self-presentation and Deception. *Communication Research*, 37(3), 335–351. <https://doi.org/10.1177/0093650209356437>
- [24] Wandasari, E. (2019). Presentasi diri janda di situs kencan online Tinder. Universitas Pendidikan Indonesia Repository. <https://repository.upi.edu/handle/123456789/12345>
- [25] Whitty, M. T. (2016, October 21). *Cyberpsychology*. John Wiley & Sons. http://books.google.ie/books?id=SI9PDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=cyberpsychology+the+study+of+individual&hl=&cd=1&source=gbs_api
- [26] Annisa Salsabila, & Dinda Dwarawati. (2022). Hubungan antara Forgiveness dan Post Traumatic Growth pada Perempuan Korban Kekerasan dalam Pacaran pada Usia Dewasa Awal di Kota Bandung. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(2), 124–131. <https://doi.org/10.29313/jrp.v1i2.558>
- [27] Muhammad Dandy Rizkiansyah, & Siti Qodariah. (2023). Pengaruh Self presentation terhadap Subjective Wellbeing pada Emerging Adulthood Pengguna Instagram. *Jurnal Riset Psikologi*, 31–38. <https://doi.org/10.29313/jrp.v3i1.1981>
- [28] Rizkiansyah, M. D., & Qodariah, S. (2023). Pengaruh Self presentation terhadap Subjective Wellbeing pada Emerging Adulthood Pengguna Instagram. *Jurnal Riset Psikologi*, 31–38. <https://doi.org/10.29313/jrp.v3i1.1981>