



Peran Sutradara dalam Pembuatan Karya Video Feature “*Thrift or Threat: Health Issues in the Thrifting Phenomenon*” Dengan Pendekatan *Storytelling*

*Role of a Director in the Making of the Feature Video “*Thrift or Threat: Health Issues in the Thrifting Phenomenon*” With a Storytelling Approach*

Muhammad Arif Rahman^{1*}, Dian Wardiana Sjuchro², Agus Setiaman³

¹⁻³ Universitas Padjadjaran, Indonesia

Koresprodensi penulis : Muhammad21375@mail.unpad.ac.id*

Article History:

Received: Juni 15, 2025;

Revised: Juni 25, 2025;

Accepted: Juli 09, 2025;

Published: Juli 11, 2025

Keywords: *Thrift, Feature Video, Director, Storytelling.*

Abstract: *Thrift, while a popular affordable fashion alternative, raises concerns about safety and health risks for enthusiasts. The feature video "Thrift or Threat: Health Issues in The Thrifting Phenomenon" aims to raise public awareness, especially among younger generations, regarding the importance of hygiene and health when buying and wearing thrifted clothing. This work also provides accurate information on potential risks and preventive measures, while inspiring other content creators to address relevant social and health issues related to contemporary youth lifestyles. As director, the author gathered information and explored problems through direct interviews at Cimol Gedebage Market. The video's narrative structure employs a storytelling approach based on Freytag's Pyramid, with clear scene divisions: exposition, rising action, climax, falling action, and resolution. Findings indicate the director's crucial role in guiding the entire production process, from research and planning to filming and overseeing editing. This video is expected to enhance public awareness about hygiene and health in thrifting, and serve as an inspiration for content creators exploring pertinent social and health topics.*

Abstrak

Praktik thrifting sebagai alternatif fesyen terjangkau masih menimbulkan kekhawatiran terkait potensi risiko kesehatan. Video feature "*Thrift or Threat: Health Issues in The Thrifting Phenomenon*" bertujuan meningkatkan kesadaran publik, khususnya generasi muda, tentang pentingnya kebersihan dan kesehatan saat membeli serta memakai pakaian bekas. Karya ini juga menyediakan informasi akurat mengenai risiko dan langkah pencegahan, sekaligus menginspirasi kreator konten lain untuk membahas isu sosial dan kesehatan relevan dengan gaya hidup remaja kontemporer. Sebagai sutradara, penulis melakukan pengumpulan informasi dan eksplorasi masalah melalui wawancara langsung di Pasar Cimol Gedebage. Struktur naratif video ini menggunakan pendekatan *storytelling* berdasarkan struktur *Freytag's Pyramid*, dengan pembagian adegan yang jelas: eksposisi, *rising action*, klimaks, *falling action*, dan resolusi. Temuan menunjukkan peran krusial sutradara dalam memandu seluruh proses produksi, dari riset hingga pengeditan. Video ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya kebersihan dan kesehatan dalam *thrifting*, serta menginspirasi konten kreator lain untuk mengeksplorasi topik kesehatan masyarakat.

Kata Kunci: *Thrift, video feature, Sutradara, Storytelling.*

1. PENDAHULUAN

Tren membeli pakaian bekas atau yang dikenal dengan istilah *thrifting* menjadi fenomena yang semakin populer di kalangan Generasi Z. Aktivitas ini mengacu pada pembelian barang bekas yang masih layak pakai, terutama pakaian, baik untuk digunakan kembali maupun dijual ulang. Istilah *thrift* sendiri berasal dari bahasa Inggris yang berarti penghematan, dan dalam praktiknya, *thrifting* mengacu pada perilaku konsumsi yang ekonomis serta berkelanjutan. Fenomena ini berkembang dari sekadar solusi belanja hemat menjadi gaya hidup yang mencerminkan kesadaran lingkungan dan ekspresi diri (Ananto, 2023).

Generasi Z, yang dikenal memiliki kepedulian tinggi terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan, turut mendorong berkembangnya budaya *thrifting*. Praktik ini dianggap sebagai bentuk perlawanan terhadap industri *fast fashion* yang menyumbang limbah tekstil dan pencemaran lingkungan. Studi Goodwill Industries (2025) menunjukkan bahwa alasan utama Generasi Z memilih pakaian bekas adalah karena faktor keberlanjutan serta keinginan untuk tampil unik dan otentik. Selain itu, peran media sosial seperti TikTok dan Instagram sangat signifikan dalam membentuk tren *thrifting* dengan memperkuat komunitas dan berbagi inspirasi.

Fenomena *thrifting* di Indonesia menjadi populer sejak krisis moneter 1998, di mana pakaian bekas menjadi alternatif utama kebutuhan sandang masyarakat karena penurunan daya beli (Sunardi, 2024). Dalam beberapa tahun terakhir, praktik ini kembali marak, terutama dengan hadirnya media sosial sebagai wadah promosi dan pertukaran informasi. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2023 Indonesia mengimpor pakaian bekas sebesar 12,85ton dengan nilai sekitar Rp481,64 juta, menandakan masih tingginya permintaan terhadap barang bekas meskipun terdapat larangan impor.

Namun, di balik meningkatnya popularitas *thrifting*, muncul isu-isu yang perlu mendapat perhatian, khususnya terkait aspek kesehatan dan kebersihan. Salah satu kasus yang viral berasal dari akun TikTok @onenevertwoo_one, yang mengalami infeksi kulit Molluscum contagiosum akibat mengenakan pakaian *thrift* yang tidak melewati proses sterilisasi yang tepat. Infeksi ini menimbulkan benjolan di kulit akibat virus yang menyebar melalui kontak dengan benda terkontaminasi, termasuk pakaian bekas. Fenomena ini memunculkan perdebatan publik mengenai keamanan produk *thrift* dan menjadi pangkal kekhawatiran masyarakat, terutama generasi muda, yang menjadi pelaku utama tren ini.

Melihat adanya kesenjangan antara popularitas *thrifting* dan rendahnya kesadaran terhadap risiko kesehatan, penulis mengangkat isu ini dalam bentuk karya video feature berjudul “Thrift or Threat: Health Issues in The Thrifting Phenomenon”. Tujuannya adalah

memberikan edukasi mengenai pentingnya menjaga kebersihan saat membeli dan menggunakan pakaian bekas. Karya ini difokuskan pada komunitas di Pasar Cimol Gedebage Bandung yang merupakan salah satu pusat thrifting terbesar di Indonesia, sebagai subyek pengabdian yang merepresentasikan interaksi antara pedagang, pembeli, dan lingkungan pasar.

Proses pengumpulan informasi dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap para pelaku pasar seperti penjual dan pembeli, serta melibatkan pakar kesehatan yaitu dokter spesialis kulit (dr. Trustia Rizqandaru Sp.DVE). Hasil pengamatan dan wawancara di lapangan menggambarkan adanya keterbatasan pengetahuan mengenai higienitas dalam aktivitas *thrifting*. Oleh karena itu, edukasi melalui media visual dipandang efektif untuk membangun kesadaran baru yang menyentuh aspek personal dan sosial masyarakat.

Perubahan sosial yang diharapkan dari karya ini adalah meningkatnya kesadaran masyarakat, khususnya Generasi Z, terhadap pentingnya mencuci dan merawat pakaian bekas secara higienis, serta mendorong mereka untuk tetap kritis dan selektif dalam memilih produk *thrift*. Selain itu, karya ini bertujuan memperkuat literasi visual sebagai sarana edukatif dalam menyampaikan pesan kesehatan publik yang relevan dan kontekstual.

Melalui pendekatan *storytelling* yang menyentuh sisi *human interest* dan didukung narasi ilmiah, karya ini tidak hanya mendokumentasikan aktivitas di pasar *thrift*, tetapi juga menjadi alat advokasi sosial dan kesehatan yang dapat dijadikan referensi oleh komunitas, institusi, dan pembuat kebijakan di bidang kesehatan masyarakat.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui pendekatan pengorganisasian komunitas secara partisipatif yang diwujudkan dalam bentuk penciptaan karya video feature berjudul “*Thrift or Threat: Health Issues in The Thrifting Phenomenon*”. Subjek utama dalam kegiatan ini adalah komunitas pelaku dan konsumen *thrift* di kawasan Pasar Cimol Gedebage, Kota Bandung, yang terdiri dari para pedagang, pembeli, pengunjung pasar, serta narasumber ahli dari kalangan tenaga medis. Lokasi ini dipilih berdasarkan tingginya aktivitas jual beli pakaian bekas serta tingginya keterlibatan generasi muda dalam praktik *thrifting*. Pengorganisasian komunitas dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan subjek dampingan dalam proses identifikasi masalah, wawancara, hingga visualisasi isu dalam bentuk media kreatif.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode partisipatif-kolaboratif dengan strategi visualisasi melalui karya video feature sebagai media penyampaian pesan edukatif. Pendekatan ini bertujuan untuk mengangkat isu kesehatan yang berkaitan dengan

praktik thrifting melalui narasi yang mudah dipahami, kontekstual, dan berbasis pengalaman nyata masyarakat. Kegiatan dilakukan dalam tiga tahapan utama, yakni pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, penulis menyusun konsep karya berdasarkan hasil observasi langsung di lapangan dan studi literatur terkait tren *thrifting* dan isu kesehatannya. Selain itu, dilakukan pula survei lokasi, penyusunan draft naskah, *shotlist*, *photoboard*, dan penentuan narasumber, termasuk seorang dokter spesialis kulit yang relevan dengan topik. Selama tahap produksi, proses pengambilan gambar dilakukan selama tiga hari dengan fokus yang berbeda. Hari pertama difokuskan pada dokumentasi visual suasana pasar dan wawancara dengan pelaku *thrift*. Hari kedua diisi dengan pengambilan *footage* udara menggunakan drone untuk memperkuat aspek visual lokasi. Hari ketiga difokuskan pada wawancara dengan tenaga medis guna mendapatkan perspektif ilmiah mengenai risiko kesehatan dari pakaian bekas. Seluruh tahapan ini dilaksanakan dengan partisipasi aktif komunitas lokal yang menjadi subjek dalam karya.

Tahap pasca-produksi menjadi bagian penting dalam meramu seluruh materi visual menjadi narasi yang utuh. Kegiatan penyuntingan dilakukan dengan mempertimbangkan kesinambungan cerita, keakuratan informasi, serta efektivitas penyampaian pesan. Penulis juga menentukan elemen pendukung seperti pemilihan musik latar, gaya visual (*colour grading*), tipografi, serta integrasi *footage* wawancara dan ilustrasi. Karya akhir kemudian dipublikasikan melalui platform YouTube yang dipilih karena jangkauan audiensnya yang luas, kemudahan akses, dan relevansi dengan target audiens utama, yakni masyarakat usia 13–28 tahun atau Generasi Z. Strategi penayangan ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perilaku hidup bersih dan sehat dalam aktivitas *thrifting*.

3. HASIL

Bagian ini menyajikan luaran dan dinamika kunci dari kegiatan pengabdian masyarakat yang diwujudkan melalui produksi video feature berjudul "Thrift or Threat: Health Issues in The Thrifting Phenomenon." Proses ini meliputi tiga tahapan utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, yang secara sinergis berkontribusi pada pencapaian tujuan edukasi masyarakat.

Pada tahap pra-produksi, kerangka konseptual video dibangun secara sistematis. *Storyline* video dirancang dengan enam scene yang mengadopsi struktur *Freytag's Pyramid*, memastikan alur naratif yang koheren. *Scene 1* berfungsi sebagai eksposisi, memperkenalkan fenomena *thrifting* di Pasar Cimol Gedebage, Bandung, untuk menarik perhatian audiens. Peningkatan aksi diaplikasikan pada *Scene 2* dan *3*, di mana realitas praktik *thrifting*

dieksplorasi melalui wawancara dengan penjual dan pembeli, serta isu stigma kesehatan dan kebersihan diangkat, termasuk penyajian fakta lapangan mengenai proses sterilisasi pakaian. Klimaks dicapai pada *Scene 4* melalui presentasi data dan statistik yang memperkuat urgensi isu kesehatan. Kemudian, aksi menurun pada *Scene 5* menghadirkan solusi dan rekomendasi medis dari dokter spesialis kulit, meliputi panduan cara aman dalam aktifitas *thrifting*. Terakhir, resolusi pada *Scene 6* merangkum keseluruhan pembahasan, menekankan pentingnya pemahaman seimbang dan tindakan bijak. Penyusunan *shotlist* yang terperinci menjadi panduan visual teknis yang esensial, sementara penggunaan *Artificial Intelligence* (ChatGPT 4.0) untuk membuat *photoboard* mengindikasikan inovasi dalam memvisualisasikan adegan, meskipun adaptasi terhadap kondisi riil lapangan tetap krusial. Penentuan *equipment list* dilakukan melalui kolaborasi tim, memastikan ketersediaan perangkat teknis optimal seperti kamera Sony, lensa, tripod, gimbal, lighting, clip-on, dan drone.

Tahap produksi melibatkan implementasi langsung di lapangan dan berhadapan dengan berbagai dinamika yang tak terduga. Pada hari pertama di Pasar Cimol Gedebage, tim fokus pada pengambilan gambar aktivitas jual beli dan interaksi sosial. Tantangan utama adalah membangun komunikasi efektif dengan narasumber yang enggan diwawancara serta menjaga kualitas audio di tengah kebisingan pasar. Fleksibilitas tim tampak saat mereka berinisiatif membeli pakaian untuk disetrika demi mendokumentasikan proses kebersihan. Hari kedua dihadapkan pada kendala cuaca berupa hujan, yang membatasi waktu pengambilan footage drone, menuntut efisiensi tinggi dalam prosesnya. Pada hari ketiga, wawancara mendalam dengan dokter spesialis kulit di Klinik Utama Padjadjaran, meskipun esensial untuk validasi ilmiah, mengalami kendala teknis *hunting focus* pada kamera kedua akibat kurangnya pengecekan fitur auto focus. Insiden ini menjadi pengalaman pembelajaran yang signifikan mengenai pentingnya ketelitian dan koordinasi teknis di lapangan, meskipun *footage* dari kamera utama berhasil direkam dengan baik.

Akhirnya, tahap pasca-produksi merupakan fase krusial di mana sutradara memegang peran sentral dalam merangkai seluruh elemen visual dan audio menjadi sebuah narasi utuh. Proses ini mencakup *logging* untuk menyeleksi *footage* terbaik, pemilihan *soundbite* dari wawancara yang memuat inti informasi, *scene building* untuk menyusun urutan visual secara logis sesuai *storyline*, *colour grading* untuk penyempurnaan estetika visual, dan *audio integration* untuk memastikan harmoni antara dialog, musik, dan efek suara. Seluruh tahapan ini dieksekusi untuk menghasilkan karya yang tidak hanya informatif secara faktual tetapi juga menarik dan memiliki daya tarik emosional.

4. DISKUSI

Video feature "Thrift or Threat: Health Issues in The Thrifting Phenomenon" berfungsi sebagai sebuah intervensi pengabdian masyarakat yang berupaya secara langsung mengatasi permasalahan kurangnya informasi objektif mengenai isu kesehatan yang menyertai fenomena *thrifting*. Melalui penyajian fakta empiris yang diperoleh dari observasi lapangan dan wawancara, serta pandangan yang kredibel dari ahli medis, karya ini dirancang untuk meluruskan stigma negatif yang melekat pada *thrifting* sekaligus menyoroti potensi risiko kesehatan yang sering kali diabaikan oleh masyarakat. Diskusi yang dihadirkan dalam video ini diharapkan dapat memicu kesadaran baru di kalangan audiens, mendorong mereka untuk mengadopsi perilaku *thrifting* yang lebih bertanggung jawab, aman, dan higienis.

Aspek solusi yang disampaikan oleh dokter spesialis kulit, yang memberikan panduan praktis mengenai cara memilih, mencuci, dan mensterilkan pakaian *thrift* dengan benar, merupakan bentuk aksi program yang bersifat teknis yang dirancang untuk memecahkan masalah komunitas secara konkret. Informasi ini tidak hanya bersifat edukatif tetapi juga aplikatif, secara langsung berupaya memicu perubahan perilaku positif di antara para pelaku *thrift* dan masyarakat umum. Program pengabdian ini juga secara tidak langsung berpotensi memunculkan pranata baru atau norma-norma praktik yang lebih higienis dalam komunitas *thrifting*, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas kesehatan masyarakat secara kolektif.

Selain itu, kehadiran narasumber ahli medis meningkatkan kredibilitas informasi yang disampaikan, sebuah aspek krusial dalam melawan disinformasi yang sering menyertai isu kesehatan di ruang publik. Video ini berfungsi sebagai sumber yang terpercaya, membantu audiens membedakan antara kekhawatiran yang tidak berdasar dengan risiko kesehatan yang nyata. Proses produksi video feature ini sendiri juga merupakan bentuk pengabdian yang simultan mengembangkan kapasitas tim dalam menciptakan media edukasi yang efektif. Pengalaman menghadapi kendala di lapangan, seperti negosiasi dengan narasumber yang enggan diwawancara atau tantangan teknis dalam perekaman, menjadi bagian integral dari dinamika proses pendampingan yang memperkaya pembelajaran tim. Hal ini menunjukkan bahwa pengabdian masyarakat tidak hanya menghasilkan luaran produk, tetapi juga menguatkan kompetensi pelaksana dalam menyajikan informasi yang relevan dan dapat diterima oleh target audiens.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan diskusi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa peran sutradara dalam pembuatan video *feature* "Thrift or Threat: Health Issues in The Thrifting Phenomenon" dengan pendekatan *storytelling* sangat krusial dan meliputi seluruh tahapan produksi, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Peran ini mencakup perencanaan konseptual yang matang, manajemen operasional di lapangan, hingga pengawasan ketat pada proses penyuntingan, yang kesemuanya memastikan bahwa visi kreatif dan tujuan edukasi dapat tercapai secara efektif.

Penggunaan pendekatan *storytelling* dengan struktur Freytag's Pyramid dalam video *feature* ini terbukti berhasil dalam membangun narasi yang sistematis dan menarik. Melalui pembagian *scene* yang jelas, mulai dari eksposisi, peningkatan aksi, klimaks, aksi menurun, hingga resolusi, karya ini mampu mengemas isu kesehatan dalam fenomena *thrifting* secara informatif, objektif, dan optimal. Video ini tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga memandu audiens melalui sebuah alur yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong perubahan perilaku yang lebih aman dan bertanggung jawab dalam praktik *thrifting*. Kontribusi utama dari pengabdian ini adalah pencerahan informasi yang diharapkan dapat memicu pranata baru dan kesadaran kolektif di tengah masyarakat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kesehatan dan kesejahteraan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Segala puji dan Syukur penulis selalu panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat Rahmat dan karunianya, penulis dapat menyelesaikan karya tugas akhir yang berjudul Peran Sutradara Dalam Pembuatan Karya Video Feature “Thrift Or Threat: Health Issues in The Thrifting Phenomenon” Dengan Pendekatan Storytelling dengan baik dan tepat waktu,

Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat kelulusan mata kuliah Tugas Akhir dan menyelesaikan studi di Program Studi D4 Manajemen Produksi Media, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.

Selama proses penyusunan hingga penggarapan karya tugas akhir, penulis turut dibimbing serta diberikan dukungan oleh banyak pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengungkapkan terima kasih dan rasa syukur sedalam-dalamnya atas doa, dukungan serta bantuan dari pihak pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan kewajiban ini dengan baik, diantaranya kepada:

Prof. Dr. Dian Wardiana Sjuchro, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, ilmu, dan pengalaman kepada penulis selama

berjalannya pengerjaan tugas akhir ini.

Agus Setiaman, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, ilmu, dan pengalaman kepada penulis selama berjalannya pengerjaan tugas akhir ini.

Para dosen pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya Program Studi Manajemen Produksi Media yang telah membimbing dan mendidik selama penulis menempuh perkuliahan dari awal semester hingga selesai di Universitas Padjadjaran.

Para staf Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya Program Studi Manajemen Produksi Media yang telah memudahkan selama penulis menempuh perkuliahan dari awal semester hingga selesai di Universitas Padjadjaran.

Dynasmara Volanza Devi selaku rekan kelompok tugas akhir penulis yang telah bekerjasama dengan baik dalam proyek tugas akhir ini hingga selesai.

Pihak klinik utama padjadjaran dan dr. Trustia Rizqandaru Sp.DVE yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk berkerjasama dalam proyek tugas akhir.

Para narasumber yang telah bersedia untuk melakukan proses wawancara, sehingga penulis mendapatkan informasi dalam proyek tugas akhir.

Seluruh teman-teman Manajemen Produksi Media angkatan 2021 yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penggarapan tugas akhir.

Penulis menyadari tanpa dukungan dari pihak-pihak yang sudah disebutkan, proyek karya tugas akhir tidak akan berjalan dengan sebaik ini. Dengan itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak atas dukungannya.

DAFTAR REFERENSI

- Ananto, N. P., & Pramono, D. (2023). Konstruksi Media Sosial terhadap Tren Thrifting pada Generasi Z di Kecamatan Boja Kabupaten Kendal. *SOLIDARITY: Journal of Education, Society and Culture*, 12(1), 1–11. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/solidarity>
- Aryaputra, R. T., Wibowo, T. O., Stefan, R. J., Yusiana, R., & Jessica, J. (2021). Konsumsi Fashion Bekas sebagai Gaya Hidup Ramah Lingkungan di Kalangan Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 133–146. <https://doi.org/10.24912/jk.v16i2.10067>
- Freytag, G. (1863). *Die Technik des Dramas*. Leipzig: Hirzel.
- Goodwill Industries. (2023). *Thrift vs. Fast Fashion: Environmental Impact and Benefits*. Goodwill Virginia. <https://goodwillvirginia.org/work-matters/thrift-vs-fast-fashion/>
- Kusuma, Y. I., & Fadillah, R. (2022). Meningkatkan Kesadaran Kebersihan Pakaian Bekas Melalui Edukasi Digital di Media Sosial. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*

UMM, 4(1), 54–60. <https://doi.org/10.22219/jpdm.v4i1.21123>

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Putri, A. R., & Hidayat, A. (2020). Analisis Dampak Penggunaan Pakaian Bekas Terhadap Kesehatan Kulit. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas*, 14(1), 34–41. <https://doi.org/10.25077/jkma.14.1.34-41.2020>

Rosyid, M., & Azkia, N. (2021). Strategi Penceritaan dalam Produksi Film Dokumenter Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 9(2), 123–134. <https://doi.org/10.14710/jkm.9.2.123-134>

Sujarwo, S., & Rahmawati, E. (2020). Penggunaan Teknik Visual Storytelling dalam Produksi Film Dokumenter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 45–56. <https://doi.org/10.24002/jik.v8i1.3237>