

Hiperrealitas dalam Penggunaan Filter Wajah di Media Sosial pada Representasi Identitas Digital

Nur Rahma Vadila¹, Nara Zatty², Meisy Novianti³, Vieronica Varbi Sununianti⁴, Istiqomah⁵, Deni Aries Kurniawan⁶

Universitas Sriwijaya Indonesia¹⁻⁶

Email Korespondensi: nrhmvdla@gmail.com, narazatty18@gmail.com, mmeysi291@gmail.com, vieronica.varbi@gmail.com, istiqoma@fisip.unsri.ac.ad, kurniawandeniaries@gmail.com

Article received: 05 Januari 2026, Review process: 28 Januari 2026

Article Accepted: 22 April 2026, Article published: 01 Juni 2026

ABSTRACT

The development of social media has transformed the way individuals construct and represent their identities in digital spaces. The use of face filters on platforms such as Instagram and TikTok enables users to modify their visual appearance instantly, creating representations that do not necessarily reflect reality. This study aims to analyze the role of face filters in shaping digital identity through the perspective of Jean Baudrillard's theory of hyperreality. This research employs a qualitative approach using a literature study method based on relevant academic sources. The findings indicate that face filters function as simulacra, producing idealized and aesthetic digital identities, leading individuals to internalize these modified images as part of their self-identity. This phenomenon blurs the boundary between reality and simulation, while also contributing to the construction of hyperreal beauty standards, dependence on social validation, and the emergence of a gap between real and digital identities. The study concludes that social media is not merely a space for representation, but also a site for the production of image-based realities that shape identity in a constructive, performative, and dynamic manner within digital society.

Keywords: Hyperreality; Face Filters; Digital Identity; Social Media

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu membangun dan merepresentasikan identitas diri di ruang digital. Penggunaan filter wajah pada platform seperti Instagram dan TikTok memungkinkan pengguna memodifikasi tampilan visual secara instan sehingga menciptakan representasi diri yang tidak selalu mencerminkan realitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran penggunaan filter wajah dalam membentuk identitas digital melalui perspektif teori hiperrealitas Jean Baudrillard. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa filter wajah berfungsi sebagai simulakra yang menghasilkan identitas digital yang ideal dan estetik, sehingga individu cenderung menginternalisasi citra digital sebagai bagian dari identitas dirinya. Fenomena ini menyebabkan kaburnya batas antara realitas dan simulasi, serta mendorong terbentuknya standar kecantikan hiperreal, ketergantungan terhadap validasi sosial, dan munculnya kesenjangan antara identitas nyata dan identitas digital. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang representasi, tetapi juga ruang produksi realitas berbasis citra yang membentuk identitas secara konstruktif, performatif, dan dinamis dalam masyarakat digital.

Kata kunci: *Hiperrealitas; Filter Wajah; Identitas Digital; Media Sosial*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan fundamental dalam cara individu membangun dan merepresentasikan identitas diri di ruang digital. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial baru yang memungkinkan individu untuk mengonstruksi, menampilkan, dan memodifikasi identitasnya secara terus-menerus (Anggoro et al., 2025). Generasi muda sebagai digital native menjadi kelompok yang paling aktif memanfaatkan media sosial sebagai medium ekspresi diri sekaligus sebagai sarana memperoleh pengakuan sosial.

Penggunaan filter wajah pada platform seperti Instagram dan TikTok menjadi salah satu fenomena yang menonjol dalam praktik media sosial kontemporer. Filter wajah memungkinkan pengguna untuk memodifikasi tampilan visual melalui berbagai efek estetika, seperti memperhalus kulit, mengubah struktur wajah, hingga menciptakan citra diri yang lebih ideal (Choukas-Bradley et al., 2023). Praktik ini menunjukkan bahwa identitas digital tidak lagi bersifat natural, melainkan telah mengalami proses konstruksi visual yang dimediasi oleh teknologi.

Representasi diri dalam media sosial sering kali merupakan hasil kurasi yang disesuaikan dengan standar estetika digital yang berkembang. Santoso et al. (2025) menyatakan bahwa media sosial menciptakan representasi kehidupan ideal yang mendorong individu untuk menyesuaikan identitasnya secara strategis. Identitas digital tidak lagi merefleksikan realitas, tetapi menjadi hasil dari simulasi visual yang diproduksi secara sadar.

Konsep hiperrealitas yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard memberikan kerangka analisis yang relevan dalam memahami fenomena ini. Hiperrealitas merujuk pada kondisi di mana batas antara realitas dan simulasi menjadi kabur, sehingga simulasi tidak lagi merepresentasikan realitas, melainkan menggantikannya (Valentinus et al., 2025). Citra digital yang dihasilkan melalui filter wajah tidak hanya menjadi representasi, tetapi juga membentuk realitas baru yang lebih dipercaya oleh individu.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas hubungan antara media sosial dan identitas digital, namun kajian yang secara spesifik menempatkan filter wajah sebagai objek analisis hiperrealitas masih terbatas (Tiggemann & Anderberg, 2020). Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara mendalam bagaimana filter wajah berperan sebagai simulakra dalam konstruksi identitas digital pengguna media sosial di era kontemporer.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran filter wajah dalam konstruksi identitas digital serta menjelaskan fenomena tersebut melalui perspektif hiperrealitas Baudrillard, sehingga dapat memberikan kontribusi teoritis dan implikasi praktis bagi literasi digital masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis untuk memahami fenomena penggunaan filter wajah dalam pembentukan identitas digital secara mendalam. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengungkap makna, interpretasi, serta konstruksi sosial yang terjadi dalam praktik penggunaan media sosial (Moleong, 2017). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur (library research), dengan memanfaatkan berbagai sumber ilmiah berupa jurnal akademik, artikel penelitian, dan buku yang relevan dengan topik hiperrealitas, identitas digital, serta media sosial. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dipilih secara purposif dengan mempertimbangkan relevansi, kredibilitas, dan kontribusinya terhadap kajian hiperrealitas dalam konteks digital. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menelaah literatur yang berkaitan dengan penggunaan filter wajah sebagai bentuk representasi visual dalam media sosial. Literatur yang digunakan mencakup penelitian terdahulu yang membahas simulasi identitas, standar kecantikan digital, serta fenomena validasi sosial dalam platform digital. Pencarian literatur dilakukan melalui basis data Google Scholar, Scopus, dan repositori jurnal nasional terakreditasi. Teknik analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik, yaitu dengan mengidentifikasi pola-pola utama yang muncul dalam literatur dan menghubungkannya dengan konsep hiperrealitas Jean Baudrillard. Analisis dilakukan melalui proses reduksi data, kategorisasi tema, serta interpretasi konseptual untuk memahami bagaimana filter wajah berperan sebagai simulakra dalam membentuk identitas digital (Braun & Clarke, 2006). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menganalisis secara kritis hubungan antara penggunaan filter wajah dan konstruksi hiperrealitas dalam masyarakat digital.

KAJIAN TEORITIS

Teori Hiperrealitas Jean Baudrillard

Teori hiperrealitas Jean Baudrillard menjelaskan bahwa dalam masyarakat postmodern, realitas telah digantikan oleh simulasi yang diproduksi melalui media dan teknologi (Valentinus et al., 2025). Simulasi tersebut tidak lagi sekadar meniru realitas, tetapi menciptakan realitas baru yang lebih dominan daripada kenyataan. Kondisi ini menyebabkan individu lebih berinteraksi dengan representasi daripada realitas itu sendiri.

Baudrillard (1994) memperkenalkan empat tahap simulakra: pertama, citra sebagai cerminan realitas; kedua, citra yang menyembunyikan dan mendistorsi realitas; ketiga, citra yang menyembunyikan ketiadaan realitas; dan keempat, citra yang tidak lagi memiliki hubungan dengan realitas apapun – inilah hiperrealitas murni. Filter wajah dalam media sosial dapat dipahami berada pada tahap ketiga hingga keempat, di mana citra yang diproduksi tidak lagi merujuk pada wajah asli pengguna.

Konsep simulakra menjelaskan bahwa representasi dapat berdiri sendiri tanpa referensi terhadap realitas asli. Dalam konteks media digital, simulakra hadir

dalam bentuk konten yang terus-menerus direproduksi dan dikonsumsi tanpa asal-usul yang jelas, menciptakan dunia tanda yang otonom (Piliang, 2019).

Identitas Digital dan Konstruksi Diri di Media Sosial

Identitas digital merupakan konstruksi diri yang dibentuk melalui interaksi di ruang virtual. Identitas ini bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh tren, algoritma, serta kebutuhan akan validasi sosial (Ellyana, 2025). Representasi diri dalam media sosial bersifat performatif karena individu secara aktif mengelola citra diri untuk memperoleh pengakuan dari audiens.

Goffman (1959) dalam konsep dramaturgi menjelaskan bahwa individu menampilkan “panggung depan” (front stage) kepada publik dan menyembunyikan “panggung belakang” (back stage). Dalam konteks media sosial, filter wajah menjadi alat utama dalam manajemen kesan di panggung depan digital, memungkinkan pengguna menghadirkan versi diri yang paling ideal.

Penelitian Yusuf (2025) menunjukkan bahwa pengguna media sosial secara aktif memanipulasi citra diri untuk membangun persona yang sesuai dengan ekspektasi sosial. Hal ini mencerminkan bahwa identitas digital tidak pernah bersifat netral, melainkan selalu merupakan produk dari negosiasi sosial yang kompleks.

Filter Wajah sebagai Teknologi Representasi

Filter wajah merupakan fitur augmented reality (AR) yang memungkinkan modifikasi visual wajah secara real-time. Teknologi ini bekerja dengan mendeteksi titik-titik landmark wajah dan menerapkan efek digital seperti penghalusan kulit, perubahan kontur, hingga penambahan elemen dekoratif (Choukas-Bradley et al., 2023). Ketersediaan fitur ini secara masif di platform Instagram dan TikTok telah menjadikannya bagian integral dari praktik komunikasi visual sehari-hari.

Tiggemann dan Anderberg (2020) menemukan bahwa penggunaan filter wajah berkorelasi signifikan dengan peningkatan kesadaran penampilan dan ketidakpuasan tubuh pada pengguna muda. Temuan ini mengindikasikan bahwa dampak filter wajah tidak sekadar bersifat estetik, tetapi meresap ke dalam dimensi psikologis dan sosial pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Filter Wajah sebagai Instrumen Konstruksi Identitas Digital

Penggunaan filter wajah dalam media sosial menunjukkan transformasi mendasar dalam praktik representasi diri di era digital. Filter wajah telah berkembang menjadi instrumen utama dalam produksi identitas digital. Individu secara aktif menggunakan filter untuk membangun citra diri yang lebih ideal, sehingga identitas yang ditampilkan merupakan hasil konstruksi visual yang dimodifikasi secara sistematis (Maharani et al., 2022). Proses ini tidak berlangsung secara pasif, melainkan melibatkan kesadaran pengguna dalam memilih dan menampilkan versi diri tertentu yang dianggap paling sesuai dengan standar estetika digital yang berlaku.

Perspektif hiperrealitas Baudrillard menjelaskan bahwa fenomena ini merupakan bentuk simulasi yang menghasilkan simulakra. Filter wajah menciptakan citra yang lebih sempurna daripada kondisi nyata, sehingga citra tersebut tidak lagi berfungsi sebagai refleksi realitas, melainkan menjadi realitas itu sendiri dalam ruang digital (Valentinus et al., 2025). Identitas digital yang terbentuk merupakan hasil dari konstruksi simbolik yang tidak lagi bergantung pada realitas empiris, melainkan pada sistem tanda dan citra yang terus direproduksi melalui media sosial.

Perubahan cara individu memahami dirinya terlihat dari internalisasi citra digital yang telah dimodifikasi. Ampur et al. (2025) menjelaskan bahwa dalam kondisi hiperrealitas, individu cenderung mempercayai representasi simbolik dibandingkan realitas objektif. Citra digital yang telah difilter menjadi acuan dalam membentuk persepsi diri, sehingga individu menilai dirinya berdasarkan standar visual yang tidak selalu mencerminkan kondisi nyata.

Simulakra dan Standar Kecantikan Hiperreal

Standar kecantikan digital yang dihasilkan melalui filter wajah menunjukkan karakteristik hiperreal. Filter secara konsisten mereproduksi citra wajah ideal yang tidak realistis, seperti kulit tanpa tekstur, proporsi wajah simetris, dan tampilan yang bebas dari kekurangan visual. Kurniawan et al. (2025) menegaskan bahwa media digital membentuk ekspektasi visual yang melampaui realitas biologis manusia. Standar ini kemudian diinternalisasi oleh pengguna media sosial dan dijadikan tolok ukur dalam menilai diri sendiri maupun orang lain.

Fenomena ini sejalan dengan temuan Fardouly et al. (2018) yang menunjukkan bahwa paparan terhadap konten kecantikan yang dimodifikasi secara digital secara signifikan meningkatkan ketidakpuasan tubuh dan keinginan untuk mengubah penampilan. Kondisi tersebut memperkuat dominasi estetika digital yang homogen dan cenderung mengabaikan keberagaman identitas fisik.

Dalam kerangka Baudrillard, standar kecantikan hiperreal ini tidak lagi merujuk pada model kecantikan yang pernah ada dalam realitas, melainkan merupakan produk murni dari sistem simulasi yang menghasilkan referensi dari referensi lainnya (Baudrillard, 1994). Akibatnya, terbentuklah siklus kecantikan yang terus berputar tanpa pijakan pada realitas biologis manusia.

Dampak Psikologis dan Validasi Sosial

Dampak psikologis dari fenomena filter wajah muncul dalam bentuk tekanan untuk mempertahankan citra ideal di media sosial. Individu mengalami ketergantungan terhadap identitas digital yang dimodifikasi, sehingga muncul kesenjangan antara diri nyata dan diri digital. Situmeang et al. (2025) menunjukkan bahwa kondisi ini dapat menyebabkan disorientasi identitas, di mana individu mengalami kebingungan dalam memahami dirinya secara autentik.

Penelitian Kleemans et al. (2018) menemukan bahwa remaja yang terpapar konten yang telah dimodifikasi secara digital mengalami penurunan signifikan dalam kepercayaan diri dan kepuasan terhadap penampilan fisik mereka. Lebih lanjut, Choukas-Bradley et al. (2023) mengidentifikasi fenomena "Snapchat

dysmorphia”, yaitu kondisi di mana individu menginginkan prosedur bedah plastik agar tampak seperti versi diri yang telah difilter.

Mekanisme validasi sosial dalam media sosial memperkuat fenomena ini secara signifikan. Respons berupa jumlah “likes”, komentar, dan interaksi lainnya menjadi indikator utama penerimaan sosial terhadap identitas yang ditampilkan. Ellyana (2025) menyatakan bahwa identitas digital dikurasi mengikuti tren untuk memperoleh pengakuan sosial, sehingga individu cenderung menampilkan citra yang memiliki potensi mendapatkan respons positif yang tinggi.

Identitas Digital yang Performatif dan Krisis Otentisitas

Identitas digital yang terbentuk melalui penggunaan filter wajah bersifat performatif karena individu menampilkan citra sesuai ekspektasi audiens. Media sosial berfungsi sebagai ruang dramaturgis yang memungkinkan individu memainkan peran tertentu dalam membangun persona digital (Goffman, 1959). Identitas tidak lagi mencerminkan kondisi autentik, tetapi menjadi hasil dari performa sosial yang terus dikonstruksi dan dinegosiasikan.

Anggoro et al. (2025) menjelaskan bahwa kesenjangan antara identitas nyata dan identitas digital dapat memicu krisis otentisitas, di mana individu mengalami kesulitan dalam mempertahankan konsistensi identitasnya. Fenomena ini diperburuk oleh tekanan algoritma platform yang cenderung memprioritaskan konten visual yang secara estetis sesuai dengan standar kecantikan digital.

Dalam perspektif sosiologi kritis, kondisi ini mencerminkan bagaimana kapitalisme digital mengeksploitasi kebutuhan manusia akan pengakuan sosial. Platform media sosial secara struktural mendorong pengguna untuk terus memperbarui dan meningkatkan kualitas visual kontennya, menciptakan siklus konsumsi teknologi kecantikan yang menguntungkan industri digital (Duffy & Wissinger, 2017).

Yusuf (2025) menegaskan bahwa konstruksi identitas digital yang berbasis citra ini berdampak pada relasi sosial secara lebih luas, di mana interaksi sosial semakin dimediasi oleh representasi visual yang terstandarisasi. Kondisi ini pada akhirnya melemahkan kapasitas individu untuk berinteraksi secara autentik di ruang sosial, baik digital maupun fisik.

SIMPULAN

Kesimpulan ini yaitu Penggunaan filter wajah dalam media sosial menunjukkan adanya transformasi mendasar dalam praktik representasi diri di era digital, di mana identitas tidak lagi merefleksikan realitas secara langsung, tetapi merupakan hasil konstruksi visual yang dimediasi oleh teknologi. Identitas digital yang ditampilkan bersifat performatif dan dikurasi secara sadar untuk menyesuaikan dengan standar estetika serta ekspektasi sosial yang berkembang dalam ruang digital. Fenomena ini dapat dipahami melalui konsep hiperrealitas Baudrillard, di mana citra digital tidak lagi sekadar merepresentasikan realitas, tetapi justru menggantikannya. Filter wajah berfungsi sebagai simulakra yang menghasilkan representasi diri yang lebih ideal dibandingkan kondisi nyata, sehingga batas antara realitas dan simulasi menjadi semakin kabur dalam

pengalaman digital individu. Implikasi dari fenomena ini terlihat pada terbentuknya standar kecantikan digital yang bersifat hiperreal dan tidak realistis, meningkatnya ketergantungan individu terhadap validasi sosial dalam bentuk respons digital, serta munculnya kesenjangan antara identitas nyata dan identitas digital yang berpotensi menimbulkan krisis otentisitas dan tekanan psikologis bagi pengguna media sosial. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang representasi, tetapi juga sebagai ruang produksi realitas berbasis citra. Oleh karena itu, kesadaran kritis dan literasi digital menjadi penting agar individu mampu memahami konstruksi identitas digital serta menjaga keseimbangan antara realitas empiris dan representasi visual dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji fenomena ini melalui metode empiris seperti wawancara mendalam atau survei untuk memperkuat temuan yang ada.

DAFTAR RUJUKAN

- Ampur, A., Toanubun, E., Weking, E. L., Naklui, M. S. F., & Daro, M. V. (2025). Hiperrealitas Media Sosial: Pembentukan Identitas Diri Anak Muda dalam Simulakra Digital dalam Lensa Teori Hiperrealitas Jean Baudrillard. *Prosiding Seri Filsafat Teologi*, 35(34). <https://doi.org/10.35312/serifilsafat.v35i34.273>
- Anggoro, B. D., Krisnanda, V. S., Wijayaputra, Y. I. A., & Prasojo, A. A. (2025). Hiperrealitas Orang Muda di Era Digital dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Prosiding Seri Filsafat Teologi*, 35(34). <https://doi.org/10.35312/serifilsafat.v35i34.277>
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. University of Michigan Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Choukas-Bradley, S., Roberts, S. R., Maheux, A. J., & Nesi, J. (2023). The perfect storm: A developmental-sociocultural framework for the role of social media in adolescent girls' body image concerns and mental health. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 25(4), 681–701. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10567-022-00404-5>
- Duffy, B. E., & Wissinger, E. (2017). Mythologies of Creative Work in the Social Media Age: Fun, Free, and “Just Being Me.” *International Journal of Communication*, 11, 4652–4671.
- Ellyana, P. D. (2025). Literature Review: Hiperrealitas Komunikasi Gen Z dalam Media Sosial. *PROMEDIA (Public Relation dan Media Komunikasi)*, 11(1), 215–246. <https://doi.org/10.52447/promedia.v11i1.8312>
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380–1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday Anchor Books.

- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschütz, D. (2018). Picture perfect: The direct effect of manipulated Instagram photos on body image in adolescent girls. *Media Psychology*, 21(1), 93–110. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392>
- Kurniawan, D. A., Pratiwi, A. L., Wulandari, T., Salsabila, R. A., & Mulyono, E. (2025). Simulakra dan Hiperrealitas dalam Ruang Digital: Peran Influencer TikTok terhadap Konstruksi Citra serta Keputusan Pembelian Produk Kecantikan pada Generasi Z. *An-Nas: Jurnal Humaniora*, 9(2), 268–289
- Maharani, R. P., Rahmawati, U., & Novitasari, D. (2022). Hiperrealitas Pengguna TikTok: Studi Kasus pada Anak-anak di Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.54895/jkb.v3i1.861>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Piliang, Y. A. (2019). *Dunia yang dilipat: Tamasya melampaui batas-batas kebudayaan*. Matahari.
- Santoso, B., Pratiwi, T., Damayanti, E., & Manurung, A. S. (2025). Representasi Kehidupan Ideal dan Tekanan Sosial di Instagram: Strategi Pencitraan Diri di Kalangan Anak Muda. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(12). <https://www.ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/1858>
- Situmeang, M. K., Mentari, & Mawaddah. (2025). Simulasi Realitas: Phubbing dan Hiperrealitas pada Generasi Z di Kota Banda Aceh. *Jurnal Sosiologi USK: Media Pemikiran & Aplikasi*, 19(1), 116–132. <https://doi.org/10.24815/jsu.v19i1.46535>
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 22(12), 2183–2199. <https://doi.org/10.1177/1461444819888720>
- Valentinus, F. S., Syukur, Y., Naban, M. R., Betu, M. A., & Ratman, V. F. (2025). Kekalahan Subjek Kaum Muda dalam Media Sosial: Tinjauan Berdasarkan Konsep Hiperrealitas Jean Baudrillard. *Prosiding Seri Filsafat Teologi*, 35(34). <https://doi.org/10.35312/serifilsafat.v35i34.270>
- Yusuf, A. (2025). Digital Identity on Social Media: A Social Construction of Technology Based Systematic Analysis. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 8(2). <https://doi.org/10.22373/ddybd763>