

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

Insights into Collaborative Research on Emerging Media Impact on Consumer Behavior

Fara Putri Amalia 1), Puspitasari 2), Puspitasari 3), Muhammad Rizky Saputra 3), Totok Wahyu
Abadi 3*)

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia
Email: totokwahyu@umsida.ac.id

Abstract. This study conducts a bibliometric analysis from 2010 to 2023 using Crossref data to explore trends in research on mass media and social media's impact on consumer behavior. Analysis using VOSviewer software reveals "media" as the dominant keyword, with emerging interests in topics like misinformation and pandemic-related influences. Collaborative authorship highlights Barnard, Stephen R, and Linder, Andrew M, each contributing significantly. This research underscores current themes and identifies gaps for future studies, emphasizing the evolving dynamics of media's role in shaping public consumption behaviors.

Highlights:

1. **Mapping Trends:** Bibliometric analysis of mass and social media's impact trends.
2. **Emerging Topics:** Misinformation, pandemic influences in consumer behavior literature.
3. **Authorship Impact:** Barnard, Stephen R, and Linder, Andrew M's collaborative contributions highlighted..

Keywords: Bibliometric analysis, mass media, social media, consumer behavior, collaborative authorship

Introduction

Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan pada masyarakat. Lahirnya media sosial telah mengubah budaya, etika, dan norma pola perilaku sosial yang ada. [1] Media massa merupakan salah satu wujud kemajuan teknologi di bidang informasi dan komunikasi. [2] Dengan pesatnya perkembangan internet, saat ini internet dijadikan sebagai alat pemasaran. tentu saja hal ini berdampak pada meluasnya pasar dan memberikan dampak konsumsi masyarakat terhadap sebuah produk. Selain itu, meningkatnya jejaring sosial ini mempermudah individu untuk memperoleh sebuah informasi dan berbagi pengalaman satu sama lain. Jejaring sosial ini seringkali kita sebut dengan media sosial. Media sosial sendiri didefinisikan sebagai penggunaan berbasis web dan teknologi untuk merubah komunikasi dengan pengguna. Media sosial membuat

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

sebuah perubahan lanskap perdagangan dan cara komunikasi pelanggan, yang mana dengan menggunakan media sosial kita dapat berinteraksi tanpa tatap muka.. Setiap platform pada media sosial memiliki peran sebagai pertukaran informasi yakni, memberikan informasi dan menerima sebuah informasi. [3] Adanya konektivitas antara internet dengan jejaring sosial tentu saja mempermudah untuk mengetahui produk online yang ada. [4]

Dengan adanya media sosial penyebaran informasi kepada masyarakat semakin luas dan cepat tentu saja mempengaruhi hasrat dan keinginan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya semakin bertambah. Bagaimana tidak kecanggihan teknologi membuat tampilan sebuah produk semakin menarik selain itu promosi yang dilakukan oleh penjual juga beragam. Beragam inovasi dan promosi dilakukan penjual dalam memasarkan produk yang dimilikinya. Oleh karena itu, masyarakat mudah terbujuk oleh iklan untuk berbelanja online karena iklan yang ditampilkan menarik, meskipun terkadang tidak realistis. [5]

Kehadiran media massa mempengaruhi nilai, preferensi, dan perilaku konsumen. Media massa meliputi televisi, surat kabar, majalah, dan internet. Iklan dan promosi di media massa dapat mempengaruhi perilaku konsumen, mengubah persepsi terhadap produk, dan mempengaruhi keputusan pembelian. Media massa dalam sejarahnya telah berperan sebagai media kritis, yakni alat untuk pesan-pesan kritis yang bergerak secara teratur dalam kehidupan sosial demokratis.[6] Media massa tidak hanya mempengaruhi aspek konsumsi tetapi juga kebiasaan gaya hidup sehari-hari. [7] Selain itu, media massa juga mempengaruhi masyarakat untuk menerapkan pola hidup sehat, seperti mengonsumsi buah dan sayur. Informasi menjadi lebih mudah diakses dan masyarakat dapat hidup lebih sehat. [8]

Media massa merupakan alat proses media massa, media massa dapat menjangkau khalayak yang luas, heterogen dan anonim, serta pesan yang disampaikan bersifat abstrak dan berwawasan luas. [9] Oleh karena itu, penyebaran informasi terkait produk kini menjadi sangat mudah. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, hanya sedikit upaya media yang diperlukan dalam masyarakat saat ini.

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

Masyarakat dapat dengan mudah dan sekaligus mempelajari produk melalui berbagai saluran. [10]

Saat ini media sosial semakin populer dan kehadirannya memberikan pengaruh yang besar terhadap perkembangan kehidupan sosial di masyarakat, terutama dalam menampilkan berita-berita terkini. Oleh karena itu, media sosial mempunyai dampak yang signifikan terhadap penyebaran berita yang dapat dibaca publik. [11] Karena semakin berkembangnya media sosial maka semakin besar pula kekuatan penyebaran berita melalui media sosial dibandingkan dengan media tradisional lain yang sudah ada sebelum teknologi memasuki perkembangan media sosial. Kemajuan teknologi saat ini mengubah setiap aspek kehidupan manusia, khususnya transmisi informasi. Masyarakat modern semakin bergantung pada media massa untuk memenuhi kebutuhan informasinya, termasuk penyediaan informasi tentang ilmu agama. Karena media massa lebih sederhana, cepat dan ekonomis. [12] Mereka hanya duduk diam di depan kotak ajaib (Internet, radio, koran, televisi) dan segala kebutuhan serta keingintahuannya terpenuhi dan diperkenalkan serta disebarluaskan kepada massa melalui media massa. Tentu saja. Tidak ada alasan untuk meragukannya. Oleh karena itu, apapun isi media massa, masyarakat cenderung meniru atau melakukan apa yang mereka lihat dan dengar. [13]

Media massa memegang peranan penting baik sebagai sumber informasi maupun sebagai sumber hiburan yang menarik khalayak yang sangat besar. Meski tidak ada media yang sepenuhnya bersifat hiburan, namun hampir semua media massa mengandung unsur hiburan. Kebanyakan media massa merupakan campuran informasi, hiburan, dan persuasi. Selain itu, media massa juga merupakan situs kepercayaan dalam arti masyarakat membentuk opini berdasarkan informasi yang diterima dan interpretasinya. [14]

Sangat penting untuk menggunakan metode yang disajikan di sini untuk membahas dampak komunikasi di media, khususnya media massa. Salah satu ciri metodenya adalah analisis psikologis didasarkan pada ciri dan kebiasaan manusia, termasuk representasi sosial. Suatu peristiwa sosial yang diciptakan melalui komunikasi. Massa yang sangat unik dan kompleks. Ada tiga model pengaruh media massa, Pertama, model pengaruh terbatas artinya model tersebut menunjukkan bahwa pengaruh media

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

massa rendah. Kedua, model pengaruh moderat mengacu pada model di mana media massa dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap penerimanya. Ketiga, model pengaruh kuat mengacu pada model di mana media massa dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap pemirsanya. Pakar komunikasi masa awal, khususnya Harold D. Laswell dan kawan-kawan, meyakini bahwa media massa mempunyai pengaruh dan kekuasaan yang luar biasa terhadap masyarakat. Mereka menyebut asumsi ini sebagai teori efek kuat. Dan teori ini dikembangkan beberapa tahun kemudian. Ia belajar psikologi dengan Harold Lasswell di Universitas Yale. Ia mempelajari propaganda Perang Dunia II dan terkenal karena menggunakan teori efek dalam komunikasi massa: Siapa melakukan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan efek apa. Teori ini diilustrasikan dengan menggunakan model jarum suntik atau model bola.

Ketika membahas peran media dalam masyarakat, kita tidak bisa menghindari persoalan "sikap dan opini masyarakat." Premisnya adalah bahwa media jarang mempengaruhi masyarakat secara langsung, melainkan melalui cara berpikir mereka. Kata "dampak" sering diartikan sebagai dampak negatif terhadap masyarakat Jawa. Disebut "buruk" karena "terkena dampak". Namun hal ini dikatakan baik karena masyarakat "diberkati" dan hal ini tidak pernah dibicarakan. Oleh karena itu, pengaruh dan dampak media massa bisa bersifat positif atau negatif.[15] Menurut Dennis McQuail, ada empat jenis pengaruh media massa. Pertama, media mempunyai pengaruh yang disengaja dalam menyebarkan informasi. Kedua, tidak adanya perencanaan terlebih dahulu, sehingga dampak media tidak dapat diprediksi. Ketiga, media massa mempunyai dampak jangka pendek dan langsung terhadap masyarakat. Keempat, pengaruh media massa bersifat jangka panjang dan mengarah pada pengenalan inovasi dan kontrol sosial. [16]

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi gaya hidup masyarakat baik secara negatif maupun positif. [17] Karena terdapat berbagai jenis media massa di masyarakat, ia mampu mempengaruhi pemirsa dan individu lain.[16] Teknologi membentuk budaya baru di masyarakat. Dampak positif media massa terhadap masyarakat adalah masyarakat dapat menerima informasi dengan lebih cepat. Misalnya, berita luar negeri dengan cepat disebarluaskan melalui media, meskipun berada di negara lain. Hal ini membuat masyarakat menjadi lebih peka terhadap isu-isu terkini. Selain itu,

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

penggunaan internet dan telepon seluler memungkinkan orang untuk keluar dari kepompongnya. Padahal, ketika terjadi interaksi dua arah antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, kita hanya bisa melihatnya dari sudut pandang tertentu, dan hanya melalui kaca mata. Di sisi lain, kami juga akan mengevaluasi komunitas eksternal. Pertukaran ide dan pendapat ini dapat mendorong masyarakat untuk mencapai potensi maksimalnya. Lebih jauh lagi, media mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengaruh kognitif media, seperti pembentukan sikap, yaitu terhadap apa yang terjadi di lingkungan yang berkaitan dengan ekonomi, politik, agama, perdamaian, dan peristiwa terkini.

Misalnya, kampanye komunikasi yang mendorong partisipasi masyarakat, seperti kampanye buku dan kampanye "cinta lingkungan", dinilai efektif. Jika ada partisipasi masyarakat, itu adalah respon yang didorong oleh Maaka, yang menegaskan bahwa masyarakat bisa dipengaruhi oleh media massa. Media massa adalah alat penyebaran informasi, perintah, pendapat, rumor, gosip, propaganda, dan lain-lain ke seluruh masyarakat.

Misalnya, di era globalisasi, segalanya berubah dengan sangat cepat, termasuk desain fashion, musik, preferensi makanan dan minuman, dan semuanya berubah seiring berjalannya waktu.[18] Hal serupa juga terjadi pada media massa. Media massa di era globalisasi, dengan hadirnya televisi, radio, majalah, dan telepon genggam (smartphone) berperforma tinggi, semakin banyak menyebarkan berita-berita yang berkualitas buruk, bahkan terkadang berita-berita yang belum teridentifikasi. Dampak negatif lainnya adalah media massa saat ini biasanya menyiarkan hal tersebut. Di era globalisasi, banyak sekali orang yang "melegalkan" segala sesuatunya. Oleh karena itu, media massa yang menjadi sarana penyebaran berita menyebarkan segala sesuatunya. Misalnya perubahan gaya hidup masyarakat, penggunaan teknologi oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, ketidakpedulian terhadap isu-isu yang terjadi di masyarakat, dan kekuatan media dalam mempengaruhi gaya hidup masyarakat.[19]

Kehadiran Media Massa dan media sosial yang terus berkembang menjadi salah satu penyebab dari perilaku konsumtif Masyarakat. Perilaku konsumtif seringkali dianggap dengan perilaku menggunakan uang untuk membeli barang yang kurang bermanfaat bahkan tidak bermanfaat [20].[21] Bagaimana tidak, iklan atau promosi

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

sebuah produk selalu saja muncul dalam Media social dan media massa. Sehingga menyebabkan seseorang untuk berkeinginan membeli sebuah produk.[22] Sehingga Masyarakat beralih ke belanja online tanpa bertemu langsung dengan penjual, untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya [23].[24] Pada akhirnya, semua yang dibutuhkan manusia tidak pernah bisa lepas dari jeratan konsumerisme. Selain itu, Meningkatnya pertumbuhan ekonomi menyebabkan lebih tingginya pendapatan masyarakat dan pada akhirnya menjadi pendorong tumbuhnya konsumsi [25].

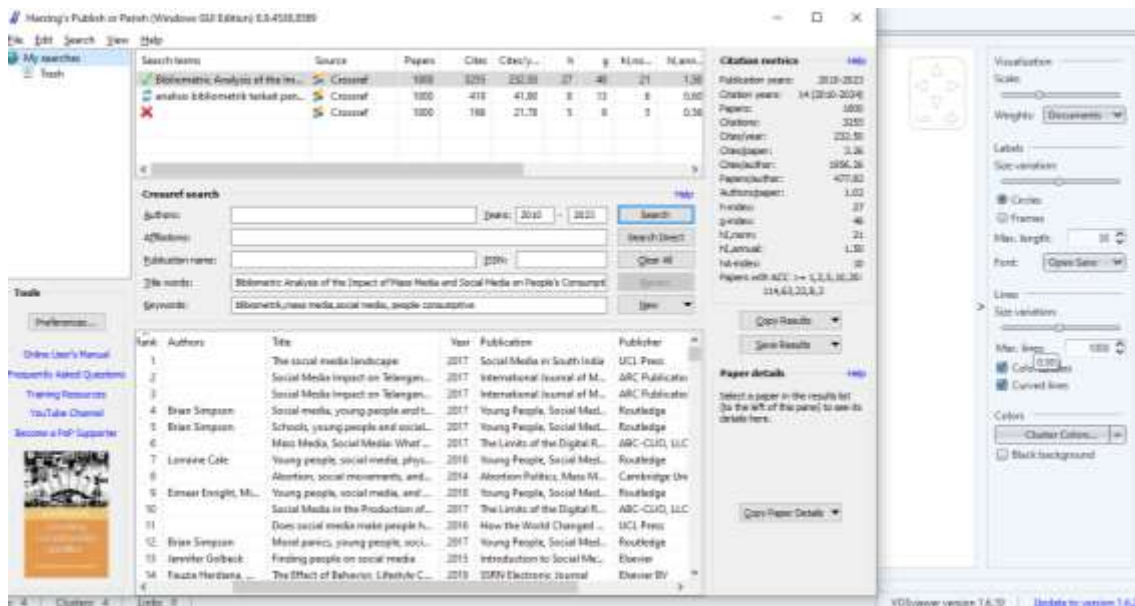
Method

Teknik analisis bibliometrik digunakan dalam penelitian ini. Analisis bibliometri merupakan analisis yang dilakukan dengan menggunakan teknik kuantitatif. Analisis ini bertujuan untuk mengkaji publikasi dan hubungan di dalamnya. [26] [27] Lebih lanjut, tujuan lain dari analisis bibliometrik adalah untuk menemukan tren terkini pada makalah dan jurnal. [28] Analisis ini diawali dengan pemetaan data. Dengan kata lain, kami mengumpulkan artikel melalui Publish or Perish (POP) berjudul Analisis Bibliometrik Dampak Media Massa Dan Media Sosial terhadap perilaku konsumtif Masyarakat dari database Crossref.

Berikut tahapan pengumpulan data pada aplikasi Publish or Perish, Pada perangkat Lunak POP dimasukkan judul menggunakan bahasa Inggris agar dapat menggait artikel maupun jurnal internasional, [29] yakni "Bibliometric Analysis of The Impact of Mass Media and Social Media on People's Consumptive". Keyword yang kami gunakan yakni, mass media dan public consumption. Dengan rentang waktu 10 tahun yakni dari 2013-2023 dan maximum number of results 1000 Tampilan dari pencarian tersebut tampak pada gambar di bawah ini.

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).



Gambar 1. Pencarian melalui database Crossref

Berdasarkan Gambar diatas dapat kita ketahui maksimal dari pencarian data hanyalah 1000, bisa saja kita mengurangi jumlah pencarian tersebut, akan tetapi peta yang akan kita dapatkan akan kurang mendetail. Didalam tampilan tersebut terdapat citation metrics yang menggambarkan data secara kuantitatif, berikut tampilan dari citation metrics.

Citation metrics		Help
Publication years:	2010-2023	
Citation years:	14 (2010-2024)	
Papers:	1000	
Citations:	3255	
Cites/year:	232.50	
Cites/paper:	3.26	
Cites/author:	1956.26	
Papers/author:	477.82	
Authors/paper:	1.02	
h-index:	27	
g-index:	48	
hi,norm:	21	
hi,annual:	1.50	
hA-index:	10	
Papers with ACC >= 1,2,5,10,20:	114,63,22,8,3	

Gambar 2. Citacion Metrics

Selanjutnya data disimpan dalam bentuk RIS (Research Information Systems). [30] RIS digunakan untuk mengolah dalam bentuk peta dan jejaring dengan memasukkannya pada software VOS Viewers. [28]

VOSviewer menghasilkan jaringan penerbitan, skema peneliti, dan gambaran artikel dalam fragmen bersama melewati siklus pembuatan peta kata kunci. [31] Pada software Vos Viewer terdapat 3 keluaran yang terdapat pada tampilan atas yaitu, berupa network visualization, overlay visualisation dan density visualisation. Pada network visualization digunakan untuk melihat keterkaitan dan kluster tema penelitian terkait kata kunci. Pada Overlay Visualisation digunakan untuk melihat tahun terkait tema penelitian yang keterangan tahun dapat dilihat dari pojok kiri bawah. Sedangkan density visualisation digunakan untuk menganalisis tema penelitian yang sudah jenuh dan masih jarang diteliti.

Result and Discussion

A. Pemetaan dari kata kunci

Kandungan dari konsep ilmu pengetahuan di dalam suatu dokumen dapat dilihat dari kata co-word yang dipilih. Analisis co-word sendiri berdasar pada analisis co-occurrence yakni kata atau kata kunci yang bersumber dari 2 atau lebih dokumen yang berfungsi sebagai indicator dokumen. [32] Analisis co-word bertujuan untuk menganalisis isi, pola dan kecenderungan atau yang biasa disebut dengan trend dari beberapa kumulasi dokumen melalui pengukuran kekuatan istilah (terms). Kata kunci yang tidak standard dapat menyebabkan istilah yang tidak seragam dan spesifik. [33]

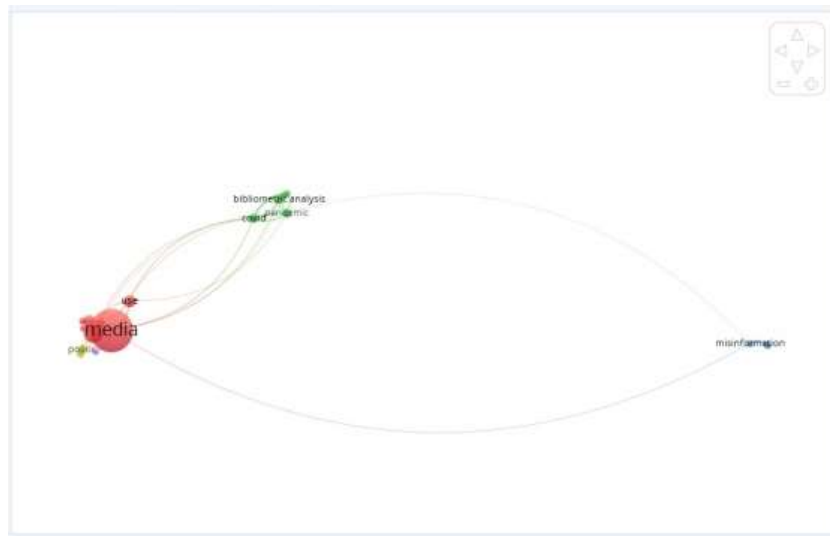
Terdapat 19 Terms, yakni Consequence, third person perception, misinformation, media literacy, relationship, social media marketing, social, introduction, politic, effect, social media trend, influence, literature, media, mass media, bibliometric analysis, pandemic, covid, use. 19 terms tersebut terkait dengan judul Analisis Bibliometrik Dampak Media Massa dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. Media adalah terms yang sering digunakan, yakni sebanyak 406 kejadian. Terms yang sering digunakan berikutnya adalah Mass media (Media Massa) dengan 92 kejadian. Pada urutan ketiga terms yang sering digunakan adalah Use (penggunaan) dengan 23 kejadian. [34]

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

B. Peta perkembangan Publikasi Ilmiah

Dalam tampilan gambar terdapat bulatan (node) yang menandakan penulis .
Sedangkan jaringan (edge) menandakan hubungan penulis satu dengan penulis lainnya.
Jarak antar bulatan dikaitkan dengan jaringan, besarnya bulatan menandakan
banyaknya variabel yang diteliti secara bersamaan.

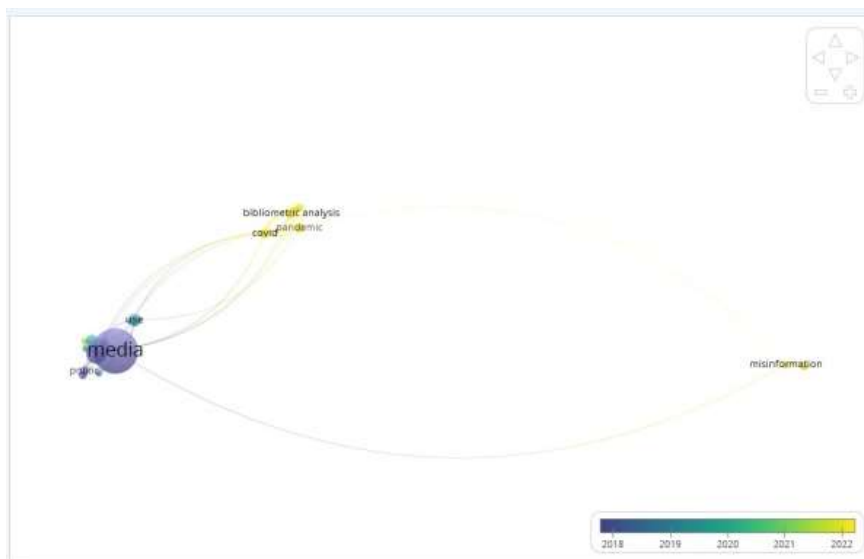


Gambar 3. Network Visualitation VOS Viewer

Berdasarkan gambar diatas, Analisis Bibliometrik Dampak media Massa dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat yang kami search dengan Bahasa Inggris yakni "Bibliometrics Analysis of The Impact of Mass Media and Social media People On People's Consumptive berpusat pada Media dan yang paling terjauh adalah misinformation. Pada gambar tersebut terdapat 5 kluster yakni, merah, biru, kuning, ungu, hijau yang saling terhubung satu sama lain. Item berwarna merah Bulatan besar seperti menandakan bahwa item tersebut sudah sering diteliti. sedangkan bulatan yang kecil menandakan bahwa item jarang diteliti sehingga berpeluang untuk diangkat menjadi judul penelitian.

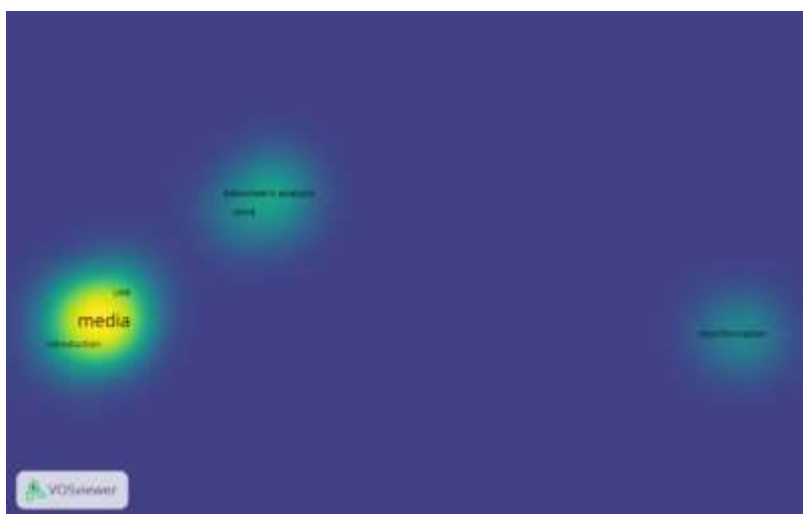
HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).



Gambar 4. Overlay Visualization VOS Viewer

Pada tampilan ini terdapat indikator warna pada kanan bawah, semakin gelap warnanya menandakan bahwa item tersebut sudah banyak diteliti dan sudah lama item tersebut diteliti, pada gambar diatas item yang berwarna gelap adalah media, politic, use. Sedangkan gambar yang berwarna terang seperti bibliometrics analysis, pandemic, covid dan misinformation adalah item yang jarang diteliti, sehingga berpotensi untuk dijadikan sebuah penelitian. Warna gelap disini ditandai dengan warna biru dan warna yang paling terang adalah biru.



Gambar 5. Density Visualitation VOS Viewer

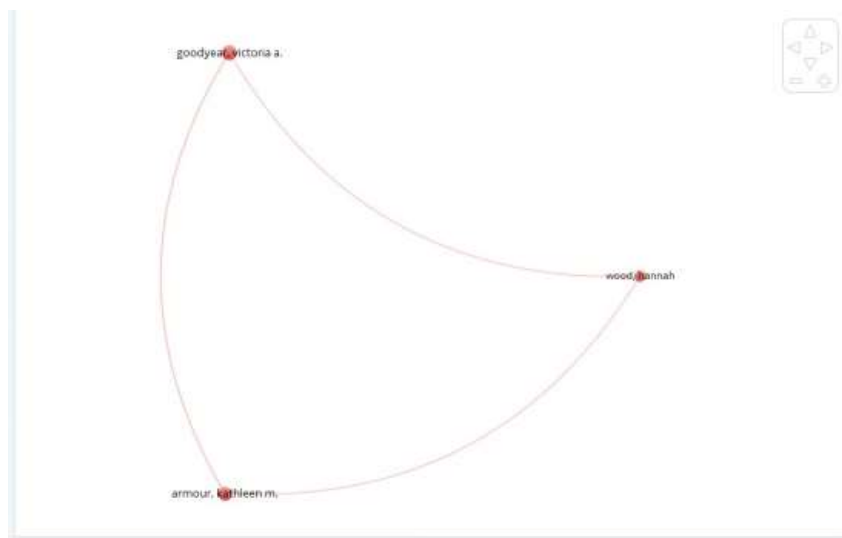
HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

Pada tampilan Density Visualitation menyajikan jaringan kepadatan kata [35] Bulatan yang berwarna cerah menandakan bahwa item tersebut sudah banyak diteliti, sedangkan bulatan yang pudar warnanya menandakan bahwa item tersebut jarang diteliti. item yang paling cerah disini adalah media, kemudian diikuti oleh use dan politic. Sedangkan item yang warnanya pudar adalah bibliometrics analysis, pandemic, covid, dan misinformation.

C. Analisis kolaborasi author

Kolaborasi dalam penelitian sangat diharapkan, karena penelitian tidak selalu dilakukan sevara individu. Pada pencarian ini, dari 830 Penulis hanya 10 penulis yang memiliki hubungan yang kuat. Terdapat sepuluh peneliti yang paling banyak mempublikasikan riset tentang Dampak media Massa dan Media sosial terhadap perilaku Masyarakat. 10 Peneliti tersebut adalah armour, Kathleen M; Goodyear, Victoria a; Barnard, Stephen R; Wood, Hannah; Sterin, j. Charles; Winston, Tameka; Cross, Michael; Simpson, Brian; Zuniga, Homero Gil De. Peneliti paling banyak mempublikasikan hasil risetnya adalah Barnard dan Stephen R sebanyak 12 artikel. Kemudian diurutan kedua adalah Lindner Dan Andrew M. sebanyak 12 artikel.



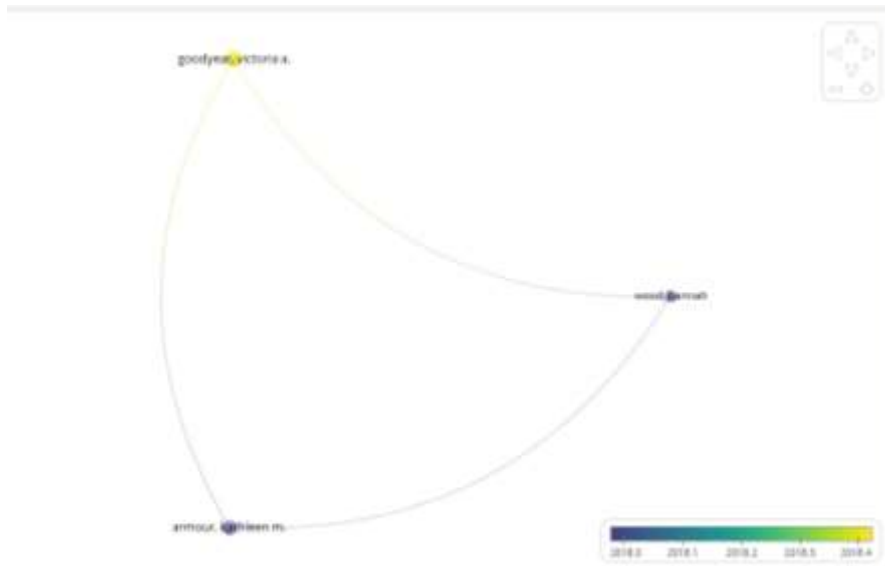
Gambar 6. Tampilan Network Visualization

Pada tampilan network visualization diatas terdapat jaring jaring yang menandakan bahwa para penulis mempunyai hubungan yang kuat atau terhubung

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

secara langsung Dari 10 penulis terdapat 3 penulis yang hubungannya kuat, penulis tersebut adalah Goodyear, Victoria S., Wood, Hannah dan Armour.

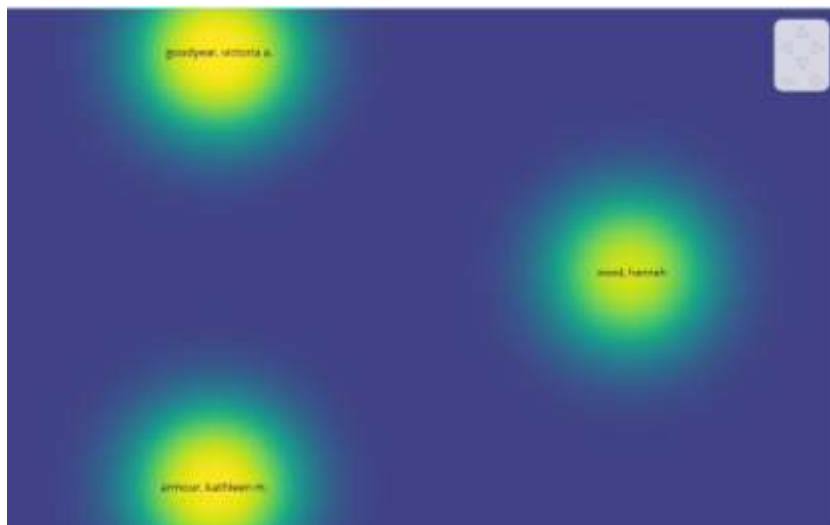


Gambar 7. Tampilan Overlay Visualization

Pada tampilan ini terdapat indikator warna pada kanan bawah, semakin gelap warnanya menandakan bahwa peneliti tersebut sudah lama meneliti, pada gambar diatas item yang berwarna gelap adalah berwarna ungu yakni, Wood Hannah, Armour Kathleenm. Sedangkan gambar yang berwarna terang seperti Goodyear Vicyoria S. Wrna gelap disini ditandai dengan warna biru dan warna yang paling terang adalah biru.

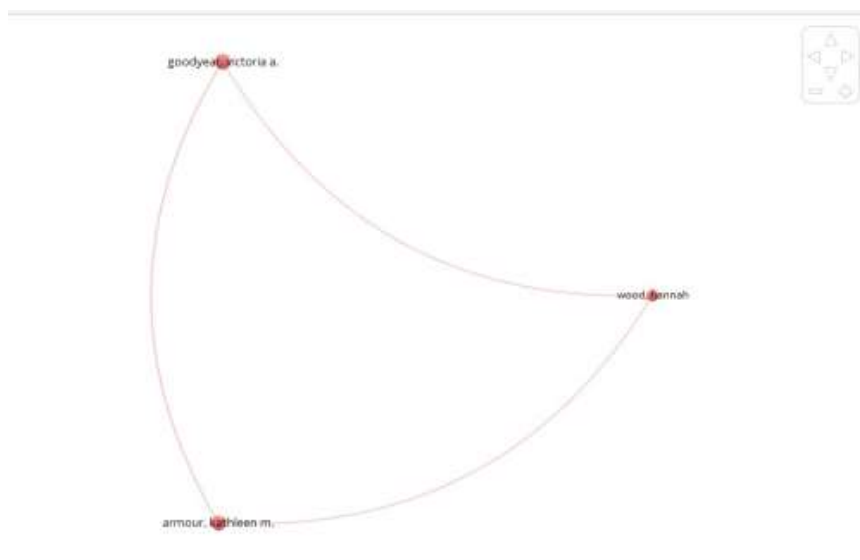
HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).



Gambar 8. Tampilan Density Visualization

Pada tampilan Density Visualization hanya menampilkan 3 peneliti yang sering berkolaborasi dan ketiganya memiliki warna yang cerah. Warna yang cerah disini menandakan bahwa peneliti tersebut sering melakukan penelitian dan kolaborasi. Sedangkan bulatan yang berwarna pudar menandakan bahwa peneliti jarang berkolaborasi sehingga tidak terhubung satu sama lain.



Gambar 9. Density Visualization

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

Pada tampilan ini menunjukkan bahwa ini terdapat indicator warna pada kanan bawah. Semakin gelap warnanya maka menandakan bahwa penulis tersebut sudah lama penelitiannya yakni, Wood Hanna. Sedangkan warna yang terang menandakan bahwa penulis tersebut jarang atau baru meneliti atau mempublish/ berkolaborasi seperti, Goodyear, Victoria a. Warna gelap disini ditandai dengan warna biru keunguan dan warna yang paling terang adalah kuning.

Conclusion

Berdasarkan penelitian dengan Judul Analisis Bibliometrik Dampak Media Massa dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat, dapat kita simpulkan bahwa pada rentang tahun 2010 - 2023 pemetaan kata kunci berdasarkan judul, item yang seringkali digunakan dalam sebuah penelitian adalah media, yang mana item tersebut mempunyai bulatan paling besar sedangkan item yang jarang digunakan adalah misinformation, covid, pandemic, bibliometric analysis yang ditandai dengan bulatannya yang kecil dan terletak jauh dari media. Sehingga memungkinkan untuk diangkat menjadi judul penelitian. Semua item saling terhubung satu sama lain, dimana ditandai dengan garis melintang pada gambar. Sedangkan pada pemetaan Author (penulis), Ada 2 kolaborasi author yang keduanya mempublikasikan 12 jurnal maupun artikel mereka adalah Barnard, Stephen R dan Linder Andrew M.

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of and other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

Conflict of interest statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

References

- [1] A. S. Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia," *J. Publiciana*, vol. 9, no. 1, pp. 140–157, 2018.
- [2] S. Abdul Hamid, "Pengaruh Media Massa Terhadap Masyarakat," *J. Soc. Sci. Humanit.*, vol. 1, no. 1, pp. 214–226, 2016.
- [3] D. Mustomi and A. Puspasari, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *CERMIN J. Penelit.*, vol. 4, no. 1, p. 133, 2020, doi: 10.36841/cermin_unars.v4i1.496.
- [4] Musanna, "Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Belanja Online (Studi Kasus Belanja Mahasiswa Menggunakan Media Sosial di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala)," *Ilm. Mhs. FISIP Unsyiah*, vol. 3, no. 2, pp. 224–236, 2016. [Online]. Available: <https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/view/7394>
- [5] E. Anggraeni and K. Setiaji, "Pengaruh Media Sosial dan Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Econ. Educ. Anal. J.*, vol. 7, no. 1, pp. 172–180, 2018.
- [6] M. C. Kodoati and S. T. Maida, "Defisit Kritis Media Massa: Menimbang Kebutuhan Akan Regulasi Diri Media Massa Berdasarkan Pemikiran Jürgen Habermas," *Dialekt. KOMUNIKA J. Kaji. Komun. dan Pembang. Drh.*, vol. 11, no. 1, pp. 26–41, 2023, doi: 10.33592/dk.v11i1.3534.
- [7] S. Amelia, "Pengaruh Media Massa terhadap Gaya Hidup," *Kompasiana.com*. Accessed: Nov. 12, 2023. [Online]. Available: <https://www.kompasiana.com/shelaameliaakhap5615/64a7d3044addee4d34604ea2/pengaruh-media-massa-terhadap-gaya-hidup>
- [8] H. Anggraini and R. Masnina, "Hubungan Ketersediaan Buah dan Sayur dengan Konsumsi Buah dan Sayur pada Mahasiswa Kesehatan di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur," *Borneo Student Res.*, vol. 3, no. 3, pp. 2708–2714, 2022.
- [9] B. Santosa, "Peran Media Massa dalam Mencegah Konflik," *J. ASPIKOM*, vol. 3, no. 2, pp. 199–214, 2017. [Online]. Available: <http://www.dewanpers.or.id>
- [10] J. Marpaung, "Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kehidupan," *KOPASTA J. Progr. Stud. Bimbing. Konseling*, vol. 5, no. 2, pp. 55–64, 2018, doi: 10.33373/kop.v5i2.1521.
- [11] [11] J. Indrawan, Efriza, and A. Ilmar, "Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik," *Medium*, vol. 8, no. 1, pp. 1–17, 2020, doi: 10.25299/medium.2020.vol8(1).4820.

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

- [12] [12] M. Y. Saragih, "Media Massa dan Jurnalisme: Kajian Pemaknaan Antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik," *J. Pemberdaya. Masy.*, vol. 6, no. 1, p. 12, 2019, doi: 10.37064/jpm.v6i1.4988.
- [13] [13] R. Mamdud, "Dakwah Islam di Media Massa," *Al-I'lam J. Komun. dan Penyiaran Islam*, vol. 3, no. 1, p. 47, 2019, doi: 10.31764/jail.v3i1.1366.
- [14] [14] L. Komala, E. Komunikasi, and M. Suatu, "Daftar Pustaka Buku Ardianto, Elvinaro dan Lukiyati Komala Erdinaya.," 2008.
- [15] [15] R. W. Saputra and M. S. Siregar, "Mapping Visualization of Maritime Technology Study in Indonesia with Bibliometric Analysis Using VoSviewer," *J. Pendidik. Multimed.*, vol. 4, no. 1, pp. 01–12, 2022, doi: 10.17509/edsence.v4i1.47149.
- [16] N. Tambunan, "Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens," *J. SIMBOLIKA Res. Learn. Commun. Study*, vol. 4, no. 1, p. 24, 2018, doi: 10.31289/simbolika.v4i1.1475.
- [17] H. Khatimah, "Posisi dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat," *Tasamuh*, vol. 16, no. 1, pp. 119–138, 2018, doi: 10.20414/tasamuh.v16i1.548.
- [18] L. Hanim, "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi," *J. Pembaharuan Huk.*, vol. 1, no. 2, p. 191, 2014, doi: 10.26532/jph.v1i2.1476.
- [19] W. Respati, "Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi di Indonesia," *Humaniora*, vol. 5, no. 1, p. 39, 2014, doi: 10.21512/humaniora.v5i1.2979.
- [20] S. L. Triyaningsih, "Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat," *J. Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 11, no. 2, pp. 172–177, 2011.
- [21] R. H. Tyas, L. A. F. Ramadhona, and N. A. A. Zakiya, "Analisis Konsumsi Masyarakat di Jawa Tengah Tahun 2015-2018," *J. Ekon.*, vol. 12, no. 1, p. 23, 2022, doi: 10.35448/jequ.v12i1.16293.
- [22] E. Brilianaza and A. Sudrajat, "Gaya Hidup Remaja Shopaholic dalam Trend Belanja Online di Shopee," *JSSH (J. Sains Sos. dan Humaniora)*, vol. 6, no. 1, p. 45, 2022, doi: 10.30595/jssh.v6i1.12225.
- [23] A. M. Juniar and J. Uci, "Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Ibu-ibu Rumah Tangga di Kota Makassar," *Emik*, vol. 4, no. 1, pp. 37–51, 2021, doi: 10.46918/emik.v4i1.850.
- [24] L. Putri, N. Syarweni, and R. Z. Firdaus, "Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19," *Media Ekon.*, vol. 21, no. 2, p. 51, 2022, doi: 10.30595/medek.v21i2.10980.
- [25] F. S. E. and M. S. Adrianto, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi di Indonesia Menggunakan Error Correction Model (ECM) Periode Tahun 1994.1–2005.4," *Media Ekon.*, vol. 19, no. 1, pp. 3–26, 2017, doi: 10.25105/me.v19i1.832.
- [26] A. K. Putri, "Analisis Bibliometrik Pada Pengaruh Berita di Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja di Lingkungan Masyarakat," *J. Common*, vol. 5, no. 2, pp. 108–117, 2022, doi: 10.34010/common.v5i2.6351.
- [27] E. Emiliani, E. W. H. Budianto, and N. D. T. Dewi, "Pemetaan Topik Penelitian seputar Akad Hawalah pada Inklusi Keuangan Syariah: Studi Bibliometrik

HOUSE OF WISDOM: JOURNAL ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCES

ISSN XXXX XXXX. Published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of
the Creative Commons Attribution License (CC-BY).

- VOSviewer dan Literature Review," no. September, pp. 1–16, 2023. [Online]. Available: <http://repository.uin-malang.ac.id/15209/>
- [28] A. Syairah, Zulfah, and Astuti, "Analisis Bibliometrik: STEAM dalam Pembelajaran Matematika Berbasis VOV Viewers," *J. Pengabd. Masy. dan Ris. Pendidik.*, vol. 2, no. 1, pp. 48–54, 2023, doi: 10.31004/jerkin.v2i1.86.
- [29] S. R. D. Astuti, S. Firdausi, and S. Wahyuni, "Analisis Bibliometrik: Trend Penelitian Hubungan Kemampuan Berpikir Kritis terhadap Kesadaran Lingkungan pada Pembelajaran IPA," *Scienceedu*, pp. 139–149, 2023.
- [30] I. Muhammad and D. Juandi, "Model Discovery Learning pada Pembelajaran Matematika Sekolah Menengah Pertama: A Bibliometric Review," *Euler J. Ilm. Mat. Sains dan Teknol.*, vol. 11, no. 1, pp. 74–88, 2023, doi: 10.34312/euler.v11i1.20042.
- [31] A. W. Febriani, B. E. Soetjipto, and M. Churiyah, "Systematic Literature Review dan Analisis Bibliometrik Pengaruh Work From Home (WFH) Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan," *Ganaya J. Ilmu Sos. dan Hum.*, vol. 6, no. 3, pp. 539–556, 2023, doi: 10.37329/ganaya.v6i3.2402.
- [32] T. Tupan, R. N. Rahayu, R. Rachmawati, and E. S. R. Rahayu, "Analisis Bibliometrik Perkembangan Penelitian Bidang Ilmu Instrumentasi," *Baca J. Dokumentasi Dan Inf.*, vol. 39, no. 2, p. 135, 2018, doi: 10.14203/j.baca.v39i2.413.
- [33] F. Effendy, V. Gaffar, R. Hurriyati, and H. Hendrayati, "Analisis Bibliometrik Perkembangan Penelitian Penggunaan Pembayaran Seluler Dengan VOSviewer," *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 16, no. 1, pp. 10–17, 2021, doi: 10.35969/interkom.v16i1.83.
- [34] A. Karim, "Analisis Bibliometrik Menggunakan VOSviewer Terhadap Trend Riset Matematika Terapan di Google Scholar," *J. Ris. Pendidik. Mat. Jakarta*, vol. 3, no. 2, pp. 23–33, 2022, doi: 10.21009/jrpmj.v3i2.22264.
- [35] S. Musrifathul, P. S. Wijayanti, and T. R. Herawati, "Kemampuan Literasi Digital Matematis: Analisis Literatur Menggunakan Pendekatan Bibliometri Dengan VOSviewer," vol. 1, no. 1, pp. 32–38, 2023.