

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP LAGU POP BERTEMA SEDIH DI YOUTUBE BERDASARKAN JUMLAH VIEWS DAN LIKES

Delila Sastra Sitompul¹, Ella Aristha², Keyla Revina³, Ryska Olivia Sirait⁴, Zenia Aliefia Ermawan⁵

Universitas Negeri Medan

e-mail: delilasastra21@gmail.com¹, ellaaristhaaa@gmail.com², keylarvn@gmail.com³, ryskasirait@gmail.com⁴, aliefiajee@gmail.com⁵

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara jumlah views dan likes terhadap perilaku konsumen dalam mengonsumsi musik digital pada lagu pop bertema sedih di YouTube. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif korelasional. Data penelitian diperoleh dari 10 lagu pop bertema sedih yang diakses melalui YouTube pada tahun 2026. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi jumlah views dan jumlah likes. Teknik analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan uji korelasi untuk mengetahui tingkat hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan jumlah views dan likes pada setiap lagu. Lagu “Rumah Singgah” memiliki jumlah views tertinggi, sedangkan lagu “Selesai” memiliki jumlah views terendah. Pada variabel likes, lagu “Runtuh” memperoleh jumlah likes tertinggi dan lagu “Tapi Diterima” memperoleh jumlah likes terendah. Hasil analisis statistik menunjukkan rata-rata jumlah views sebesar 81.945.441 dan rata-rata jumlah likes sebesar 330.400. Berdasarkan uji korelasi diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,812 dengan nilai signifikansi 0,004. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat dan signifikan antara jumlah views dan likes. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat penayangan suatu lagu, maka semakin besar pula tingkat apresiasi pendengar yang ditunjukkan melalui jumlah likes. Dalam kajian ekonomi mikro, jumlah views dapat menggambarkan tingkat permintaan konsumen terhadap musik digital, sedangkan jumlah likes mencerminkan preferensi serta kepuasan konsumen setelah mengonsumsi produk digital tersebut. Selain itu, popularitas lagu juga dipengaruhi oleh faktor emosional, media sosial, kualitas lirik, melodi, dan popularitas penyanyi.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Musik Digital, Views, Likes, Youtube, Lagu Pop Sedih.

Abstract– This study aims to analyze the relationship between the number of views and likes on consumer behavior in consuming digital music, especially sad-themed pop songs on YouTube. The research used a quantitative approach with descriptive and correlational methods. The research data were obtained from 10 sad-themed pop songs accessed through YouTube in 2026. The variables used in this study were the number of views and the number of likes. Data analysis techniques included descriptive statistical analysis and correlation tests to determine the relationship between variables. The results showed differences in the number of views and likes for each song. The song “Rumah Singgah” had the highest number of views, while “Selesai” had the lowest number of views. In the likes variable, the song “Runtuh” received the highest number of likes, while “Tapi Diterima” received the lowest number. The statistical analysis showed that the average number of views was 81,945,441 and the average number of likes was 330,400. Based on the correlation test, the correlation coefficient value was 0.812 with a significance value of 0.004. These results indicate a very strong and significant positive relationship between the number of views and likes. The findings indicate that the higher the number of song views, the higher the audience appreciation reflected in the number of likes. From a microeconomic perspective, the number of views can describe consumer demand for digital music, while the number of likes reflects consumer preferences and satisfaction after consuming digital products. In addition, song popularity is also influenced by emotional factors, social media, lyric quality, melody, and singer popularity.

Kata Kunci: Consumer Behavior, Digital Music, Views, Likes, Youtube, Sad Pop Songs.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era modern telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam cara memperoleh hiburan dan menikmati musik. Jika sebelumnya masyarakat mendengarkan musik melalui radio, televisi, kaset, maupun compact disc (CD), saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan platform digital berbasis internet. Perkembangan smartphone dan jaringan internet yang semakin mudah diakses membuat masyarakat dapat menikmati musik kapan saja dan di mana saja tanpa terbatas ruang dan waktu. Salah satu platform digital yang paling banyak digunakan masyarakat untuk mengakses musik adalah YouTube.

YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi sarana distribusi karya musik bagi penyanyi dan industri musik. Berbagai genre musik dapat ditemukan dengan mudah melalui platform ini, mulai dari musik pop, jazz, rock, hingga musik tradisional. Selain itu, YouTube menyediakan fitur views, likes, komentar, dan share yang dapat menunjukkan tingkat interaksi masyarakat terhadap suatu konten musik. Dalam konteks musik digital, jumlah views dapat menggambarkan tingkat konsumsi masyarakat terhadap lagu tertentu, sedangkan jumlah likes dapat menunjukkan tingkat kesukaan atau apresiasi pendengar terhadap lagu tersebut. Menurut Beuscart, Coavoux, dan Maillard (2022), YouTube menjadi salah satu media utama masyarakat dalam mengonsumsi musik digital karena memberikan kemudahan akses dan memungkinkan interaksi pengguna terhadap konten yang dikonsumsi.

Musik pada dasarnya tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi media untuk mengekspresikan emosi dan perasaan seseorang. Banyak masyarakat menggunakan musik untuk menenangkan diri, memperbaiki suasana hati, bahkan menjadi teman dalam kondisi emosional tertentu. Salah satu jenis musik yang cukup diminati masyarakat adalah lagu pop bertema sedih. Lagu bertema sedih biasanya mengangkat cerita tentang kehilangan, patah hati, perpisahan, kerinduan, dan rasa kecewa yang dekat dengan pengalaman kehidupan seseorang. Kedekatan makna lirik dengan pengalaman pribadi membuat lagu bertema sedih lebih mudah diterima pendengar dan mampu membangun hubungan emosional.

Fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap lagu pop bertema sedih dapat dilihat dari tingginya jumlah views dan likes pada beberapa lagu di YouTube. Selain itu, perkembangan media sosial seperti TikTok dan Instagram juga turut memengaruhi popularitas suatu lagu. Lagu yang viral di media sosial biasanya lebih cepat dikenal masyarakat sehingga jumlah views dan likes terus meningkat. Penelitian Apriliyanti (2025) menjelaskan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk preferensi musik masyarakat, khususnya generasi muda.

Penelitian ini menggunakan sepuluh lagu pop bertema sedih sebagai objek penelitian, yaitu “Mangu”, “Tapi Diterima”, “Rumah Singgah”, “Selesai”, “Langit Abu-Abu”, “Jangan Paksa Rindu”, “Hilang Tanpa Bilang”, “Akhir Tak Bahagia”, “Runtuh”, dan “Monolog”. Lagu-lagu tersebut dipilih karena memiliki jumlah views dan likes yang tinggi serta dianggap mewakili lagu pop bertema sedih yang populer di masyarakat.

Tabel 1. Data Views dan Likes Lagu Pop Bertema Sedih di YouTube

No	Judul Lagu dan Penyanyi	Views	Likes
1	Mangu – Fourtwnty	64.602.524	186.000
2	Tapi Diterima – Nadin Amizah	7.117.527	32.000
3	Rumah Singgah – Fabio Asher	221.744.343	753.000
4	Selesai – Glenn Fredly	3.058.526	115.000
5	Langit Abu-Abu – Tulus	22.170.225	112.000
6	Jangan Paksa Rindu – Seventeen	43.596.886	139.000
7	Hilang Tanpa Bilang – Meiska	129.902.725	211.000
8	Akhir Tak Bahagia – Misellia	74.270.509	473.000
9	Runtuh – Feby Putri ft. Fiersa Besari	129.899.433	865.000
10	Monolog – Pamungkas	117.091.712	418.000

Sumber: Data YouTube, diolah peneliti (2026).

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa setiap lagu memiliki jumlah views dan likes yang berbeda-beda. Lagu “Rumah Singgah” memperoleh jumlah views tertinggi, sedangkan lagu “Runtuh” memperoleh jumlah likes tertinggi dibandingkan lagu lainnya. Perbedaan jumlah views dan likes tersebut menunjukkan adanya variasi perilaku konsumen dalam mengonsumsi musik digital pada platform YouTube.

Dalam perspektif ekonomi mikro, fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui teori perilaku konsumen dan teori permintaan. Menurut Kotler dan Keller (2016), perilaku konsumen merupakan tindakan seseorang dalam memilih dan menggunakan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam penelitian ini, lagu dapat dianggap sebagai produk digital yang dikonsumsi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hiburan maupun kebutuhan emosional. Sementara itu, jumlah views dapat dikaitkan dengan tingkat permintaan masyarakat terhadap lagu tertentu, sedangkan jumlah likes dapat mencerminkan tingkat preferensi dan kepuasan konsumen terhadap lagu yang didengarkan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara jumlah views dan likes terhadap perilaku konsumen pada lagu pop bertema sedih di YouTube berdasarkan perspektif ekonomi mikro. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai perilaku masyarakat dalam mengonsumsi musik digital serta faktor-faktor yang memengaruhi popularitas lagu pop bertema sedih pada platform digital.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi berdasarkan data yang diperoleh, sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian berupa angka, yaitu jumlah views dan likes pada lagu pop bertema sedih di YouTube. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan data berbentuk angka dan dianalisis menggunakan statistik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara jumlah views dan likes terhadap perilaku konsumen dalam mengonsumsi musik digital pada platform YouTube berdasarkan perspektif ekonomi mikro.

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari platform YouTube. Data penelitian berupa jumlah views dan likes dari lagu pop bertema sedih

yang dijadikan objek penelitian. Data tersebut diambil dari video musik resmi pada YouTube pada saat penelitian dilakukan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode observasi dan dokumentasi.

a. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap video musik resmi pada YouTube untuk melihat jumlah views dan likes dari setiap lagu yang dijadikan objek penelitian.

b. Dokumentasi

Peneliti mencatat dan mendokumentasikan data jumlah views dan likes ke dalam bentuk tabel penelitian untuk mempermudah proses pengolahan dan analisis data.

4. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh lagu pop bertema sedih yang tersedia pada platform YouTube.

b. Sampel

Sampel penelitian terdiri dari 10 lagu pop bertema sedih yang memiliki jumlah views dan likes tinggi di YouTube. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu.

Adapun kriteria sampel penelitian yaitu:

- Lagu termasuk genre pop bertema sedih.
- Lagu dipublikasikan melalui YouTube.
- Lagu memiliki jumlah views dan likes yang tinggi.
- Lagu populer di masyarakat dan media sosial.

5. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 2. Variabel Penelitian

Variabel	Jenis Variabel	Indikator
Views (X)	Variabel Bebas	Jumlah penonton video musik di YouTube
Likes (Y)	Variabel Terikat	Jumlah tanda suka pada video musik

Jumlah views digunakan untuk melihat tingkat konsumsi atau permintaan masyarakat terhadap lagu, sedangkan jumlah likes digunakan untuk melihat tingkat kesukaan dan respon konsumen terhadap lagu yang didengarkan.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistics untuk mengolah data penelitian.

Analisis data dilakukan melalui dua tahap, yaitu:

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan data jumlah views dan likes pada masing-masing lagu dalam bentuk tabel dan uraian.

b. Uji Korelasi Pearson

Uji korelasi Pearson digunakan untuk mengetahui hubungan antara jumlah views dan likes pada lagu pop bertema sedih di YouTube.

Dasar pengambilan keputusan pada uji korelasi yaitu:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat hubungan antara variabel views dan likes.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat hubungan antara variabel views dan likes.

Selain itu, tingkat hubungan antar variabel juga dilihat melalui nilai koefisien korelasi Pearson.

Tabel 3. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara kedua variabel semakin kuat dan positif. Hasil analisis kemudian dikaitkan dengan teori perilaku konsumen dan teori permintaan dalam ekonomi mikro untuk menjelaskan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi musik digital di YouTube.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data jumlah views dan likes dari 10 lagu pop bertema sedih yang diperoleh melalui YouTube. Data tersebut digunakan untuk mengetahui hubungan antara jumlah views dan likes terhadap perilaku konsumen dalam mengonsumsi musik digital.

Tabel 4. Data Views dan Likes Lagu Pop Bertema Sedih di YouTube

No	Judul Lagu	Views	Likes
1	Mangu	64.602.524	186.000
2	Tapi Diterima	7.117.527	32.000
3	Rumah Singgah	221.744.343	753.000
4	Selesai	3.058.526	115.000
5	Langit Abu-Abu	22.170.225	112.000
6	Jangan Paksa Rindu	43.596.886	139.000
7	Hilang Tanpa Bilang	129.902.725	211.000
8	Akhir Tak Bahagia	74.270.509	473.000
9	Runtuh	129.899.433	865.000
10	Monolog	117.091.712	418.000

Sumber: Data YouTube, diolah peneliti (2026).

2. Analisis Deskriptif

Berdasarkan Tabel 4, terlihat bahwa setiap lagu memiliki jumlah views dan likes yang berbeda-beda. Lagu “Rumah Singgah” memiliki jumlah views tertinggi yaitu sebanyak 221.744.343 views, sedangkan lagu “Selesai” memiliki jumlah views terendah yaitu sebanyak 3.058.526 views.

Pada variabel likes, lagu “Runtuh” memperoleh jumlah likes tertinggi yaitu sebanyak 865.000 likes, sedangkan lagu “Tapi Diterima” memperoleh jumlah likes terendah yaitu sebanyak 32.000 likes.

Perbedaan jumlah views dan likes tersebut menunjukkan bahwa setiap lagu memiliki tingkat konsumsi dan tingkat kesukaan yang berbeda-beda di masyarakat. Lagu dengan jumlah views tinggi cenderung memperoleh jumlah likes yang tinggi pula, meskipun terdapat beberapa lagu yang memiliki jumlah views tinggi tetapi jumlah likes tidak terlalu besar dibandingkan lagu lainnya.

3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 5. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Jumlah Data	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
Views	10	3.058.526	221.744.343	81.945.441	72.951.235
Likes	10	32.000	865.000	330.400	286.742

Sumber: Data penelitian, diolah peneliti (2026).

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa jumlah data penelitian sebanyak 10 lagu. Pada variabel views, nilai minimum sebesar 3.058.526 dan nilai maksimum sebesar 221.744.343 dengan rata-rata sebesar 81.945.441. Nilai standar deviasi yang cukup besar menunjukkan bahwa jumlah views pada setiap lagu memiliki perbedaan yang cukup tinggi.

Sementara itu, pada variabel likes diperoleh nilai minimum sebesar 32.000 dan nilai maksimum sebesar 865.000 dengan rata-rata sebesar 330.400 likes. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat apresiasi masyarakat terhadap lagu juga berbeda-beda pada setiap lagu.

4. Hasil Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara jumlah views dan likes pada lagu pop bertema sedih di YouTube.

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi

Variabel	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
Views dan Likes	0,812	0,004	Hubungan Sangat Kuat

Sumber: Data penelitian, diolah peneliti (2026).

Berdasarkan hasil uji korelasi pada Tabel 6, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,812 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara jumlah views dan likes pada lagu pop bertema sedih di YouTube.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,812 menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan positif. Hal ini berarti semakin tinggi jumlah views suatu lagu, maka semakin tinggi pula jumlah likes yang diperoleh lagu tersebut.

5. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen memiliki pengaruh terhadap popularitas lagu pop bertema sedih di YouTube. Tingginya jumlah views menunjukkan bahwa masyarakat memiliki minat yang besar terhadap lagu-lagu bertema emosional. Selain itu, tingginya jumlah likes menunjukkan bahwa pendengar memberikan respon positif terhadap lagu yang mereka dengarkan.

Dalam perspektif ekonomi mikro, jumlah views dapat dikaitkan dengan teori permintaan. Semakin tinggi jumlah views suatu lagu, maka semakin tinggi pula tingkat permintaan masyarakat terhadap lagu tersebut. Sementara itu, jumlah likes dapat mencerminkan preferensi dan tingkat kepuasan konsumen terhadap lagu yang dikonsumsi.

Menurut Kotler dan Keller (2016), perilaku konsumen dipengaruhi oleh kebutuhan, keinginan, dan kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan suatu produk. Dalam penelitian ini, lagu dipandang sebagai produk digital yang dikonsumsi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan emosional.

Selain faktor emosional, media sosial juga memengaruhi popularitas lagu. Lagu yang viral di TikTok dan Instagram cenderung lebih cepat dikenal masyarakat sehingga jumlah views dan likes meningkat secara signifikan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Apriliyanti (2025) yang menjelaskan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap preferensi musik masyarakat.

Tabel 7. Faktor yang Memengaruhi Popularitas Lagu Pop Bertema Sedih

No	Faktor	Penjelasan
1	Makna Lirik	Lirik yang sesuai pengalaman pribadi lebih mudah diterima pendengar
2	Emosi Pendengar	Lagu sedih membantu pendengar mengekspresikan perasaan
3	Media Sosial	TikTok dan Instagram membantu meningkatkan popularitas lagu
4	Penyanyi	Popularitas penyanyi memengaruhi minat masyarakat
5	Melodi Musik	Nada dan aransemen memengaruhi kenyamanan pendengar

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa perilaku konsumen dalam mengonsumsi musik digital tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas lagu, tetapi juga oleh faktor emosional, sosial, dan media digital yang berkembang di masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara jumlah views dan likes pada lagu pop bertema sedih di YouTube. Lagu yang memiliki jumlah views tinggi cenderung memperoleh jumlah likes yang tinggi pula. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat konsumsi masyarakat terhadap lagu memiliki hubungan dengan tingkat kesukaan dan apresiasi pendengar terhadap lagu tersebut. Perbedaan jumlah views dan likes pada setiap lagu menunjukkan adanya variasi perilaku konsumen dalam mengonsumsi musik digital, di mana setiap pendengar memiliki preferensi yang berbeda terhadap lagu yang mereka dengarkan.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen terhadap lagu pop bertema sedih dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti makna lirik, kondisi emosional pendengar, media sosial, popularitas penyanyi, serta melodi lagu. Lagu bertema sedih lebih mudah diterima masyarakat karena dianggap mampu mewakili perasaan dan pengalaman pribadi pendengar. Dalam perspektif ekonomi mikro, jumlah views dapat menggambarkan tingkat permintaan masyarakat terhadap lagu, sedangkan jumlah likes mencerminkan tingkat preferensi dan kepuasan konsumen terhadap lagu tersebut. Dengan demikian, perilaku konsumen memiliki pengaruh terhadap tingkat popularitas lagu pada platform digital.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan jumlah sampel lagu yang lebih banyak serta menambahkan variabel lain seperti komentar, share, dan durasi menonton agar hasil penelitian menjadi lebih lengkap. Selain itu, penyanyi dan industri musik diharapkan dapat memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai sarana promosi karena terbukti memiliki pengaruh terhadap peningkatan popularitas lagu di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyanti, T. R. (2025). Peran media sosial dalam membentuk preferensi musik generasi Z di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 17(2), 115–126.
- Beuscart, J.-S., Coavoux, S., & Maillard, F. (2022). Listening to music videos on YouTube: Digital consumption practices and the environmental impact of streaming. *European Journal of Cultural Studies*, 25(6), 1682–1699.
- Febriyanti, S. N., & Ida, R. (2023). Digital capitalism behind the “Broadcast Yourself” tagline: Study of digital discourse on the popularity in Indonesia’s YouTube content industry. *Journal of Media and Communication Studies*, 8(1), 44–58.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mankiw, N. G. (2018). *Pengantar ekonomi mikro* (Edisi Asia). Salemba Empat.
- Sudarsono, B. G., Nugroho, A., & Wijaya, T. (2020). Segmentasi popularitas akun YouTube

menggunakan metode ID3. *JBASE: Journal of Business and Audit Information Systems*, 3(2), 85–94.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wahyudi, A. F., Pratama, R., & Lestari, D. (2024). Pengaruh konten YouTube terhadap pembentukan sikap generasi Z. *Jurnal Tuturan*, 5(1), 33–45.