



## PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA DAN KUALITAS INFORMASI PORTAL BERITA ONLINE TIRTO.ID TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA BERDASARKAN PERBEDAAN GENDER

<sup>1</sup>Rika Wulandari, <sup>2</sup>Nuke Farida, <sup>3</sup>Dwi Agitashera

<sup>1</sup>[Rikawulandari117@gmail.com](mailto:Rikawulandari117@gmail.com), <sup>2</sup>[nuke\\_farida@staff.gunadarma.ac.id](mailto:nuke_farida@staff.gunadarma.ac.id),

<sup>3</sup>[dwiagitashera90@gmail.com](mailto:dwiagitashera90@gmail.com)

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma  
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

### ABSTRACT

*This study aims to examine the effect of user's motivation for news media use and its information quality towards user's satisfaction based on gender differences. The research method used quantitative and uses and gratification theories as approaches. The number of respondents 385 people used Paul Leddy formula and purposive sampling technique. This research used multiple linear analysis for analyzing data. The findings showed that user's motivation for using news media positively affected satisfaction of users. Male respondents have higher information motives than female. It means that the more users have higher information motive, the more news media satisfied users. The study also found that information quality, namely on currency dimension has a stronger impact and positively influenced satisfaction, which men more paid attention on information quality of currency than women. We concluded that man has higher information motives and currency as information quality than female towards their satisfaction to use tirto.id as referenced news media platform.*

**Key word:** *Quality of information, online news, user satisfaction*

### Pendahuluan

#### A. Latar Belakang

Media baru merupakan Sebuah pengemasan pesan dengan jaringan komputer berbasis internet sebagai saluran distribusinya. Flew (2002) memandang media baru sebagai produk budaya yang tidak terlepas dari kehidupan sosial masyarakat termasuk di dalamnya dampak yang ditimbulkan dalam penggunaannya. Menurut Terry Flew (2002) *new media* didefinisikan

sebagai “*form of media content that combines and integrated data, text, sound, and images of all kinds; are stored in digital format; and are increasingly distributed through networks*”.

Menurut Gerungan 1991 (dalam Sugiyanti 2012), motif memiliki pengertian yang meliputi penggerak. Alasan-alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia itu berbuat sesuatu. Semua tingkah laku



manusia pada hakekatnya mempunyai motif, termasuk tingkah laku yang disebut tingkah laku refleks. Meskipun bersifat otomatis, tingkah laku refleks tetap memiliki tujuan dan maksud tertentu, walaupun maksud dan tujuan itu tidak disadari oleh individu. Sama halnya dengan individu yang mengakses portal berita *online*, pasti ada motif yang mendorongnya untuk memutuskan mengakses media *online*.

Penelitian perbedaan gender dalam motif penggunaan untuk jejaring sosial di tempat kerja yang dilakukan oleh Brell dan Valdez, dkk (2012) dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa perempuan menggunakan sistem seperti itu karena kebutuhan yang lebih kuat untuk interaksi sosial dan informasi. Dari temuan kami, kami memperoleh implikasi praktis untuk merancang situs jejaring sosial untuk bekerja. Perempuan menggunakan sistem karena kebutuhan yang lebih besar untuk interaksi sosial dan informasi.

Penelitian Perbedaan gender dalam kualitas informasi komunitas virtual: Sebuah studi dari perspektif harapan-persepsi yang dilakukan oleh Liu dan Li, dkk (2016) Hasilnya menunjukkan bahwa gender memang bisa memiliki pengaruh pada kualitas informasi melalui harapan atau persepsi. Secara khusus, pria menilai

representasional kualitas data lebih tinggi daripada wanita. Wanita memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap kualitas data representasional dibandingkan laki-laki. Pria menganggap kualitas data yang dapat diakses lebih tinggi daripada wanita.

Kepuasan merupakan efek dari penggunaan media atau sumber – sumber yang lain yaitu berupa pemenuhan kebutuhan, berupa informasi, hiburan, ketenangan, hubungan sosial dan lain – lain (Rakhmat, 2005). Menurut McQuail (dalam Kriyantono, 2007) adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atau tanggapan setelah individu tersebut menggunakan atau menyaksikan sebuah media.

Faktor lainnya mempengaruhi kepuasan adalah kualitas informasi, Menurut Iswara, 2018 ketika individu tidak mengakses sumber informasi atau portal berita *online* yang berkualitas, maka individu tersebut akan salah mendapatkan pengetahuan karena bisa jadi sumber tidak jelas atau *hoax*. Kualitas informasi tersebut akan sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan penggunaannya itu sendiri. Semakin tinggi kualitas informasi suatu portal berita *online*, maka akan semakin banyak pengguna yang mengakses



portal berita *online* tersebut sehingga memenuhi kepuasan pengguna.

Terkait dengan perkembangan media, khususnya internet yang tidak bisa dibendung lagi, keberadaannya sangat kuat dalam mengkonstruksi bagaimana laki-laki dan perempuan seharusnya berperilaku. Hal ini tentunya akan mengkotak-kotakan situs-situs apa yang diakses dan untuk keperluan apa mereka mengakses internet. Gender merupakan atribut yang dilekatkan semerupakan atribut yang dilekatkan secara sosial maupun kultural, baik pada laki-laki maupun perempuan. Gender bukan merupakan kodrat, tetapi merupakan konstruksi sosial, budaya, agama, dan ideologi tertentu yang mengenal batas ruang dan waktu sehingga gender sangat tergantung pada nilai-nilai masyarakat dan berubah menurut situasi dan kondisi (Faqih, 2001). Gender dibentuk oleh aspek sosial dan tidak bisa dilepaskan oleh budaya media yang perkembangannya semakin pesat.

## KAJIAN PUSTAKA

### Motif

Motif atau pendorong adalah kebutuhan yang terangsang sehingga seseorang berupaya untuk memuaskan atau memenuhinya (Riswandi, 2013). Sedangkan pengertian motif penggunaan

media yang dikenal dengan *gratification sought* (GS) menurut McQuail (dalam Kriyantono, 2008) adalah kepuasan yang dicari atau yang diinginkan oleh khalayak ketika menggunakan atau menyaksikan suatu jenis media tertentu.

Menurut McQuail (dalam Kriyantono, 2006), ada 4 kategori dimensi motif penggunaan media : Motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas dan interaksi sosial, dan motif hiburan.

### Kualitas Informasi

Konsep kualitas dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Arazy (dalam Ma'un, 2015) dimana kualitas diartikan sebagai "kecocokan dalam penggunaan" (*fitness for uses*). Kualitas informasi dapat dipahami dari bermacam-macam sudut pandang, tetapi semua itu dapat dikategorikan menjadi tiga sudut pandang yaitu: *intrinsic views*, *contextbased views*, dan *representational views*.

Menurut Nelson, 2005 (dalam Ma'un 2015) kualitas informasi (*information quality*) memiliki empat dimensi sebagai berikut: *Accuracy*, *completeness*, *currency and format*.

### Kepuasan Pengguna



Kata kepuasan (*Satisfaction*) berasal dari bahasa latin “satis” artinya cukup baik, memadai dan “facto” artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. (Tjiptono, 2011).

Menurut Giese & Cote (2000) dalam Tjiptono (2011) kepuasan merupakan respon (emosional atau kognitif), respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi produk, pengalaman konsumsi dan seterusnya) dan respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa berdasarkan pengalaman akumulatif dan lain – lain).

Untuk mengukur kepuasan berdasarkan penelitian (Iswara, 2018) menggunakan 3 dimensi kepuasan :

1. Kepuasan akan informasi :  
Meliputi aspek kognitif seperti untuk memperoleh informasi, pengetahuan, pemahaman, informasi yang disajikan bermanfaat dapat memenuhi kebutuhan dalam memperoleh informasi dan merasa puas dengan informasi yang disajikan.
2. Kepuasan Layanan Interaksi :  
meliputi aspek afektif seperti pengalaman

emosional, menyenangkan atau kepuasan tampilan web.

3. Kepuasan dalam penggunaan :  
meliputi aspek pelepasan ketegangan seperti mengakses media *online* tirto.id dapat mengisi waktu luang sebagai hiburan dan menghilangkan rasa bosan.

## GENDER

Gender sering diidentikkan dengan jenis kelamin, padahal gender berbeda dengan jenis kelamin. Gender sering juga dipahami sebagai pemberian dari Tuhan, padahal gender tidak semata-mata demikian. Secara etimologis kata 'gender' berasal dari bahasa Inggris yang berarti “jenis kelamin” (Gohn M. Echols dan Hassan Shadily, 1983). Kata 'gender' bisa diartikan sebagai perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dalam hal nilai dan perilaku (Victoria Neufeldt (ed), 1984).

Gender dibentuk oleh aspek sosial dan tidak bisa dilepaskan oleh budaya media yang perkembangannya semakin pesat. Budaya media yaitu suatu keadaan yang tampilan audio visual atau tontonan-tontonannya yang telah membantu merangkai kehidupan sehari-hari, mendominasi proyek



proyek hiburan, membentuk opini politik dan perilaku sosial, bahkan memberikan suplai materi untuk membentuk identitas seseorang. Media cetak, radio, televisi, film, internet, dan bentuk-bentuk akhir teknologi media lainnya telah menyediakan defenisi-defenisi untuk menjadi laki-laki atau perempuan, dan membedakan status-status seseorang berdasarkan kelas, ras, maupun seks (Hartiningsih, 2003).

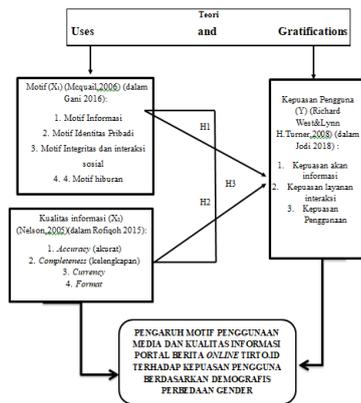
Menurut Hariyanto (2009) Media adalah salah satu instrumen utama dalam membentuk konstruksi gender pada masyarakat. Dilain hal, banyak penelitian yang melihat hubungan antara gender dan penggunaan internet. Laki-laki dan perempuan secara signifikan memiliki perbedaan perilaku dalam keterampilan teknologi (Thanuskodi, 2013). Namun Verma & Dahiya (2016) menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapat mahasiswa laki-laki dan mahasiswi perempuan terhadap kesadaran teknologi informasi dan komunikasi. Dengan kata lain tidak ada pengaruh antara gender terhadap kesadaran teknologi informasi dan komunikasi. Adanya ketidaknyamanan perempuan dalam menggunakan internet dan bermedia sosial ditemukan dalam penelitian

Singh (2001). Sehingga internet dikarakteristikan sebagai dominasi laki-laki. Namun semakin bertambahnya waktu, hal ini terbantahkan dan menunjukkan kesenjangan gender tersebut menghilang dalam menggunakan internet (Weiser, 2000). Faktor individu merupakan hal yang penting dalam memahami penggunaan internet.

### **Teori Uses and Gratification**

Teori uses and gratifications ini menekankan bahwa komunikasi tidak mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi publik. Artinya, manusia pada hakikatnya memiliki wewenang untuk memperlakukan media. Uses and gratifications bukanlah proses komunikasi linear yang sederhana. Banyak faktor baik personal maupun eksternal yang menentukan kepercayaan dan evaluasi seseorang (Kriyantono, 2008).

### **KERANGKA PIKIR**



$$n = \frac{z^2}{e} \{p\}\{p\}$$

$$n = \frac{1,96}{0,05} \{0,5\} \left\{1 - \frac{1}{0,5}\right\}$$

$$n = 384,16 = 385 \text{ responden.}$$

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu sehingga layak untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2012). Berdasarkan uraian tersebut sampel dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria tertentu yaitu:

- Perempuan atau laki-laki
- Berusia 22-38 tahun
- Mengetahui website portal berita *online* Tirto.id
- Mengakses portal berita *online* Tirto.id

### Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersamaan.

Persamaan Regresi Linear Berganda

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

ket:

$$Y = \text{Kepuasan pengguna}$$

$$X_1 = \text{Motif Penggunaan}$$

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) Metode kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Menurut Sugiyono (2010), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan umur 22-38 tahun dan yang pernah mengakses *website Tirto.id*.

Menurut Sugiyono (2017), sampel adalah sebagai berikut : "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Pada penelitian ini populasi tidak diketahui secara pasti, untuk menghitung berapa populasi yang akan dijadikan sampel maka peneliti menggunakan rumus Paul Leddy yaitu :



$X_2$  = Kualitas Informasi

e = Estimasi kesalahan (*error*)

### Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2009) dalam analisis korelasi terdapat kerangka yang disebut dengan koefisien determinasi yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ), koefisien ini disebut penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel *independen*.

### PEMBAHASAN

#### Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh motif penggunaan media ( $X_1$ ) dan kualitas informasi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pengguna berdasarkan demografis perbedaan gender.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 <sup>a</sup>	.410	.409	3.514
1	.608 <sup>a</sup>	.370	.368	3.632

a. Predictors: (Constant),  $X_1$

Besarnya angka Koefisien Determinasi adalah 0,410 atau sama dengan 41%. Artinya bahwa sebesar 41% motif penggunaan media dapat

mempengaruhi kepuasan pengguna portal berita *online* Tirto.id berdasarkan demografis perbedaan gender, sedangkan 51% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan nilai korelasi ( $R$ ) 0,641 artinya korelasi antar variabel motif penggunaan media terhadap kepuasan pengguna demografis perbedaan gender kategori erat.

a. Predictors: (Constant),  $X_2$

Besarnya angka Koefisien Determinasi adalah 0,370 atau sama dengan 37%. Artinya bahwa sebesar 37% kualitas informasi dapat mempengaruhi kepuasan pengguna portal berita *online* Tirto.id berdasarkan demografis perbedaan gender, sedangkan 63% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan nilai korelasi ( $R$ ) 0,608. Artinya korelasi atau hubungan antar variabel kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna kategori erat.

#### Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.578	1.790		3.674	.000		
1 $X_1$	.150	.015	.436	9.934	.000	.680	1.470
1 $X_2$	.343	.042	.362	8.236	.000	.680	1.470

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas hasil

**Group Statistics**

	GROUP	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Akurat	P	155	10.18	1.403	.113
	L	230	10.17	1.303	.086
Kelengkapan	P	155	13.17	1.643	.132
	L	230	13.17	1.699	.112
Keterkinian	P	155	13.32	1.851	.149
	L	230	13.45	1.623	.107
Format	P	155	10.43	1.363	.109
	L	230	10.47	1.231	.081

uji t yaitu dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05 dan T hitung > T tabel yaitu 9.934 > 1.966 untuk X1 dan 8.236 > 1.966 untuk X2, hal ini menunjukkan terjadi pengaruh antara variabel motif penggunaan media dan kualitas informasi portal berita *online* Tirto.id terhadap kepuasan pengguna secara parsial (**H<sub>01</sub> ditolak dan H<sub>11</sub> diterima**) Dan (**H<sub>02</sub> ditolak dan H<sub>12</sub> diterima**).

Dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05 dan F hitung > F tabel yaitu 190.396 > 2.628 hal ini menunjukkan terjadi pengaruh antara variabel motif penggunaan media dan kualitas informasi portal berita *online* Tirto.id secara simultan.

### Uji Perbandingan Indikator Berdasarkan Perbedaan Gender

#### 1.Variabel Motif Penggunaan Media (X1).

Berdasarkan hasil tabel diatas variabel motif penggunaan media (X1) dimensi motif informasi memiliki nilai lebih tinggi yang didominasi oleh laki – laki dibanding perempuan artinya gender laki – laki lebih mementingkan dan mencari informasi mengenai berita atau peristiwa yang terjadi di sekitar sehingga memperoleh kepuasan setelah membaca portal berita *online* Tirto.id.

#### 2.Variabel Kualitas Informasi (X2)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4003.179	2	2001.590	190.396	.000 <sup>b</sup>
Residual	4015.870	382	10.513		
Total	8019.049	384			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

**Group Statistics**

	GROUP	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Motif Informasi	P	155	38.79	4.604	.370
	L	230	39.29	4.664	.308
Motif Identitas Pribadi	P	155	29.25	3.716	.298
	L	230	29.37	3.791	.250
Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	P	155	23.94	4.099	.329
	L	230	24.23	4.396	.290
Motif Hiburan	P	155	35.34	4.307	.346
	L	230	35.29	4.363	.288

### Uji F



Berdasarkan hasil tabel diatas variabel kualitas informasi (X2) dimensi *currency* atau keterkinian memiliki bobot nilai yang paling tinggi dibanding indikator akurat, kelengkapan dan format. Hasil menunjukkan gender laki – laki lebih memilih berita yang *currency* atau keterkinian untuk memperoleh berita yang *up to date* sehingga memperoleh kepuasan setelah mengakses atau membaca portal berita *online* Tirto.id

#### KESIMPULAN

Setelah melakukan pengujian maka dapat disimpulkan motif penggunaan media dan kualitas informasi portal berita *online* Tirto.id berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pengguna berdasarkan demografis perbedaan gender. Dari hasil korelasi dan koefisien determinasi pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan pengguna portal berita *online* Tirto.id berdasarkan demografis perbedaan gender sebesar 41% dan untuk Pengaruh kualitas informasi portal berita *online* Tirto.id terhadap Kepuasan Pengguna berdasarkan demografis perbedaan gender sebesar 37%. Jadi, motif penggunaan media lebih berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna portal

berita *online* Tirto.id berdasarkan demografis perbedaan gender.

Berdasarkan hasil uji perbandingan indikator variabel motif penggunaan media dimensi motif informasi memiliki nilai yang lebih tinggi dan didominan oleh gender laki – laki, dan variabel kualitas informasi dimensi *currency* atau keterkinian memiliki nilai yang lebih tinggi dan didominan oleh gender laki-laki dibanding perempuan.

#### SARAN

Peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya, agar mempunyai ruang lingkup yang lebih luas dan menambahkan variabel – variabel diluar variabel dalam penelitian ini seperti variabel kredibilitas berita, pemenuhan kebutuhan informasi, terpaan media *online* dll dan menggunakan pendekatan yang lain seperti teori *Acceptance Model*, teori difusi inovasi dll).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Faqih, Mansour. (2001). *Menggeser Konsepsi Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Flew, Terry. (2002). *New*



- Media: An Introduction*. Melbourne: Oxford University Press.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Nurudin. (2004). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Panji Tjiptono & Gregorius Chandra, 2011. *Service, quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Riswandi. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Kesebelas. Bandung: Alfabeta.
- Iswara, Jodi. 2018. *Pengaruh Kualitas Web Okezone.com Terhadap Kepuasan User (Studi pada Mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi Universitas Lampung Angkatan 2014-2015)*. Bandar Lampung : Universitas Lampung.
- Rofiqoh Ma'un, 2015. *Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Web The Cabin Hotel Yogyakarta*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga.
- Brell, valdez, schaar and ziefle 2016. Gender Differences in Usage Motivation for Social Networks at Work. *Springer International Publishing Switzerland 2016 P. Zaphiris and A. Ioannou (Eds.): LCT 2016, LNCS 9753, pp. 663–674, 2016.*
- Dhyah Ayu Retno dan Nobertus Ribut Santoso, 2014. Perilaku Remaja Pengguna Facebook Berdasarkan Perspektif Gender. *JURNAL INTERAKSI, Vol III No.1, Januari 2014 : 24-33.*
- Hardyanti, winda. 2017. Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang. *Jurnal Sospol, Vol. 3 No. 1*



- (Januari-Juni 2017), Hlm 180-201.
- Hartiningsih, Maria. (2003). *Gender dan Media Massa*, dalam *Makalah seminar yang diadakan Yayasan SET*, 5 Agustus 2003. Jakarta.
- Neufeldt, Victoria(ed.) (1984). *Webster's New World Dictionary*. New York:Webster's New World Cleveland.
- Singh, S. (2001). Gender and the Use of the Internet at Home. *New Media & Society*, 3(4), 395–415.
- Thanuskodi, S, "Gender Differences in Internet Usage among College Students: A Comparative Study" (2013). *Library Philosophy and Practice (e-journal)*. 1052.
- Verma, C., & Dahiya, S. (2016). Gender difference towards information and communication technology awareness in Indian universities. *SpringerPlus*, 5(1), 1–7.
- Weiser, E. B. (2000). Gender Differences in Internet Use Patterns and Internet Application Preferences: A Two-Sample Comparison. *CyberPsychology & Behavior*, 3(2), 167–178.
- Yuewen Liu , Yahui Li, Hongyun Zhang, Wei (Wayne) Huang 2017. Gender differences in information quality of virtual communities: A study from an expectation perception perspective. *Personality and Individual Differences* 104 (2017) 224–229.