

Tren Penelitian Tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Masyarakat: Pendekatan Bibliometrik

Yunnisa Nabila Putri Abduh

Universitas Padjadjaran Sumedang, Indonesia
yunnisa21001@mail.unpad.ac.id

Rully Khairul Anwar

Universitas Padjadjaran Sumedang, Indonesia
rully.khairul@unpad.ac.id

Suggested Citation:

Abduh, Yunnisa Nabila Putri; Anwar, Rully Khairul. (2024). Tren Penelitian Tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Masyarakat: Pendekatan Bibliometrik. *Temali: Jurnal Pembangunan Sosial*. Volume 7, Number 1: 85-98. <http://dx.doi.org/10.15575/jt.v7i1.33408>.

Article's History:

Received January 2024; Revised February 2024; Accepted February 2024.
2024. journal.uinsgd.ac.id ©. All rights reserved.

Abstract

The influence of social media on public perception is a very influential phenomenon in shaping people's views and interpretations of the various information they get. This study aims to analyze research trends regarding the influence of social media on public perception, this study uses a descriptive bibliometric approach that includes bibliometric analysis to find out the extent to which research has developed from year to year. This research collects secondary data collected from Scopus using the keywords effects, social media, public, and perception. The software used to analyze the data is VosViewer and BiblioShiny. Based on the search results on the Scopus database from 2014-2023, 112 publications were found, which showed that the main topics in the research included social media, perception, adult, human, and female. In the context of journal publications, the Sustainability Journal ranks first as a relevant source with a total of 11 publications and 111 citations, and the most research on the influence of social media on people's perceptions is in the countries of The United States of America (USA), China, and Korea. As such, this research provides an overview of the current trends and research focus on the influence of social media on people's perceptions.

Keywords: *descriptive bibliometrics; media effects; public focus; social media; public perception.*

Abstrak

Pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat merupakan fenomena yang sangat berpengaruh dalam membentuk pandangan dan interpretasi masyarakat terhadap berbagai informasi yang diperolehnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat, penelitian ini menggunakan pendekatan bibliometrik deskriptif yang mencakup analisis bibliometrik untuk mengetahui sejauh mana penelitian telah berkembang dari tahun ke tahun. Penelitian ini mengumpulkan data sekunder dikumpulkan dari Scopus dengan menggunakan kata kunci effects, social media, public, dan perception. Software yang digunakan untuk menganalisis data yakni Vosviewer dan BiblioShiny. Berdasarkan hasil penelusuran pada database Scopus dari tahun 2014-2023, ditemukan 112 publikasi yang menunjukkan bahwa topik utama dalam penelitian mencakup social media, perception, adult, human, dan female. Dalam konteks publikasi jurnal, Jurnal Sustainability menempati peringkat pertama sebagai sumber yang relevan dengan total 11 penerbitan dan 111 kutipan dan penelitian terbanyak mengenai pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat adalah di negara-negara The United States of America (USA), China, dan Korea. Dengan demikian,

penelitian ini memberikan gambaran mengenai tren dan fokus penelitian terkini seputar pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat.

Kata Kunci: bibliometrik deskriptif; efek media; fokus publik; media sosial; persepsi masyarakat.

PENDAHULUAN

Dalam era kemajuan teknologi komunikasi, penggunaan media sosial oleh masyarakat terus berkembang dalam berbagai aspek kehidupan. Media sosial dapat didefinisikan sebagai alat komunikasi yang memanfaatkan platform online dan memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berbagi, menciptakan, dan terlibat dalam isinya (W. S. R. Putri et al., 2016). Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), media sosial merupakan platform yang digunakan oleh masyarakat untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, suara, dan video dengan orang lain ataupun perusahaan (Salsabila & Harti, 2021).

Media sosial hadir dalam berbagai bentuk yang beragam dan digunakan oleh individu atau kelompok untuk berkomunikasi di mana partisipasi aktif dari penggunanya sangat diperlukan (Khansa & Putri, 2022). Kehadiran berbagai aplikasi media sosial seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, Twitter, Facebook, dan Blog membuat masyarakat lebih memilih berkomunikasi secara tidak langsung melalui dunia maya dibandingkan dengan berkomunikasi secara langsung melalui tatap muka. Hal ini dikarenakan media sosial dapat digunakan dimana saja dan kapan saja, tanpa batasan ruang dan waktu.

Menurut Van Dijk, media sosial juga merupakan tempat dimana media berfokus pada eksistensi penggunanya (Lestari et al., 2021). Media sosial melibatkan bagaimana kita menciptakan, menghubungkan, dan membagikan informasi secara online (Alam & Khan, 2015). Masyarakat yang tidak aktif menggunakan media sosial dianggap sebagai kelompok yang tidak mengikuti perkembangan zaman (Mokhtar & Hassan, 2021). Kondisi ini muncul karena individu yang tidak menggunakan media sosial merasa terisolasi atau kurang informasi mengenai perkembangan sosial dan budaya yang terjadi di sekitar mereka (Mulya, 2022).

We Are Social melakukan survei yang merilis informasi mengenai pengguna internet dan media sosial di Indonesia. Berdasarkan data tersebut, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 202,6 juta, menandakan hampir 73,7% dari total penduduk Indonesia. Dari jumlah tersebut, sebanyak 170 juta orang atau 61,8% merupakan pengguna media sosial aktif dengan rata-rata waktu penggunaan selama 3 jam 41 menit setiap harinya (Y. E. Putri et al., 2023). Informasi tersebut mencerminkan tingginya antusiasme masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan internet dan media sosial sebagai sarana komunikasi dan sumber informasi.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media untuk berkomunikasi, melainkan juga sebagai wadah bagi masyarakat untuk menyampaikan beragam persepsi mereka secara bebas, baik itu terkait dengan pendidikan, budaya, sosial, ekonomi, hukum, maupun politik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah respons (penerimaan) langsung terhadap suatu hal. Dalam artian bahwa persepsi merupakan proses seseorang memahami beberapa informasi melalui indera-inderanya. Persepsi adalah suatu proses yang melibatkan masuknya pesan atau informasi ke dalam otak setiap individu (Lestari et al. 2021). Dalam proses ini, otak menerima, mengorganisir, dan menginterpretasikan data yang diterima melalui panca indera. Setiap individu memiliki cara unik dalam memahami dan merespons informasi berdasarkan pada pengalaman, latar belakang, dan konteksnya.

Dalam konteks ini, media sosial menciptakan ruang yang dinamis untuk berdiskusi, bertukar gagasan, dan memperkaya pandangan masyarakat terhadap berbagai topik yang sedang hangat diperbincangkan. Melalui interaksi ini, berbagai persepsi muncul di kalangan masyarakat yang aktif menggunakan media sosial, baik yang bersifat positif maupun negatif. Persepsi tersebut menciptakan dasar pemahaman yang subjektif, sehingga dapat membentuk individu agar memiliki landasan untuk mengembangkan ide, sikap, dan respon terhadap lingkungan yang beraneka ragam.

Persepsi seringkali kurang akurat, dikarenakan oleh berbagai faktor seperti pengaruh pengalaman masa lalu, selektivitas, dan proses penyimpulan (Hamzah, 2015). Pengalaman masa lalu dapat mempengaruhi cara individu dalam memahami informasi yang diterimanya. Selanjutnya, selektivitas dalam setiap individu cenderung memfokuskan perhatian pada dan mengingat informasi sesuai dengan pandangan dan keyakinan mereka. Terlebih lagi, dalam proses penalaran, individu membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang terbatas dan dapat mengakibatkan penilaian yang kurang akurat.

Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan media sosial memiliki dampak signifikan terhadap persepsi masyarakat mengenai informasi yang beredar di dalamnya. Dari sisi positifnya, kehadiran media sosial memungkinkan masyarakat untuk mengakses dan menyebarkan informasi secara lebih efisien, serta dapat

berinteraksi dengan berbagai pihak dimana saja dan kapan saja. Namun, disisi lain, penggunaan media sosial juga dapat menimbulkan persepsi negatif jika terjadi perbedaan pendapat, hal ini dapat terlihat dengan munculnya cyberbullying dan penyebaran informasi palsu (hoax) dalam media sosial.

Penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat dinilai berkembang dengan pesat. Dapat dilihat dari beberapa penelitian yang membahas masalah tersebut dalam berbagai konteks. Pertama penelitian yang dilakukan oleh (Amalliah, 2018) dengan judul "Persepsi Masyarakat Terhadap Fenomena Hoax Di Media Online Pada Era Post Truth". Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pentingnya menerapkan etika dalam menghadapi fenomena hoaks di media sosial dengan melakukan verifikasi terhadap informasi yang diperoleh. Hal ini bertujuan untuk mengurangi dampak kerugian yang mungkin ditimbulkan kepada masyarakat akibat fitnah dan ujaran kebencian yang melanggar prinsip penulisan serta penyebaran berita.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh (Winoto, 2019) dengan judul "Remaja dan Pandangannya Terhadap Cyberbullying Pada Media Facebook". Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis survey. Hasil dari penelitian ini adalah kegiatan cyberbullying dalam media facebook dipengaruhi oleh tiga hal yakni interaktivitas, konektivitas, dan jangkauan akses diantara pengguna facebook serta berkaitan juga dengan pesan - pesan verbal dan non verbal. Para remaja berpandangan bahwa pesan verbal dalam cyberbullying, yang disampaikan melalui media Facebook, cenderung terasa kasar, vulgar, dan lebih menyakitkan daripada pesan yang disampaikan secara non-verbal. Hal ini karena cyberbullying dalam bentuk non-verbal dapat diungkapkan melalui gambar, meme, dan simbol-simbol lainnya, sehingga tidak begitu terasa oleh penerima pesan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh (Haryanti, 2022) dengan judul "Persepsi Masyarakat Tentang Isu Berita Hoaks Vaksin Covid-19 Di Kelurahan Kotabaru, Kemantren Gondokusuman, Kota Yogyakarta". Penelitian ini menggunakan metode riset kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa mayoritas responden di Kelurahan Kotabaru merupakan pengguna aktif media sosial, rutin mengaksesnya untuk mendapatkan berita terbaru, dan sebagian besar memiliki pemahaman tentang istilah hoaks serta mampu membedakan antara berita hoaks dan berita fakta. Terlebih lagi, masyarakat tidak terpengaruh oleh berita hoaks terkait vaksinasi COVID-19, mereka tetap berpartisipasi dalam program vaksinasi pemerintah. Hal ini disebabkan oleh tingkat kecerdasan masyarakat dalam memilih, menyaring, dan mencerna informasi dari media sosial.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh (Rahmanto, 2022) dengan judul "Media Sosial dan Persepsi Publik tentang Good Governance pada Pemerintah Daerah di Solo Raya". Penelitian ini menggunakan metode survei dengan sampling kuota 210 partisipan di wilayah Solo Raya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak positif yang signifikan terhadap persepsi publik terhadap good governance dan ketiga aspeknya. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan keterbukaan pemerintah dan partisipasi masyarakat. Hasil penelitian ini merekomendasikan agar pemerintah daerah meningkatkan keterlibatan dan relevansi konten dalam pengelolaan media sosial, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap implementasi good governance.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh (Hafizi, 2023) dengan judul " Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Masyarakat tentang Politik dan Partisipasi Politik". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan perubahan mendasar dalam cara masyarakat berinteraksi dengan politik melalui media sosial. Media sosial memberikan kemudahan akses ke informasi politik dan berkontribusi pada pembentukan pandangan masyarakat terhadap berbagai isu politik. Dalam konteks partisipasi politik, media sosial bisa memfasilitasi partisipasi yang aktif, meskipun perlu diakui bahwa keterlibatan online tidak selalu sebanding dengan partisipasi langsung offline seperti dalam pemilihan umum. Oleh karena itu, peran media sosial mungkin lebih berfokus pada pembentukan opini dan diskusi mengenai isu-isu politik daripada secara langsung mendorong partisipasi politik yang signifikan.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh (Moulita, 2021) dengan judul "Persepsi Remaja terhadap Konten Prank di Media Sosial". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten prank yang paling diminati adalah prank tes kejujuran, prank giveaway, prank pengemis, serta prank teman/keluarga. Sementara itu, jenis konten prank yang tidak disukai melibatkan unsur seperti prank bom, prank polisi, prank ojek online, dan prank gold digger. Persepsi terhadap nilai-nilai positif yang terdapat dalam konten prank menurut responden adalah kedermawanan, kesetiakawanan, dan semangat pantang menyerah. Namun, konten prank juga memiliki nilai negatif, seperti merugikan orang lain, memberikan contoh buruk, dan berpotensi menimbulkan kemarahan.

Dalam konteks ini, terlihat bahwa persepsi masyarakat terhadap media sosial dapat bersifat positif atau negatif tergantung pada sejauh mana mereka memahami informasi yang diperoleh. Tingkat pemahaman ini menjadi kunci dalam membentuk sikap dan pandangan terhadap berbagai isu, berita, dan interaksi dalam media sosial. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan literasi informasi di kalangan masyarakat untuk memastikan bahwa pemahaman terhadap informasi yang disajikan di media sosial dapat membentuk persepsi yang lebih responsif terhadap dinamika media sosial.

Melalui peningkatan literasi informasi, masyarakat dapat lebih kritis dalam menyaring dan mengevaluasi konten media sosial. Hal ini tidak hanya membantu mengurangi potensi penyebaran informasi yang tidak akurat atau merugikan, tetapi juga memungkinkan masyarakat untuk memiliki perspektif yang lebih matang terhadap isu-isu yang berkembang di media sosial. Dengan begitu, peningkatan literasi informasi di masyarakat dapat menjadi fondasi penting untuk menciptakan lingkungan media sosial yang lebih sehat dan memberikan kontribusi positif terhadap persepsi masyarakat secara keseluruhan.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bibliometrik deskriptif yang mencakup analisis bibliometrik. Analisis bibliometrik adalah bentuk analisis bibliografi terhadap kegiatan ilmiah, didasarkan pada keyakinan bahwa seorang peneliti melakukan penelitiannya dan perlu menyampaikan hasilnya kepada rekan-rekan sejawat (Tupan et al., 2018). Melalui analisis bibliometrik, peneliti dapat mengidentifikasi tren penelitian, kolaborasi antarpeleliti, dan dampak dari hasil kajian (Setia & Rahman, 2023). Terlebih lagi, analisis bibliometrik dapat memberikan pemahaman mendalam tentang perkembangan dan kontribusi suatu disiplin pengetahuan, memungkinkan peneliti dan akademisi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dan nilai penelitian dalam komunitas ilmiah.

Analisis bibliometrik merupakan penilaian terhadap isi bibliografi dengan menerapkan metodologi penelitian kuantitatif, yang berkaitan dengan ranah akademis ilmu perpustakaan dan informasi. Pada tahun 1969, Pritchard memperkenalkan konsep analisis bibliometrik, di mana teknik ini diterapkan untuk menganalisis data dalam konteks penelitian tertentu dan sudah ada sejak abad ke-19 (Batubara et al., 2021)(Martínez-López et al., 2018).

Bibliometrika membantu menggambarkan sejarah dan kondisi terkini dari suatu bidang penelitian tertentu (Sjuchro, 2023), dengan mempertimbangkan karya tulis sebagai saluran komunikasi formal utama antar ilmuwan. Pendekatan bibliometrik memungkinkan tabulasi berdasarkan tahun, serta analisis kutipan dan kolaborasi penulis terhadap sejumlah besar dokumentasi terkait dengan bidang yang diminati. Pendekatan ini bermanfaat karena memungkinkan pelaksanaan analisis yang lebih objektif dan dapat diandalkan (Gaviria-Marin dkk., 2018; Roig-Tierno dkk., 2017) (Aria et al., 2020; Gaviria-Marin et al., 2018).

Pada penelitian ini, data yang digunakan diperoleh dari publikasi internasional di Scopus. Proses pengumpulan informasi dilakukan dengan melakukan pencarian menggunakan kata kunci *effects*, *social media*, *public* dan *perception*. Dengan melakukan penelusuran menggunakan kata kunci tersebut data yang didapatkan sebanyak 112 dokumen dan kemudian dianalisis menggunakan metode analisis bibliometrik. Dalam penelitian ini, perangkat lunak aplikasi R-Bibliometrix Package (Biblioshiny) digunakan untuk mengelola dan memvisualisasikan data yang diperoleh dari database scopus (Ummah et al., 2023). Tidak hanya itu, penelitian ini juga menggunakan Vos Viewer untuk menganalisis data yang telah diperoleh melalui Scopus.

Tabel 1 . Ringkasan Sumber dan Pemilihan Data

Kategori	Persyaratan Khusus
Basis data penelitian	Scopus
Periode pencarian	2014 – 2023
Bahasa	Bahasa Inggris
Kata kunci	Effects, Social Media, Public, Perception
Jenis dokumen	Artikel
Ekstrasi data	Ekspor dengan catatan lengkap dan referensi yang dikutip dalam format BibTeX dan CSV
Ukuran sampel	112

Source: Data processing result, 2023

Subjek dan tren penelitian diidentifikasi berdasarkan hasil pemetaan bibliometrik literatur yang ada. Penggunaan Biblioshiny digunakan untuk memvisualisasikan informasi bibliografi dengan menganalisis kemunculan bersama kata kunci dan pengarang yang terkait dengan dampak media sosial terhadap persepsi masyarakat di seluruh dunia dari tahun 2014 hingga 2023. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara lebih terperinci bagaimana tema-tema tertentu dan kontribusi penulis berkembang seiring waktu, memberikan wawasan mendalam tentang perkembangan dan fokus utama dalam penelitian mengenai dampak media sosial pada persepsi masyarakat. Hasil pemetaan ini menjadi landasan untuk memahami dinamika penelitian dan tren yang muncul dalam literatur akademis di bidang tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menyajikan informasi mengenai pertumbuhan publikasi ilmiah yang ditemukan melalui pencarian frasa effects, media sosial, publik, dan persepsi di seluruh dunia selama periode waktu dari tahun 2014-2023. Kriteria ini digunakan untuk mengumpulkan data yang diekstraksi dari basis data Scopus. Informasi utama yang dianalisis mencakup durasi dokumen yang dievaluasi setiap tahun, jumlah publikasi ilmiah berdasarkan sumber, rata-rata kutipan per tahun, dan jumlah penulis. Sebanyak 112 data dimasukkan ke dalam perangkat lunak R-Bibliometrik (Biblioshiny). Selanjutnya, jumlah penulis yang terlibat dalam publikasi ilmiah mengenai dampak media sosial terhadap persepsi publik adalah sebanyak 318. Bagian - bagian penting dari data ini didapatkan dan dirangkum dalam Tabel 2.

Tabel 2. Data Dasar dan Informasi Penting

Deskripsi	Informasi
Rentang Waktu	2014 – 2023
Sumber (Jurnal, Buku, dll)	76
Dokumen	112
Rata-rata kutipan per dokumen	19.99
Kutipan yang diterima oleh setiap dokumen setiap tahun	1.31
Penulis	318
Penulis dokumen yang ditulis oleh satu orang	18
Penulis dokumen dengan banyak penulis	94
Dokumen yang ditulis oleh satu orang	18
Penulis per Dokumen	2.8
Rekan Penulis per Dokumen	2.88

Source: Data processing result, 2023

Tabel diatas menyajikan informasi terkait dengan rentang waktu, sumber data, jumlah dokumen, rata-rata kutipan perdokumen, kutipan yang diterima oleh setiap dokumen setiap tahun, jumlah penulis, jumlah penulis dokumen yang ditulis oleh satu orang, jumlah penulis dokmen dengan banyak penulis, dokumen yang ditulis oleh satu orang, jumlah penulis per dokumen dan jumlah rekan penulis per dokumen.

Rentang waktu penelitian ini adalah dari tahun 2014 hingga 2023. Sumber data terdiri dari 76 sumber yang berasal dari jurnal, buku dll.. Jumlah dokumen yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 112, terdapat 19.99 kutipan perdokumen, Rata-rata, dokumen tersebut telah beredar selama 1.31 tahun sejak publikasi. Terdapat 318 penulis yang berkontribusi pada penelitian ini, dengan 142 di antaranya adalah penulis tunggal dari satu dokumen. Total dokumen tunggal penulis mencapai 18 orang. Kemudian terdapat 94 orang penulis dokumen dengan banyak penulis. Rata-rata penulis per dokumen 2.8 dan Rata-rata, setiap dokumen memiliki 2.88 rekan penulis.

3.1 Analisis tentang Penulis

Penulis artikel ilmiah merupakan mayoritas dari upaya output ilmiah, dengan rata-rata 2.8 per karya, seperti yang ditunjukkan oleh analisis statistik. Maka, dalam penelitian ini, hukum Price digunakan untuk mengamati sejauh mana efisiensi produksi yang diterapkan oleh para ahli dalam bidangnya (Luo et al., 2022).

Tabel 3. Sepuluh Penulis Teratas

No	Nama	Afiliasi	Makalah	Kutipan	Rata-rata Kutipan
1	Homero Gil de Zúñiga	University of Salamanca, Spain	2	8	4.00

2	Jiyoung Lee	The University of Alabama, Tuscaloosa, AL, USA	2	8	4.00
3	Bo-Chiuan Su	Putian University, China	2	16	8.00
4	Li-Wei Wu	Tunghai University, Taiwan	2	16	8.00
5	Rick Aalbers	Radboud University Nijmegen, Netherlands	1	28	28.00
6	Emmanuel Kofi Adanu	The University of Alabama, Tuscaloosa, AL, USA	1	24	24.00
7	Paola Adinolfi	University of Salerno, Italy	1	24	24.00
8	Zeti Azreen Ahmad	The National University of Malaysia	1	8	8.00
9	Md Ashraf Ahmed	Florida International University, Miami, Florida	1	3	3.00
10	Jin Ai	Southwestern University of Finance and Economics, Chengdu, China	1	6	6.00

Source: Data processing result, 2023

Tabel 3 menampilkan daftar sepuluh penulis yang produktif dalam bidang ini, yang digunakan untuk memahami lebih baik para akademisi produktif yang telah bekerja di bidang ini selama satu dekade terakhir. Menurut data tersebut, Homero Gil de Zúñiga dari University of Salamanca, Spain memiliki hasil ilmiah yang tinggi dan pengakuan yang signifikan. Selain itu, Homero Gil de Zúñiga telah mereferensikan 8 karya dengan rata-rata 4,00 kutipan.

Keberadaannya dalam daftar sepuluh penulis paling produktif memberikan gambaran tentang kontribusi dan pengaruhnya yang substansial dalam perkembangan dan pemahaman terkini di dalam bidang tersebut. Kemudian disusul oleh peneliti lainnya dengan pengaruh yang cukup baik yang berada di bawah urutan keempat peneliti teratas. Sedangkan peneliti yang memiliki dampak terendah adalah 4 peneliti yang berada dalam 4 tabel paling bawah.

Analisis jumlah sitasi dalam sebuah karya ilmiah merupakan aspek penting dari karakteristik karya ilmiah tersebut. Analisis ini dilakukan dengan tujuan mengamati berbagai karya ilmiah dan mengacu pada fenomena yang dikutip untuk mengidentifikasi ciri-ciri metode analisis bibliometrik (Amin et al., 2023). Jumlah kutipan untuk setiap artikel dihitung dengan menggunakan kata kunci yang disertakan dalam penelitian ini. Sepuluh publikasi berikut ini memperoleh jumlah kutipan terbanyak secara keseluruhan.

Pendekatan ini memberikan gambaran tentang sejauh mana artikel-artikel tersebut mendapatkan perhatian dan apresiasi dari komunitas ilmiah. Dengan menganalisis jumlah kutipan, kita dapat menilai sejauh mana pengaruh dan kontribusi setiap publikasi terhadap perkembangan pengetahuan di bidang tersebut. Dalam tabel 4 memperlihatkan representasi visual dari tingkat dan popularitas artikel-artikel yang telah diakui dalam literatur ilmiah.

Tabel 4 : Artikel dengan Kutipan Tertinggi

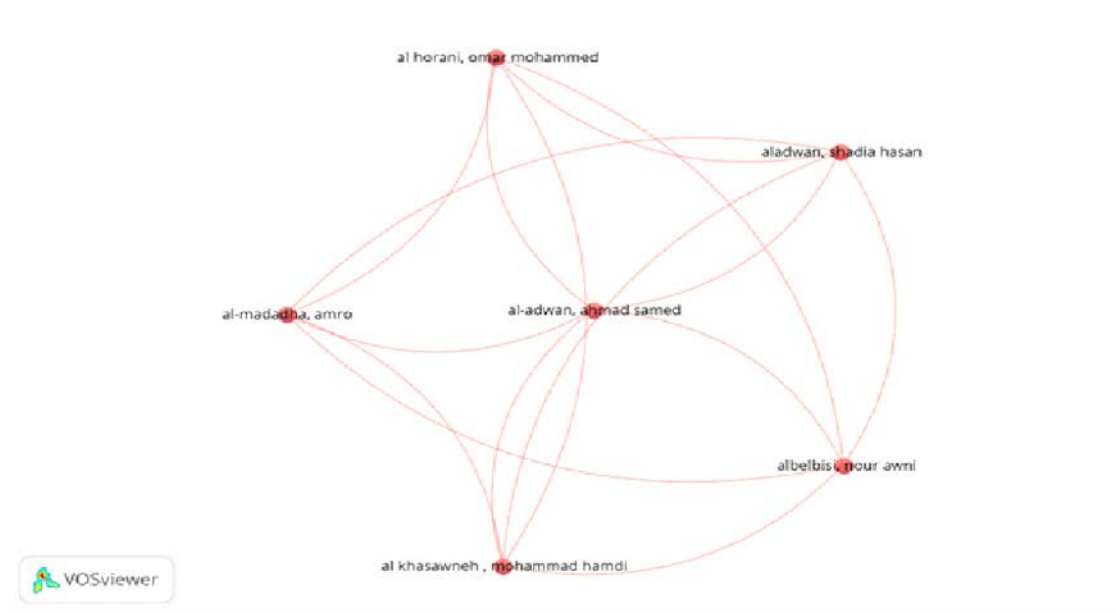
No	Kutipan	Penulis	Judul	Jurnal
1	228	Warren AM, 2014 (Warren et al., 2014)	"Social media effects on fostering online civic engagement and building citizen trust and trust in institutions"	Government Information Quarterly
2	218	Oh SH, 2021 (Oh et al., 2021)	"The Effects of Social Media Use on Preventive Behaviors during Infectious Disease Outbreaks: The Mediating Role of Self-relevant Emotions and Public Risk Perception"	Health Communication
3	151	Vasi Ib, 2015 (Vasi et al., 2015)	"No Fracking Way!" Documentary "Film, Discursive	American Sociological Review

			Opportunity, and Local Opposition against Hydraulic Fracturing in the United States, 2010 to 2013”	
4	134	Stoycheff E, 2016 (Stoycheff, 2016)	“Under Surveillance: Examining Facebook’s Spiral of Silence Effects in the Wake of NSA Internet Monitoring”	Journalism & Mass Communication Quarterly
5	93	Lutzke L, 2019 (Lutzke et al., 2019)	“Priming critical thinking: Simple interventions limit the influence of fake news about climate change on Facebook”	Global Environmental Change
6	74	Moreno A, 2015 (Moreno et al., 2015)	“Does social media usage matter? An analysis of online practices and digital media perceptions of communication practitioners in Europe”	Public Relations Review
7	72	Chan MS, 2018 (Chan et al., 2018)	“Legacy and social media respectively influence risk perceptions and protective behaviors during emerging health threats: A multi-wave analysis of communications on Zika virus cases”	Social Science & Medicine
8	60	Ye M, 2020 (Ye & Lyu, 2020)	“Trust, risk perception, and COVID-19 infections: Evidence from multilevel analyses of combined original dataset in China”	Social Science & Medicine
9	56	Zhu G, 2020 (Zhu et al., 2020)	“Modelling the acceptance of fully autonomous vehicles: A media-based perception and adoption model”	Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour
10	48	Liu PL, 2020 (Liu et al., 2020)	“Digital Disinformation About COVID-19 and the Third-Person Effect: Examining the Channel Differences and Negative Emotional Outcomes”	Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking

Source: Data processing result, 2023

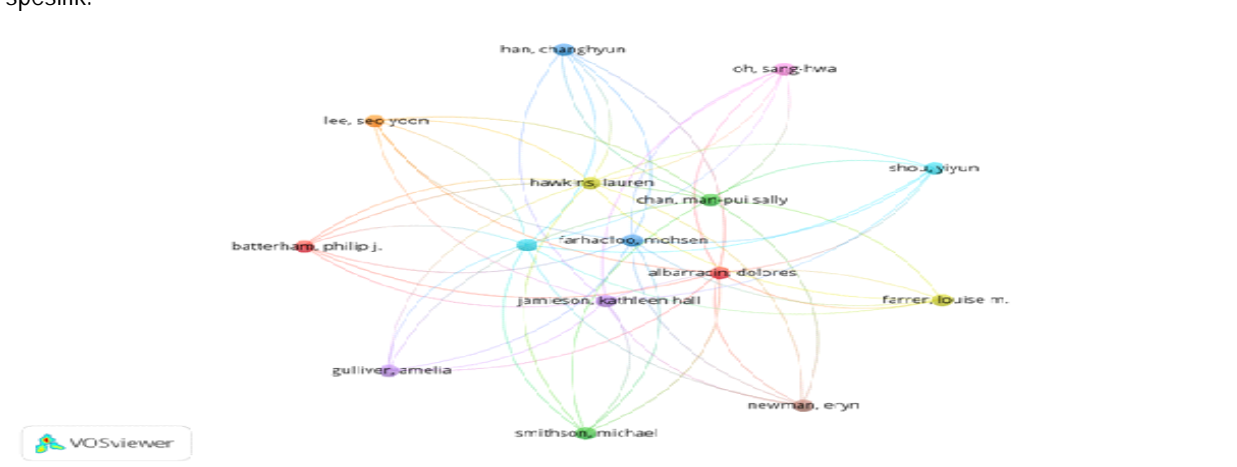
Kolaborasi ilmiah terjadi ketika dua atau lebih ahli pengetahuan bekerjasama dalam lingkungan sosial dengan tujuan saling membantu memahami dan menyelesaikan tugas-tugas yang terkait. Kolaborasi semacam itu mendorong para ahli pengetahuan untuk bekerja bersama-sama dalam upaya menemukan hal-hal baru, terutama karena penelitian menjadi semakin spesifik dengan infrastruktur yang lebih kompleks. Kebutuhan untuk menggabungkan berbagai jenis pengetahuan dan keterampilan juga meningkat, khususnya untuk menyelesaikan permasalahan yang kompleks.

Evaluasi tingkat kerjasama yang paling signifikan dan kumpulan publikasi yang bermanfaat dilakukan dengan mempertimbangkan kolaborasi penulisan bersama. Jaringan bibliometrik digunakan untuk merepresentasikan interaksi di antara kelompok-kelompok ini dengan menggambarkan jumlah publikasi yang ditulis bersama oleh setiap penulis, lembaga, dan negara. Selanjutnya, penulisan bersama ini direpresentasikan dalam peta kepengarangan bibliometrik menggunakan VOSviewer, dan hasilnya ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 1. Co-authorship analysis

Pada gambar 2 menunjukkan bahwa hanya terdapat 6 dari 320 penulis yang bekerjasama satu sama lain dalam sebuah klaster. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi para penulis tersebut tidak memiliki dampak yang signifikan di seluruh dunia. Dalam konteks ini, keterbatasan kerjasama antar penulis menandakan bahwa kontribusi yang dihasilkan belum mampu memberikan dampak yang signifikan dalam skala luas, sehingga menciptakan gambaran bahwa pengaruh mereka masih terbatas dalam ruang lingkup yang lebih terbatas atau spesifik.



Gambar 2. Citation analysis

Pada gambar 2 terdapat sembilan kelompok penulis yang disebutkan satu sama lain berdasarkan jumlah kutipan, bergabung menjadi 15 penulis. Mereka yang memiliki jumlah kutipan yang sama dalam satu klaster adalah Dolores Albarracin dengan Philip J. Batterham, Man-Pui Sally Chan dengan Michael Smithson, Mohsen Farhadloo dengan Changhyun Han, Louise M. Farrer dengan Lauren Hawkins, Amelia Gulliver dengan Kathleen Hall Jamieson, dan Yiyun Shou dengan Kenneth Winneg. Ketiga penulis ini mengilustrasikan kerja sama tim dengan saling mengutip.

3.2 Analisis Jurnal

Analisis di dalam jurnal menjadi sangat penting karena melibatkan aspek penelitian ilmiah. Dengan menerapkan Prinsip Bradford dan memanfaatkan dampaknya, peneliti dapat menentukan jurnal yang menyajikan banyak informasi. Prinsip Bradford menekankan penyebaran artikel yang relevan di dalam suatu domain jurnal spesifik dan berfungsi sebagai cara untuk menilai peringkat jurnal berdasarkan tingkat produktivitasnya (Dandi

Dwi, 2022). Dengan kata lain, prinsip Bradford memandang sebaran artikel sebagai indikator yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kontribusi dan efektivitas suatu jurnal dalam menyediakan informasi yang relevan dan sesuai dengan fokus atau domain penelitiannya. Hal ini memberikan dasar untuk mengukur kualitas dan dampak jurnal dalam menciptakan kontribusi ilmiah yang bermakna di dalam lingkup pengetahuan yang telah ditentukan.

Tabel 5 Pengelompokan Sumber Melalui Hukum Bradford

Zona	Peringkat	Jumlah Jurnal	Jumlah Publikasi
Zona 1	1-8	8	38
Zona 2	9-40	32	38
Zona 3	41-76	36	36

Sources: Data processing result, 2023

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat mengklasifikasikan jurnal-jurnal ke dalam beberapa area yang berbeda dari jumlah publikasi, seperti yang ditunjukkan pada tabel 5. Saat ini, masing-masing dari ketiga zona tersebut memiliki jumlah publikasi yang hampir sama, dengan Sustainability sebagai inti dalam bidang ini berdasarkan hukum distribusi dokumen Bradford. Namun, jurnal-jurnal lain yang berada di bidang yang relevan, seperti Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, harus dianggap sebagai bagian di bidang ini.

Tabel 6 Index-h berbasis ukuran dampak

Peringkat	Jurnal	H - Indeks	G - Indeks	Total Kutipan	Nomor Publikasi
1	Sustainability	6	10	111	11
2	Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking	5	5	115	5
3	Journal of Communication Management	4	5	61	5
4	Journal of Health Communication	3	5	86	5
5	New Media and Society	3	3	23	3

Sources: Data processing result, 2023

Jurnal-jurnal di bidang ini dapat ditentukan dengan melakukan penelitian lebih lanjut tentang kutipan artikel yang diterbitkan. Berdasarkan total kutipan dari setiap makalah, lima publikasi teratas di bidang ini dapat dilihat pada Tabel 6, dengan Sustainability menempati urutan pertama dan dikutip sebanyak 111 kali. Keberadaan Sustainability sebagai pemimpin dalam jumlah kutipan menunjukkan pengakuan tinggi dan penghargaan dari komunitas ilmiah. Jurnal ini dianggap sebagai sumber pengetahuan yang sangat dihormati dalam ranah penelitian ini, yang terbukti dengan kontribusi ilmiahnya yang substansial. Dengan demikian, kehadiran Sustainability sebagai yang paling dikutip menegaskan reputasinya sebagai jurnal yang berpengaruh dalam menyediakan wawasan mendalam dan relevan dalam bidang ini.

3.3 Analisis Negara

Jaringan kolaborasi merujuk pada bagian dari jaringan sosial di mana setiap simpul merepresentasikan individu yang bekerja sama dalam proyek, pekerjaan, dan publikasi ilmiah (Amin et al., 2023). Dalam konteks ini, simpul tersebut mencerminkan orang-orang yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama, seperti pengembangan proyek, pelaksanaan pekerjaan tertentu, atau penulisan artikel ilmiah. Jaringan kolaborasi ini menciptakan hubungan antarindividu yang saling bekerja sama, memungkinkan pertukaran ide, pengetahuan, dan sumber daya untuk mendukung kemajuan proyek-proyek bersama atau kegiatan ilmiah.



Gambar 4. Collaboration network by country

Analisis visualisasi jaringan digunakan untuk merepresentasikan hubungan sosial antara negara penulis dalam penelitian pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat. Unit analisis digunakan untuk merepresentasikan interaksi sosial antara penulis dengan memilih tiga dokumen dengan jumlah minimum dari 1 dokumen dalam enam klaster, yaitu merah, hijau, biru, kuning, ungu, dan biru aqua. Gambar 4 menunjukkan bahwa 21 negara telah dibagi menjadi enam klaster, di mana klaster merah terdiri dari Canada, Italy, South Korea, Taiwan, dan United States. Klaster hijau terdiri dari Denmark, Germany, Norway, dan United Kingdom. Klaster biru terdiri dari Australia, Hong Kong, dan Singapore. Klaster kuning terdiri dari Belgium, Netherlands, dan Portugal. Klaster ungu terdiri dari China, Japan, dan South Africa. Dan terakhir, klaster biru aqua adalah Chile, Czech Republic, dan Spain.

Tabel 7. Produksi Ilmiah

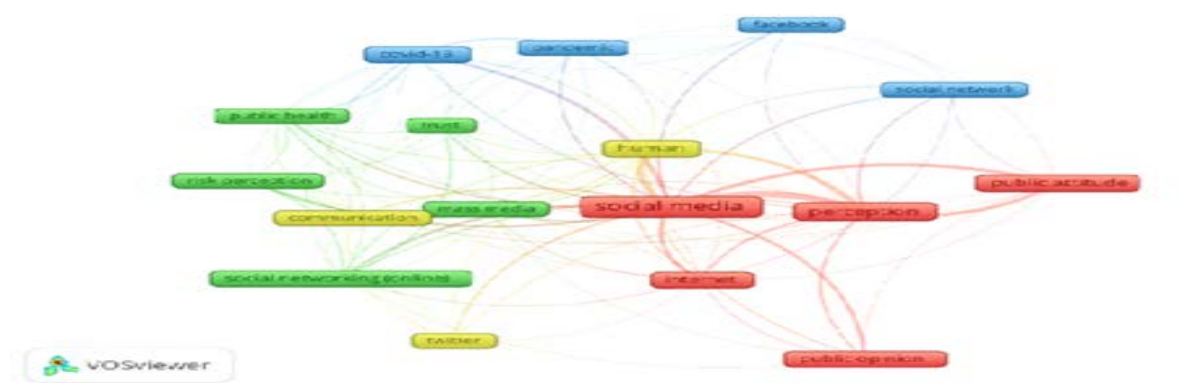
Cluster	Negara	Artikel	Kekuatan Tautal Lokal	Kutipan	Rata-Rata Kutipan Artikel
1	Canada	6	5	38	6.30
1	Italy	4	1	68	17.00
1	South Korea	8	3	300	37.50
1	Taiwan	6	4	22	3.60
1	United States	44	19	987	34.00
2	Denmark	1	1	5	5.00
2	Germany	8	5	55	9.20
2	Norway	1	3	74	74.00
2	United Kingdom	1	3	74	74.00
3	Australia	4	2	5	2.50
3	Hong Kong	1	1	48	48.00
3	Singapore	7	5	123	17.60
4	Belgium	1	3	12	12.00
4	Netherlands	5	4	47	9.40
4	Portugal	3	3	12	4.00
5	China	15	7	198	11.60
5	Japan	3	1	66	22.00
5	South Africa	1	2	6	6.00
6	Chile	3	5	15	5.00
6	Czech Republic	1	1	27	27.00
6	Spain	8	8	152	21.70

Sources: Data processing result, 2023

Tabel tersebut menunjukkan bahwa penulis di United states memiliki penelitian jaringan yang paling luas dan berkaitan dengan sosial media dan persepsi masyarakat, dengan 44 artikel dan 987 kutipan, serta nilai kekuatan koneksi keseluruhan tertinggi di Cluster 1.

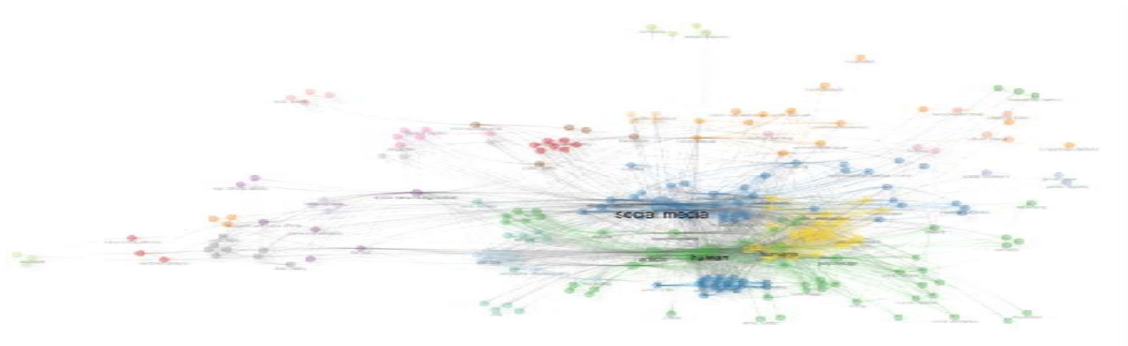
3.4 Tren Penelitian

Analisis yang berdasarkan pada co-occurrence digunakan untuk menghasilkan visualisasi dari jaringan hubungan antar kunci (Ummah, Narjis, & Niswah 2023). Analisis co-occurrence memungkinkan penyusunan representasi visual yang mencerminkan sejauh mana dua atau lebih kata kunci saling berkaitan. Pada penelitian ini, VOSviewer digunakan untuk menghasilkan Co-occurrence Term berdasarkan 112 publikasi, dengan pemilihan 17 kata kunci utama dari judul-judul yang memiliki frekuensi lebih besar untuk divisualisasikan, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 5. Frekuensi kemunculan kata kunci tercermin dalam ukuran simpul melingkar pada Gambar 5, di mana koneksi menunjukkan kekuatan hubungan. Semakin besar kekuatannya, semakin besar pula frekuensi kemunculannya dalam teks.



Gambar 5&6: Co-occurrence Term Map & Word Cloud

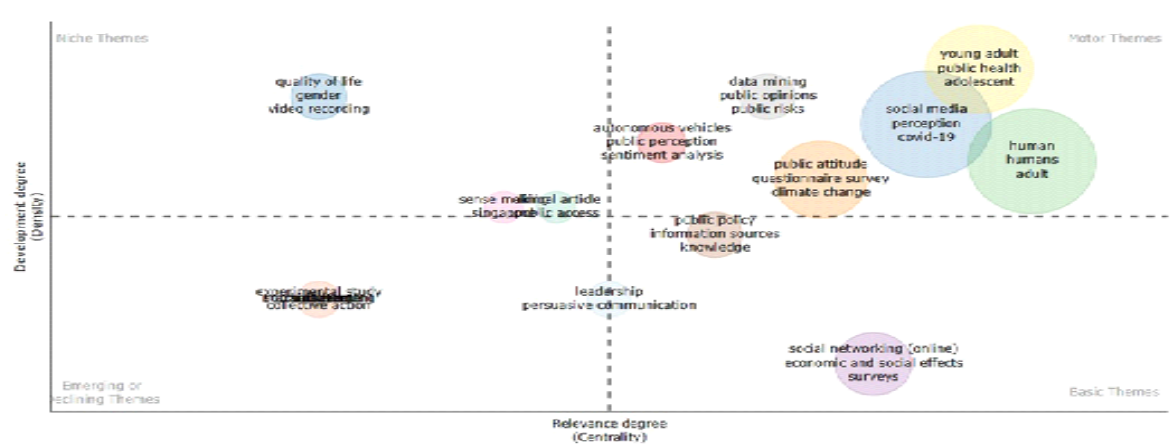
Analisis data melalui Word Cloud berdasarkan judul di Biblioshiny dapat terlihat pada gambar 5 & 6. Hasil tersebut menunjukkan 50 kata teratas berdasarkan WordCloud yang terdapat pada seluruh artikel tentang pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat. Ukuran setiap kata mewakili jumlah kemunculan judul artikel. Kata-kata yang tampak pada gambar di atas ini merupakan kata-kata judul yang sedang tren dalam penelitian pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat yang diintegrasikan dengan variabel lain. Dalam tema penelitian pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat selanjutnya mengacu pada kata-kata tersebut. Warna yang terbesar menunjukkan judul penelitian yang paling populer, sedangkan warna yang sama menunjukkan adanya keterkaitan antar kata tersebut. Pada gambar 5 Word Cloud terlihat tidak beraturan, namun kata yang mendominasi dalam publikasi ilmiah ditempatkan di tengah untuk membuatnya lebih terlihat dengan font maksimal. Adapun kata yang sering muncul dalam judul adalah kata "social media", "perception", dan "adult" dengan masing-masing kemunculannya adalah 79, 49, dan 24. Ketiga topik ini menjadi fokus utama yang banyak diteliti oleh para penulis dalam konteks pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat.



Gambar 7. Thematic Map

Analisis Peta tematik bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan data atau informasi yang terkait dengan suatu topik atau tema spesifik berdasarkan tingkat kepadatan dan sentralitasnya (Amin et al. 2023). Dengan menggunakan alat visualisasi, analisis ini membantu dalam menyajikan informasi secara grafis, memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap pola serta hubungan antar informasi dalam suatu konteks tertentu. Tingkat kepadatan dan sentralitas diukur untuk menentukan sejauh mana elemen-elemen tersebut menjadi fokus atau memiliki dampak yang signifikan dalam konteks peta tematik.

Gambar 7 secara konkret mengilustrasikan peta tematik yang membahas pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat dengan menyoroti lima kelompok penting, yakni social media, perception, adult, human, dan female. Dalam peta ini, kelompok-kelompok tersebut mencerminkan inti dari topik penelitian, dan visualisasi tersebut memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana elemen-elemen ini berinteraksi dan terorganisir dalam konteks analisis. Sehingga, Analisis Peta Tematik tidak hanya menghadirkan informasi secara visual, tetapi juga memandu pemahaman terhadap struktur serta fokus dalam topik pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat.



Gambar 8. Thematic Evolution

Penelitian ini menyajikan analisis peta tematik yang dibagi menjadi empat kuadran tema berdasarkan tingkat kepadatan dan sentralitas. Tema pada kuadran kanan atas perlu diperluas dan dipelajari lebih lanjut karena tingginya kepadatan dan sentralitasnya. Sebaliknya, tema yang khusus, langka, namun sedang berkembang dengan kepadatan tinggi dan sentralitas rendah dapat ditemukan di kuadran kiri atas. Kemudian, tema dengan tren penurunan terletak di kuadran kiri bawah, sementara tema fundamental dengan sentralitas tinggi tetapi kepadatan rendah berada di kuadran kanan bawah (Sari et al., 2022).

Empat tema yang signifikan muncul dalam perkembangan tematik, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 8, dengan berbagai terminologi yang terkait dengan pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat yang digunakan untuk mendefinisikan topik penelitian. Gambar tersebut menggambarkan peta tematik yang dikategorikan berdasarkan pentingnya kata kunci dan seberapa baik kata kunci yang berkembang berdasarkan sesuai dengan bidang kajian.

Dalam peta tematik, terdapat beberapa kata kunci yang berkembang berdasarkan kelompoknya meliputi "social media" sebagai subjek utama dari topik pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat, sedangkan "social networking (online)", "economic and social effects", "surveys", dan "behavioral research" muncul sebagai tema umum di kuadran kanan bawah, bersama dengan beberapa bidang aplikasi dari topik tersebut. Kata-kata "experimental study" dan "collective action" menunjukkan tema yang menurun di sebelah kiri, dengan kepadatan dan sentralitas yang rendah. Argumen kedua ini di dukung oleh kata "quality of life", "gender" dan "video recording" di kuadran kiri atas sebagai ceruk waktu, dengan kepadatan yang tinggi tetapi sentralitas yang rendah.

KESIMPULAN

Media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat. Sebagai platform yang memfasilitasi pertukaran informasi secara cepat dan luas, media sosial mempengaruhi cara individu memandang berbagai aspek, seperti mengenai sosial, politik, dan budaya. Melalui konten yang disajikan, interaksi antar pengguna dalam media sosial dapat membentuk persepsi positif maupun negatif. Analisis bibliografi dan prinsip peraturan ilmiah digunakan untuk mengidentifikasi perilaku dan persepsi masyarakat terhadap informasi yang disajikan melalui media sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa Homero Gil de Zúñiga dari University of Salamanca, Spain memiliki hasil ilmiah yang tinggi dan pengakuan yang signifikan. Selain itu, Homero Gil de Zúñiga telah mereferensikan 8 karya dengan rata-rata 4,00 kutipan. Dalam hal publikasi jurnal Sustainability berada pada peringkat pertama sebagai sumber paling relevan dengan total penerbitan 11 dan total kutipan 111. Dengan negara yang paling banyak memberikan kontribusi pada judul yaitu The United States of America (USA), China, dan Korea. Dalam beberapa tahun terakhir, beberapa penulis tertarik dengan pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat dengan fokus penelitian yaitu social media, manusia, dan perception.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, M. S., & Khan, B. M. (2015). Impact of social media on Brand equity: A literature analysis. *AIMA Journal of Management & Research*, 9(4), 1–12.
- Amin, K., Ni'mah, Z., & Susanto, A. (2023). Bibliometric Analysis: Development of Scientific Publications on "Islamic Education" Based on Titles in the Scopus Database 1980-2023. *Maharot: Journal of Islamic Education*, 7(1), 15–30.
- Aria, M., Misuraca, M., & Spano, M. (2020). Mapping the Evolution of Social Research and Data Science on 30 Years of Social Indicators Research. *Social Indicators Research*, 149(3), 803–831. <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02281-3>
- Gaviria-Marin, M., Merigo, J. M., & Popa, S. (2018). Twenty years of the Journal of Knowledge Management: A bibliometric analysis. *Journal of Knowledge Management*, 22(8), 1655–1687.
- Hafizi, R. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Persepsi Masyarakat tentang Politik dan Partisipasi Politik. *Journal of Mandalika Social Science*, 1(1), 1–4.
- Hamzah, R. E. (2015). Penggunaan Media Sosial di Kampus Dalam Mendukung Pembelajaran Pendidikan. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 14(1), 45–70.
- Haryanti, R. (2022). *Persepsi Masyarakat Tentang Isu Berita Hoaks Vaksin Covid-19 Di Media Sosial. SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA STPMD" APMD"*.
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspres Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 133–141.
- Lestari, R. D., Putri, D. S., Anggraeny, D. N., & Tutiasri, R. P. (2021). Persepsi mahasiswa terhadap pemberitaan vaksinasi covid-19 pada media sosial instagram. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 18(2), 101–108.

- Luo, Y., Zhang, X., & Jin, P. (2022). Research Hotspot and Evolution Trend of REITs Since the New Century—from the Perspective of Bibliometrics. *Journal of Innovation and Social Science Research ISSN*, 2591, 6890.
- Mokhtar, M. M. B. M., & Hassan, H. Bin. (2021). Pengaruh Faktor Persepsi Negatif dan Budaya Tular terhadap Buli Siber di Media Sosial dalam Kalangan Pelajar dan Golongan Muda: The Influence of Negative Perception Factors and Viral Phenomenon against Cyber Bullying on Social Media among Students and You. *International Journal of Humanities Technology and Civilization*, 7–15.
- Moulita, M. (2021). Persepsi remaja terhadap konten prank di media sosial. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 7(2), 107–115.
- Mulya, T. W. (2022). On being a religiously tolerant Muslim: discursive contestations among pre-service teachers in contemporary Indonesia. *British Journal of Religious Education*, 44(1), 66–79. <https://doi.org/10.1080/01416200.2021.1917338>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Santoso, M. B. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Putri, Y. E., Elita, F. M., & Gemiharto, I. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram@ BPS_Statistics Terhadap Ekuitas Merek Badan Pusat Statistik. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 17–31.
- Rahmanto, A. N. (2022). Media Sosial dan Persepsi Publik tentang Good Governance pada Pemerintah Daerah di Solo Raya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 88–100.
- Salsabila, H. F., & Harti, H. (2021). Pengaruh iklan media sosial, electronic word of mouth, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian. *AKUNTABEL*, 18(4), 722–732.
- Sari, M. P., Raharja, S., & Yuyetta, E. N. A. (2022). Analisis bibliometrik: sustainability in higher education institutions (heis). *Inovasi Ekonomi*, 1, 1–22.
- Setia, P., & Rahman, M. T. (2023). Kekerasan Antaragama: Tinjauan Literatur Sistematis dan Analisis Bibliometrik. *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, 6(2), 207–220.
- Sjuchro, D. W. (2023). Trend Research Of Rural Broadcasting On Communication Science Based On Bibliometric Approach. *Journal of Intercultural Communication*, 23(1), 33–44.
- Tupan, T., Rahayu, R. N., Rachmawati, R., & Rahayu, E. S. R. (2018). Analisis bibliometrik perkembangan penelitian bidang ilmu instrumentasi. *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 39(2), 135–149.
- Ummah, E. S., Narjis, K., & Niswah, T. L. (2023). Analisis Bibliometrik Metode Montessori Berbasis Data Scopus. *Murhum: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(2), 464–475.
- Winoto, Y. (2019). Remaja dan Pandangannya terhadap Cyberbullying pada Media Facebook: Sebuah Kajian Tentang literasi Informasi. *Commed Jurnal Komunikasi Dan Media*, 3(2), 121–132.
- Ye, M., & Lyu, Z. (2020). Trust, risk perception, and COVID-19 infections: Evidence from multilevel analyses of combined original dataset in China. *Social Science & Medicine*, 265, 113517.
- Zhu, G., Chen, Y., & Zheng, J. (2020). Modelling the acceptance of fully autonomous vehicles: a media-based perception and adoption model. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 73, 80–91.



© 2024 by the authors. Submitted for possible open-access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).