

Analisis bibliometrik terhadap tren riset teori *uses and gratifications* di Scopus

Daffa Aqshal Maulana¹, Dita Patresia², Ikhwan Tirtana³, Niken Resti Pratiwi⁴, Nurul Fadhillah⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

ABSTRAK

Latar Belakang: Analisis bibliometrik adalah metode untuk mengeksplorasi sejumlah data ilmiah. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tren penggunaan teori *Uses and Gratifications*, mengidentifikasi adanya hubungan antar konsep keilmuan, serta mengetahui jaringan penggunaan teori berdasarkan kata kunci (*co-occurrence*) dalam kurun waktu 10 (sepuluh) tahun, dari tahun 2013 – 2023. **Metode:** Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu metode bibliometrik. Sedangkan untuk menganalisis dan memvisualisasikan database yang diperoleh dari Scopus, penulis menggunakan Microsoft Excel dan VOSviewer. **Hasil dan Pembahasan:** Data menunjukkan terdapat 268 artikel yang membahas penggunaan teori ini. Hasil analisis diawali dengan tren tahun publikasi terbanyak, dan tahun 2023 menjadi tahun terbanyak penggunaan teori ini sebanyak 38 artikel. Selanjutnya, data menunjukkan Amerika Serikat dan Spanyol menjadi negara teratas yang paling banyak menggunakan teori ini. Secara subjek ilmu kategori *Social Sciences* mendominasi penggunaan teori tersebut dengan persentase sebesar 55.3%, namun teori ini juga ditemukan dalam berbagai subjek ilmu lainnya. Pemetaan perkembangan publikasi berdasarkan kata kunci (*co-occurrence*) mengidentifikasi teori *Uses and Gratifications* dalam tujuh cluster yang saling berkaitan. Dapat diketahui bahwa kata kunci yang memiliki kerapatan yang tinggi dengan teori yang diteliti adalah *social media*. Meskipun teori ini berfokus pada pengguna media (audiens) dan telah ada sejak tahun 1974, namun perkembangan zaman dan teknologi yang kemudian melahirkan berbagai media baru menjadi peluang untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

Kata-kata kunci: Analisis bibliometrik; VOSviewer; tren riset; uses and gratifications; media massa

Bibliometric analysis on trends in uses and gratifications theory research in Scopus

ABSTRACT

Background: Bibliometric analysis is a method for exploring a number of scientific data. **Purpose:** This research aims to determine trends in the use of *Uses and Gratifications* theory, identify relationships between scientific concepts, and determine the network of theory use based on keywords (*co-occurrence*) within a period of 10 (ten) years, from 2013 - 2023. **Methods:** The research method used is the bibliometric method. And for analyzing and visualizing the database obtained from Scopus, the authors used Microsoft Excel and VOSViewer. **Result:** Data shows that there are 268 articles discussing the use of this theory. The analysis begins with the trend of the most published years, and 2023 is the year with the most use of this theory with 38 articles. Furthermore, data shows that the United States and Spain are the top countries that use this theory the most. In terms of science subjects, the Social Sciences category dominates the use of this theory with a percentage of 55.3%, but this theory is also found in various other science subjects. Mapping the development of publications based on keywords (*co-occurrence*) identifies the *Uses and Gratifications* theory into seven interrelated clusters. The keyword has a high density with this theory is *social media*. Even though this theory which focuses on media users (audiences) has existed since 1974, the developments of the time and technology which have given rise to various new media have become an opportunity for further research.

Keywords: Bibliometric analysis; VOSviewer; research trends; uses and gratifications; mass media

Untuk mengutip artikel ini (APA Style):

Maulana, D. A., Patresia, D., Tirtana, I., Pratiwi, N. R., & Fadhillah, N. (2024). Analisis bibliometrik terhadap tren riset teori *uses and gratifications* di Scopus. *Comdent: Communication Student Journal*. 2(1), 159-175. <https://doi.org/10.24198/comdent.v2i1.54434>

Korespondensi: Dita Patresia. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Padjadjaran. Jl. Ir. Soekarno KM. 21, Kab. Sumedang 45363, Jawa Barat. Email: dita23002@mail.unpad.ac.id

PENDAHULUAN

Studi tentang komunikasi massa telah berkembang sejak Perang Dunia II, dengan tujuan awal untuk mengukur efisiensi propaganda dan telekomunikasi (Juariyah, 2020). Salah satu teori yang sering digunakan adalah teori *Uses and Gratifications*. Teori ini pertama kali muncul pada tahun 1974 dengan bahwa gagasan individu menggunakan media untuk mencapai tujuan mereka. Teori ini bertujuan untuk mematahkan stigma bahwa pengguna media hanya menerima informasi yang disajikan tanpa ada keinginan untuk mencari dan menafsirkan pesan tersebut. Lebih lanjut, teori ini menjelaskan mengenai waktu dan situasi kapan pengguna media menjadi aktif dan pasif, serta bagaimana individu merasakan akibat atau pengaruh dari media tersebut (Tutiasri et al., 2020).

Namun dengan perkembangan teknologi dan lahirnya media baru yang sangat digemari saat ini, tentunya turut mengubah cara individu berkomunikasi, berpikir dan berinteraksi. Akibat kemunculan media sosial ini menimbulkan pengaruh yang cukup signifikan terhadap perilaku individu yang secara intens terus melibatkan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, serta turut menarik perhatian para peneliti untuk melakukan studi tentang aktivitas dan penyebaran informasi di berbagai media dan kaitannya dengan perkembangan teori *Uses and Gratifications*, dalam rangka untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tertentu misalnya perkembangan bidang studi ilmu komunikasi dan komunikasi massa secara khusus. Sehingga melalui aktivitas penelitian ini, dapat dilihat apakah ada relevansi antara efek penggunaan media baru dengan teori *uses and gratifications*.

Untuk mengetahui lebih banyak tentang perkembangan teori *Uses and Gratifications*, peneliti menggunakan metode bibliometrik dengan mengumpulkan data berupa artikel dari *Scopus* yang berkaitan dengan teori tersebut. Kemudian untuk memproses, mengolah dan menggambarkan data, peneliti menggunakan VOSviewer dan Microsoft Excel. Adapun aspek-aspek yang ingin peneliti analisis dari tren penggunaan teori *Uses and Gratifications* periode 2013-2023 adalah tren tahun publikasi terbanyak, negara asal penulis yang produktif mempublikasi artikel terkait teori, bidang studi yang dominan meneliti tentang *Uses and Gratifications* serta kata kunci dan sumber referensi yang banyak digunakan.

KAJIAN PUSTAKA

Logika berpikir yang mendasari penelitian dari teori *Uses and Gratifications* adalah kondisi sosial psikologi individu yang menimbulkan kebutuhan dan harapan terhadap media massa atau sumber informasi lainnya dengan pola penggunaan yang berbeda tiap individu untuk memenuhi kebutuhan (Juariyah, 2020; Rahmadillah et al., 2021). Berdasarkan asumsi dasar dan pemikiran tersebut, dapat disimpulkan bahwa teori *Uses and Gratifications* memandang penting apa yang

dilakukan audiens terhadap media karena setiap individu mencari dan mengelola informasi yang diterima kemudian memberikan umpan balik apakah informasi sesuai dengan tujuan awal dan memenuhi kebutuhan mereka atau tidak. Diketahui bahwa dari motif seseorang dapat dinilai termasuk dalam kategori pengguna media yang proaktif atau pasif. Penggunaan media proaktif adalah audiens yang memiliki tujuan yang harus dicapai dengan media massa sebagai alat. Untuk mencapai tujuan tersebut, audiens akan aktif mencari konten media yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan. Sebaliknya, apabila individu secara acak menggunakan media tanpa ada tujuan maka individu tersebut dapat dikategorikan sebagai pengguna media pasif (Morissan, 2021).

Menurut pendekatan paradigma fungsional Blumer dan Katz, teori *Uses and Gratifications* terhadap media bertujuan untuk menyajikan penggunaan media dalam memenuhi kebutuhan sosial dan psikologi individu, kemudian memahami mengapa seseorang secara aktif mencari berbagai jenis informasi pada media untuk memenuhi kebutuhannya (Asemah et al., 2022; Nurhadi, 2017). Selanjutnya, terdapat gagasan tentang keterkaitan teori *Uses and Gratifications* di era *new media*, bahwa teknologi baru seperti media sosial, melahirkan pandangan baru tentang kegunaan dan kepuasan dalam menggunakan media (Griffin et al., 2019). Menurutnya, teknologi media modern tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang ada, akan tetapi juga menciptakan kebutuhan baru yang kemudian dipenuhi oleh individu melalui interaksi dalam media baru tersebut, misalnya penggunaan Twitter yang memungkinkan individu berkomunikasi dua arah (Griffin et al., 2019).

Dari beberapa definisi konseptual, pendekatan serta asumsi tersebut, maka dapat dipahami bahwa teori *Uses and Gratifications* ini tidak menyoroti isi pesan media tapi bertujuan untuk menyelidiki bagaimana individu memilih, memperhatikan, memahami dan menerima pesan yang disampaikan berdasarkan kebutuhan atau motif individu itu sendiri. Artinya, tiap individu dapat menggunakan informasi yang sama dengan tujuan yang berbeda, sebab latar belakang, pengalaman, minat dan pendidikan mempengaruhi gagasan tentang kebutuhan terhadap media dan media mana yang paling memenuhi kebutuhan tersebut. Untuk memperjelas maksud dari kebutuhan audiens dalam teori *Uses and Gratifications*, kebutuhan individu dibagi menjadi beberapa jenis yaitu sebagai berikut: 1) *Diversion Needs*, yaitu memandang media sebagai alat pengalihan dari kesendirian, kecemasan dan masalah; 2) *Personal Relationship Needs*, yaitu media massa bukan sekedar alat penyedia informasi, melainkan pengganti hubungan interpersonal yang biasanya diharapkan dari keluarga, teman atau pasangan; 3) *Personal Identity* mengacu pada setiap orang memiliki kebutuhan untuk merasa diakui dan bernilai, sehingga untuk memenuhi kebutuhan ini, individu menggunakan media untuk memperkuat pemahaman dan nilai yang mereka anut; 4) *Surveillance Needs*, individu menggunakan media massa untuk memantau peristiwa yang terjadi

di lingkungan atau di luar lingkungan mereka (Asemah et al., 2022; Leiva Soto et al., 2024). Dengan adanya media massa, individu dapat terhubung dengan peristiwa-peristiwa terkini, tren atau isu yang relevan dengan kebutuhan mereka. Dengan memperoleh informasi dari media massa, individu dapat mempersiapkan diri, memahami dan mengambil langkah yang tepat.

Sebuah artikel oleh Rosenberg dan Taipale pada tahun 2022 menjelaskan tentang bagaimana penggunaan mobile phone dapat mempengaruhi kesejahteraan hidup seseorang dimasa mendatang. Dengan didasari oleh teori *uses and gratifications*, penelitian ini memberikan hasil bahwa pendidikan dan usia turut mempengaruhi penggunaan media seperti *e-mail* dan pesan instan berpengaruh positif terhadap kepuasan hidup dan kesehatan individu. Selanjutnya ada penelitian dari Grady et al. (2022), penelitian yang dilatar belakangi oleh intensitas penggunaan media selama masa pandemi Covid-19. Adapun yang menjadi fokus kajian dalam artikel ini adalah, jenis media yang digunakan, pengalaman emosional saat menggunakan media selama pandemi dan bagaimana pola penggunaan media saat adanya protokol pembatasan sosial. Melalui kacamata teori *Uses and Gratifications*, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa selama masa pandemi beberapa jenis media sosial (TikTok dan YouTube) membawa dampak positif bagi kesehatan mental individu, dan sebaliknya media sosial seperti Facebook dan Twitter menjadi sumber stress bagi individu. Kemudian, tidak hanya jenis media sosial, jenis konten juga berpengaruh dalam meningkatkan stress individu, misalnya konten berita. Kemudian ada beberapa penelitian terbaru yang meneliti tentang hubungan teori *Uses and Gratifications* dan media baru seperti artikel dengan judul *Psychological perspectives on participatory culture: core motives for the use of political internet memes* oleh Leiser (2022), kemudian artikel *Why do Chinese people consume video game live streaming on the platform? An exploratory study connecting affordance-based gratifications, user identification, and user engagement* dari Zhang dan Liu (2024) dan terakhir *Emerging media: opening a new era in future communication* oleh Li (2023).

Penulis menggunakan VOSviewer dan Microsoft Excel untuk memetakan tren *riset teori uses and gratifications*. *Visualization of similarities* atau VOSviewer adalah software yang berguna untuk membangun dan memvisualisasikan jaringan Bibliometrik. VOSviewer memiliki ciri khas pemetaan jaringan dalam membuat Bibliometrik, yaitu: 1) Tautan pemetaan *Co-authorship*, merupakan tautan yang menghubungkan antar dua atau lebih penulis yang menjalin kerjasama dalam sebuah publikasi ilmiah. Dalam tautan ini, dapat membuat jaringan bibliometrik berdasarkan kategori penulis, organisasi atau negara asal penulis; 2) Tautan pemetaan *co-occurrence* adalah pemetaan dua artikel atau lebih yang bekerjasama dalam topik yang sama yang meliputi kata kunci, istilah dari judul dan abstrak; 3) Tautan pemetaan *Citation*, yaitu pemetaan tautan antara satu artikel dengan artikel lainnya. Misal, artikel A dikutip dalam artikel B dalam daftar referensi, maka artikel A

dan B saling berhubungan; 4) Pemetaan *Co-citation*, yaitu tautan antara dua publikasi yang sering dikutip dalam literatur lainnya, dan untuk kategori penulis, yang ditautkan hanya penulis pertama; 4) Pemetaan *Bibliographic coupling*, terdiri dari dua publikasi yang memiliki referensi yang sama (Jan van Eck & Waltman, 2023).

METODE PENELITIAN

Bibliometrik merupakan metode untuk meninjau literatur sehingga menghasilkan rangkuman dari tulisan-tulisan ilmiah melalui proses pengukuran dan pendekatan statistik (Nuraeni et al., 2022). Kata bibliometrika berasal dari kata biblio (buku) dan metriks (mengukur), yang dapat diartikan sebagai alat atau media analisis dan tolak ukur suatu literatur menggunakan metode analisis statistika juga matematik (Diodato, 2012; Royani & Idhani, 2018). Winarko dan Sormin mengartikan bibliometrik sebagai penelaahan melalui pendekatan statistika sebagai bentuk metode suatu penelitian baik melalui pengukuran data kualitatif dan kuantitatif di sekumpulan dokumen dan media lainnya (Brillianty & Jabar, 2024). Sehingga dapat diartikan bahwa bibliometrik merupakan kajian pengukuran dari perkembangan penelitian, literatur, buku ataupun media lain di bidang tertentu secara kualitatif maupun kuantitatif dengan metode statistika.

Bibliometrik memiliki beberapa komponen utama di dalamnya yaitu pertama penggunaan indikator kuantitatif. Dalam indikator kuantitatif terdapat jumlah publikasi yang merupakan indikator dasar yang menunjukkan berapa banyak artikel yang telah diterbitkan oleh seorang peneliti atau sebuah institusi dalam periode tertentu (Ball, 2017). Selanjutnya terdapat jumlah sitasi yang menjadi ukuran penting lain yang menunjukkan seberapa sering artikel tersebut disitasi oleh penelitian lain sekaligus mencerminkan dampak dan relevansi dalam penelitian ilmiah. Indeks H merupakan penggabungan jumlah publikasi dan sitasi menjadi salah satu ukuran untuk digunakan sebagai menilai produktivitas dan pengaruh seorang peneliti. Komponen selanjutnya yaitu analisis jaringan, yang digunakan untuk meneliti hubungan dan pola kolaborasi antara peneliti, institusi atau negara. Analisis konten dalam bibliometrik digunakan untuk mengidentifikasi kata atau frasa yang muncul bersamaan seperti di dalam judul atau abstrak artikel. Selain itu, analisis tersebut digunakan untuk membantu mengungkap tren atau fokus penelitian dalam suatu bidang studi tertentu (Royani & Idhani, 2018).

Di sisi lain tujuan dari bibliometrik adalah untuk menjelaskan proses komunikasi dan menggambarkan tren perkembangannya dalam bentuk perhitungan dan analisis. Adapun manfaat dari bibliometrik, yaitu sebagai: 1) alat untuk menganalisis kendala dan masalah dalam berbagai kajian ilmu; 2) Mengukur perkembangan bidang ilmu dan memprediksinya; 3) Memperkirakan kelengkapan literatur dan memetakan penulis; 4) Mengatur proses penyebaran informasi dan

komunikasi; 5) Mengevaluasi penyebaran literatur mencakup analisis tentang seberapa sering publikasi dikutip; 6) Memprediksi produktivitas penulis, organisasi, negara dalam mempublikasikan karya ilmiahnya tentang disiplin ilmu tertentu (Rahma & Nandiyanto, 2024; Royani & Idhani, 2018). Sejalan dengan pendapat sebelumnya, fungsi spesifik bibliometrik yaitu mampu memvisualisasikan struktural area penelitian untuk mewakili tren penelitian dan karakteristik tiap artikel yang dipublikasi (Sanusi et al., 2023).

Dalam penelitian ini peneliti memilih Scopus sebagai sumber data, karena Scopus merupakan database yang terpercaya serta menyediakan abstrak, kutipan yang komprehensif dari berbagai disiplin ilmu, sehingga memungkinkan untuk peneliti menemukan penelitian yang relevan. Scopus merupakan salah satu basis data literatur ilmiah yang mencakup jurnal ilmiah, buku yang ditinjau oleh rekan ahli dari berbagai disiplin ilmu. Dengan adanya alat analisis yang canggih memungkinkan peneliti untuk melacak, menganalisis dan membantu dalam pengambilan keputusan strategis (Elsevier, 2021). Selain itu, *Scopus* dapat menyajikan data dalam bentuk matrik dan alat analisis yang mempermudah peneliti (Maulana & Yuadi, 2022). Selain efisiensi, *Scopus* mampu mengindeks literatur publikasi ilmiah untuk memberikan informasi yang efisien tentang data pada setiap karya ilmiah, seperti tanggal dan tahun publikasi, abstrak hingga bibliografi (Maulana & Yuadi, 2022).

Dalam proses mencari data, penulis menggunakan kata kunci "*Uses and Gratifications*" dengan jenis dokumen artikel dan sumber berupa jurnal. Untuk tahun pencarian, peneliti membatasinya yaitu hanya menggunakan periode tahun 2013-2023, karena merupakan penelitian terdekat dengan tahun 2024 saat penelitian ini dikerjakan, selain itu dengan adanya perkembangan teknologi, teori *Uses and Gratifications* dirasa sangat relevan untuk menganalisa penggunaan sosial media atau media baru. Kemudian subjek area menggunakan batasan *Social Sciences*, sehingga pada saat data dikumpulkan pada Rabu, tanggal 20 Maret 2024, diperoleh sejumlah 268 artikel. Hasil dari pencarian kemudian diekspor dalam format *Comma-Separated Values* (CSV) ke Microsoft Excel, yang mencakup nama penulis, tahun publikasi, negara, judul dan sumber artikel. Selanjutnya peneliti menggunakan VOSviewer, untuk memetakan kata kunci, dan kutipan. Sedangkan untuk subjek area, negara asal penulis dan tahun publikasi dianalisis menggunakan Microsoft Excel.

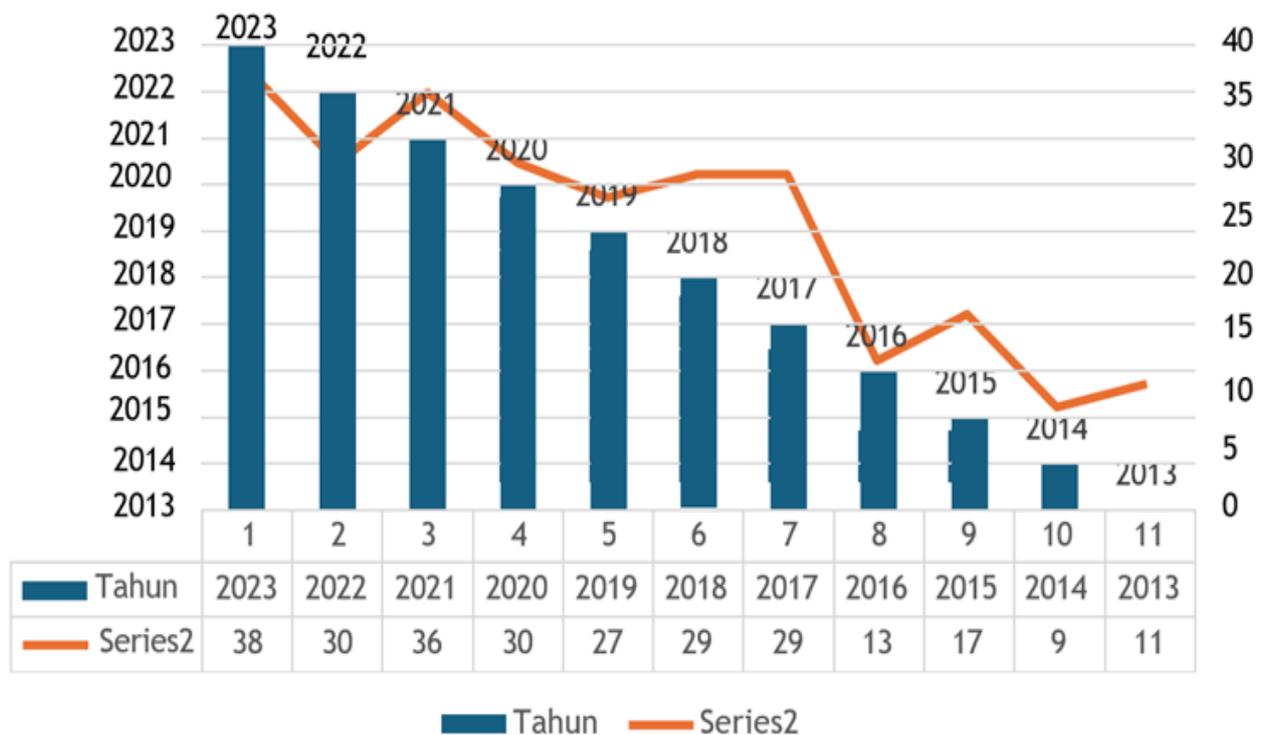
HASIL DAN PEMBAHASAN

Bibliometrik merupakan sebuah metode analisis yang komprehensif dan sistematis dengan menggunakan pendekatan statistik yang canggih untuk menelaah, menafsirkan, dan mengukur secara mendalam berbagai aspek perkembangan ilmu pengetahuan, literatur, dan buku dalam bidang kajian ilmu tertentu (Maulana & Yuadi, 2022). Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisis berbagai dokumen dan sumber primer maupun sekunder

seperti jurnal ilmiah, artikel penelitian, buku, laporan, dan sejenisnya. Bibliometrik merupakan alat yang sangat bermanfaat bagi para peneliti untuk memprediksi pola, tren, serta menggambarkan hubungan antara berbagai elemen yang terkait tentang literatur ilmiah secara komprehensif, serta mengukur dampak, hubungan, dan kontribusi dalam penyebaran publikasi ilmiah secara akurat dan terperinci.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba melakukan visualisasi data bibliometrik yang menarik dan informatif terhadap penggunaan teori *Uses and Gratifications*, yang merupakan salah satu teori komunikasi massa yang populer, dalam rentang waktu selama sepuluh tahun, yaitu dari tahun 2013 hingga 2023. Kajian ini dilakukan dengan tujuan yang spesifik untuk mengetahui tingkat minat tertinggi dan terendah dalam penggunaan teori *Uses and Gratifications* pada publikasi ilmiah, sehingga dapat dilakukan analisa lebih lanjut secara mendalam terkait tren penggunaan teori *Uses and Gratifications* dalam berbagai bidang kajian ilmu.

Pada gambar 1, menunjukkan tingkat penggunaan teori *Uses and Gratifications* berdasarkan tahun. Tahun 2013 – 2023 dipilih karena merupakan penelitian terdekat dengan tahun 2024, selain itu karena perkembangan teknologi yang pesat dan lahirnya media baru, konsep teori *Uses and Gratifications* dirasa sangat relevan dalam penelitian ini. Hasil analisa menunjukkan pada tahun 2013 artikel yang berkaitan dengan teori ini sebanyak 11, dan menurun satu tahun setelahnya yakni 9 artikel, lalu meningkat kembali di tahun 2015 sebanyak 17 artikel. Pada tahun 2016 kembali



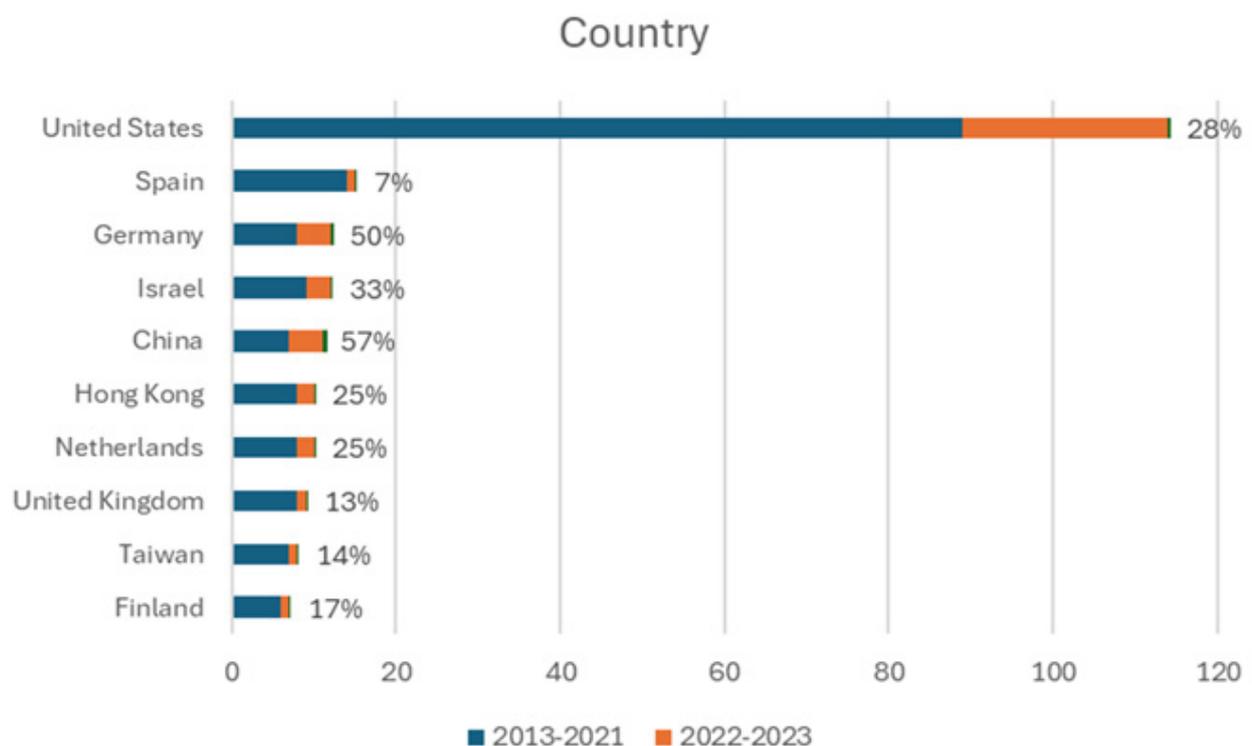
Sumber: Pengolahan data, 2024

Gambar 1 *Uses and Gratifications* tahun 2013 – 2023

menurun dengan 13 publikasi artikel, dan terus merangkak naik hingga pada tahun 2023 sebanyak 38 artikel yang berkaitan dengan teori *Uses and Gratifications*.

Melalui penggunaan metode bibliometrik yang benar, penulis dapat menunjukkan gambaran struktur yang menyeluruh dan rinci dari area penelitian tertentu yang sedang diteliti (Sanusi et al., 2023). Maka dari itu, dalam studi ini, peneliti memanfaatkan visualisasi bibliometrik yang canggih dan tervalidasi untuk menganalisis secara mendalam serta mendeskripsikan tren negara-negara dengan jumlah publikasi ilmiah terbanyak dalam database *Scopus* yang terkemuka dan bereputasi terkait teori *Uses and Gratifications* dengan topik penelitian yang relevan dalam bidang ilmu sosial, seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 268 dokumen publikasi ilmiah yang telah melalui proses seleksi dan verifikasi yang ketat. Namun, untuk memperoleh hasil analisis yang lebih terfokus dan spesifik, peneliti membatasi hanya pada 10 negara dengan jumlah publikasi tertinggi dalam rentang waktu 10 tahun terakhir. Untuk menganalisis tren negara-negara ini secara komprehensif, peneliti membaginya dalam 2 periode yang signifikan, yaitu periode 2013-2021 dan 2022-2023. Adapun alasan yang mendasari keputusan peneliti untuk membagi pemetaan tahun menjadi dua periode tersebut adalah untuk melihat dan mengamati perkembangan penelitian tentang media massa atau media baru yang menggunakan teori *Uses and Gratifications*, sebuah teori yang berpengaruh dan relevan, sebelum masa pandemi Covid-19 hingga saat pandemi



Sumber: Pengolahan data, 2024

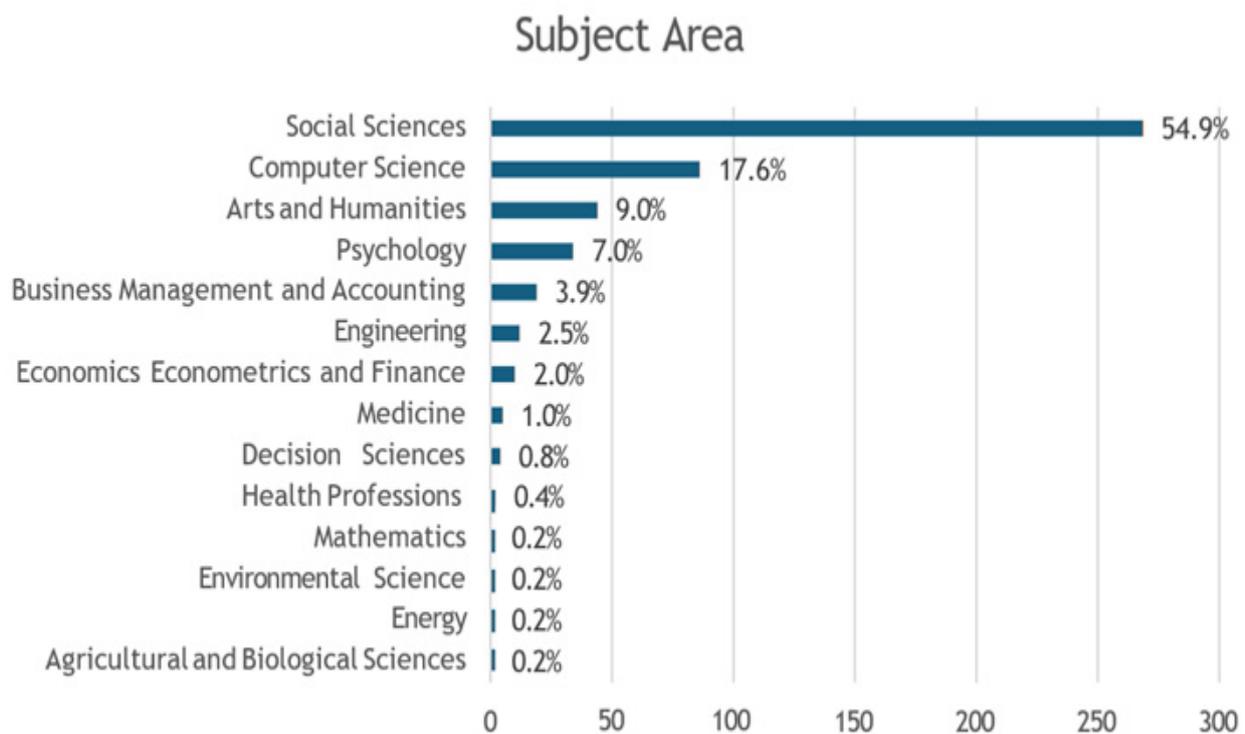
Gambar 2 Visualisasi negara asal penulis dengan jumlah publikasi terbanyak terkait teori *Uses and Gratifications*

melanda, serta periode setelah pandemi yaitu pada tahun 2022-2023 yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Pemetaan tren dari negara asal penulis bertujuan untuk menunjukkan negara yang secara aktif melakukan penelitian tentang topik atau teori tersebut. Berdasarkan pada gambar 2 dapat dilihat bahwa Amerika Serikat dan Spanyol menjadi negara teratas yang memiliki publikasi ilmiah terkait teori *Uses and Gratifications*, dimana pada periode 2013-2021 Amerika Serikat telah mempublikasikan 89 artikel dan mengalami peningkatan hingga 28% atau setara 25 artikel pada tahun 2022-2023. Sedangkan Spanyol hanya mempublikasikan 1 artikel antara tahun 2022-2023.

Namun, dari data tersebut juga dapat diperhatikan pada periode 2022-2023, salah satu negara Asia, yaitu China cukup produktif dalam menerbitkan karya ilmiah mereka dengan persentase hingga 57% yaitu 4 artikel, sehingga total artikel yang dipublikasi periode 2013 - 2023 adalah 11 artikel. Selanjutnya, pada tahun 2022 dan 2023 beberapa peneliti dari Jerman, Belanda, Finlandia & Inggris, mempublikasikan artikel terkait pengaruh, penggunaan, tingkat kepuasan dan manfaat dari *Social media* dan *social network sites (SNS)*.

Dalam rentang waktu 10 tahun terakhir, dari tahun 2013 hingga 2023, terdapat 268 artikel yang terindeks dalam database *Scopus* yang membahas penggunaan teori *Uses and Gratifications*. Analisis menunjukkan bahwa penggunaan teori ini tersebar di berbagai subjek ilmu, dengan kategori *Social Sciences* mendominasi dengan kontribusi terbesar, yaitu 54.9% atau setara dengan



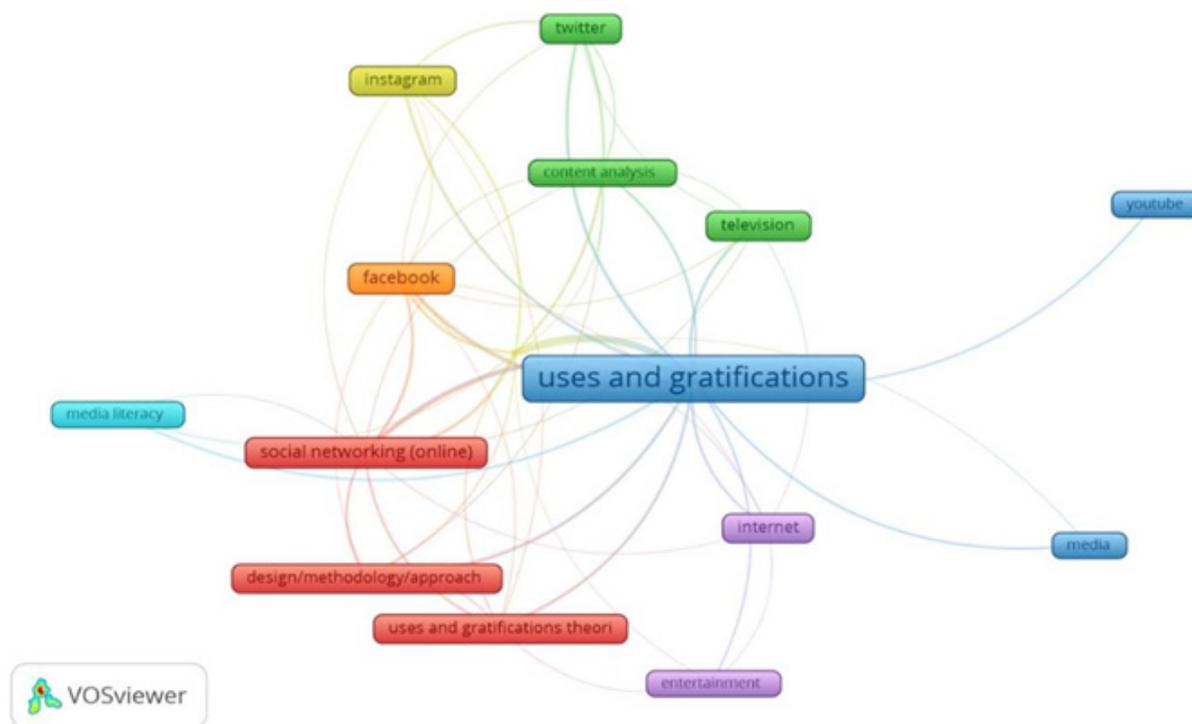
Sumber: Scopus, 2024

Gambar 3 Visualisasi Subject Area pada Theory Uses and Gratifications

sekitar 147 artikel. Ini menunjukkan bahwa teori *Uses and Gratifications* banyak digunakan dalam penelitian-penelitian di bidang ilmu sosial, seperti komunikasi, sosiologi, dan studi media. Kategori kedua yang signifikan adalah *Computer Science*, yang menyumbang sekitar 17.6% atau sekitar 47 artikel. Hal ini mencerminkan bahwa teori *Uses and Gratifications* juga banyak digunakan dalam penelitian-penelitian terkait teknologi informasi dan komunikasi, seperti penggunaan media baru dan media sosial.

Kategori *Arts and Humanities* menempati urutan ketiga dengan persentase sebesar 9.0%, setara dengan sekitar 24 artikel. Ini menunjukkan bahwa teori *Uses and Gratifications* juga relevan dalam penelitian-penelitian di bidang seni dan humaniora, seperti studi media massa dan budaya populer. Kategori lain yang cukup signifikan adalah *Psychology* (7.0%, sekitar 19 artikel), *Business, Management, and Accounting* (3.9%, sekitar 10 artikel), *Engineering* (2.5%, sekitar 7 artikel), *Economics, Econometrics, and Finance* (2.0%, sekitar 5 artikel), dan *Medicine* (1.0%, sekitar 3 artikel). Sementara itu, kategori seperti *Decision Sciences* (0.8%, sekitar 2 artikel), *Health Professions* (0.4%, sekitar 1 artikel), serta *Agricultural and Biological Sciences, Energy, Environmental Science*, dan *Mathematics* masing-masing menyumbang sekitar 0.2% atau sekitar 1 artikel.

Dari data ini, kita dapat melihat bahwa teori *Uses and Gratifications* memiliki aplikasi yang luas dalam berbagai bidang ilmu, meskipun dominannya adalah dalam ilmu sosial dan komputer. Ini menunjukkan bahwa teori ini memiliki relevansi yang kuat dalam menganalisis perilaku manusia dalam menggunakan dan memanfaatkan media dan teknologi informasi.



Sumber: VOSviewer, 2024

Gambar 4 Visualisasi *network* pada *co-occurrence*

Pada gambar 4, menunjukkan sebuah *network visualization* yang dinamis dan interaktif dari *co-occurrence* yang secara jelas menjelaskan hubungan antar item pada jurnal penelitian yang menggunakan teori *Uses and Gratifications* dalam rentang waktu sepuluh tahun, yakni pada tahun 2013 hingga 2023. Dari total 268 artikel yang terindeks dalam *database Scopus* yang terkemuka dan bereputasi, terdapat 7 klaster utama yang terbentuk secara alami dan 15 item kunci yang signifikan. Klaster pertama yang berwarna merah terang dan mencolok mencakup istilah-istilah penting seperti *uses and gratifications theory*, *design/methodology/approach*, dan *social networking (online)*. Klaster kedua yang berwarna hijau segar dan menyejukan mencakup istilah-istilah seperti *content analysis*, *twitter*, dan *television*. Klaster ketiga yang berwarna biru laut yang tenang mencakup istilah-istilah seperti *uses and gratifications*, *media*, dan YouTube. Klaster keempat yang berwarna kuning cerah mencakup istilah-istilah seperti *social media* dan Instagram. Klaster kelima yang berwarna ungu elegan dan anggun mencakup istilah-istilah seperti *internet* dan *entertainment*. Klaster keenam yang berwarna biru toska yang menenangkan mencakup istilah *media literacy*. Klaster ketujuh yang berwarna jingga hangat dan energik mencakup istilah Facebook.

Visualisasi *overlay* yang disajikan pada gambar 5, menunjukkan pemetaan dan pengklasteran yang komprehensif tentang tren penelitian yang menggunakan teori *Uses and Gratifications* berdasarkan jejak historis atau tahun terbit penelitian tersebut. Pada visualisasi ini, warna yang digunakan pada setiap *node* merepresentasikan secara jelas kata kunci yang mengindikasikan tahun terbit dari penelitian terkait. Semakin terang warna yang digunakan pada node, menunjukkan bahwa



Sumber: VOSviewer, 2024

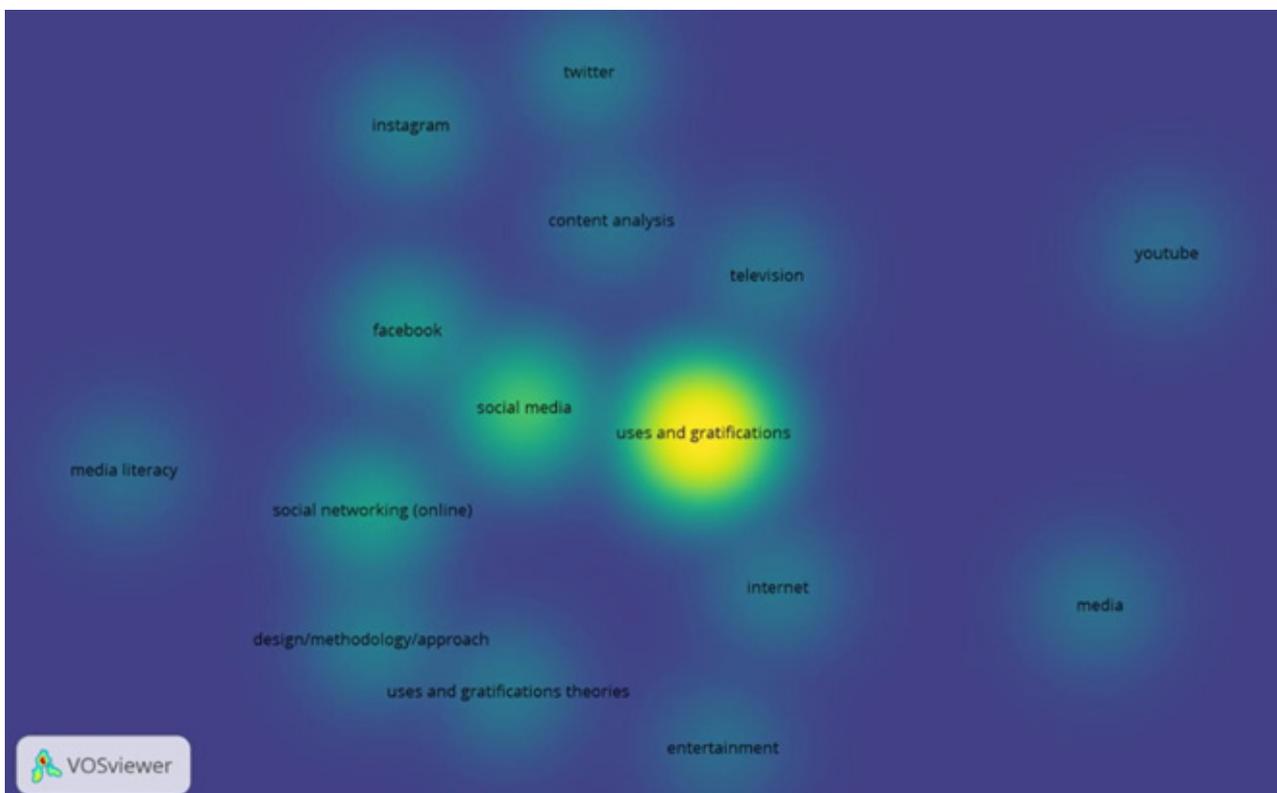
Gambar 5 Visualisasi *overlay* pada *co-occurrence*

tahun terbit dari penelitian yang memuat kata kunci tersebut semakin terbaru. Secara spesifik, kata kunci *uses and gratifications* memiliki node berwarna hijau muda yang segar, yang berarti artikel atau penelitian yang memuat kata kunci tersebut dipublikasikan pada periode terbaru, yaitu tahun 2020-2021.

Selanjutnya, kata kunci internet yang menjadi topik penting dalam penelitian ini memiliki node dengan warna paling gelap, mengindikasikan bahwa artikel yang memuat kata kunci tersebut dipublikasikan pada tahun 2015 atau sebelumnya. Dari gambar visualisasi *overlay* yang disajikan, terlihat bahwa kata kunci yang warna nodenya paling terang dan mencolok adalah *entertainment*, yang artinya artikel atau penelitian yang memuat kata kunci tersebut dipublikasikan pada tahun paling terbaru, yaitu tahun 2022.

Visualisasi *overlay* ini memberikan gambaran yang sangat informatif dan terperinci tentang perkembangan dan tren penelitian yang menggunakan teori *Uses and Gratifications* dalam rentang waktu tertentu. Dengan menggunakan warna pada *node* sebagai indikator tahun terbit, kita dapat dengan mudah dan jelas mengidentifikasi kata kunci atau topik penelitian yang paling baru dan kata kunci atau topik yang lebih lama dalam literatur penelitian terkait. Informasi ini sangat berharga untuk memahami evolusi dan pergeseran fokus dalam penerapan *teori Uses and Gratifications* di berbagai bidang penelitian.

Pada gambar 6, diidentifikasi bahwa terdapat wilayah-wilayah padat atau memiliki



Sumber: VOSviewer, 2024

Gambar 6 Visualisasi *density* pada *co-occurrence*

kerapatan rendah pada *node* satu dengan *node* lainnya. Kata kunci *uses and gratifications* memiliki *node* warna kuning yang berarti bahwa wilayah tersebut merupakan topik yang telah banyak diteliti dan terindeks *Scopus*. Dua kata kunci lainnya yang memiliki kerapatan yang tinggi dengan kata kunci *uses and gratifications* adalah *social media*. Beberapa kata kunci yang berwarna gelap artinya belum banyak penelitian mengenai topik-topik tersebut. Hal ini dapat menjadi peluang bagi peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian dengan topik-topik tersebut.

Bibliometrik merupakan penelitian berupa analisis kuantitatif terhadap fitur-fitur bibliografi dalam publikasi ilmiah. Oleh karena itu, analisis keterkaitan kutipan memiliki kepentingan yang setara untuk memahami seberapa banyak peneliti menggunakan dan merujuk pada sumber-sumber pengetahuan dalam melakukan penelitian mereka. Tabel 1 menampilkan sumber-sumber referensi yang sering dikutip dalam publikasi ilmiah tentang *Uses and Gratifications*.

Sumber referensi yang banyak dikutip dalam publikasi ilmiah terkait *uses and gratifications* adalah artikel jurnal dari Katz et al. (1973) yang berjudul "*Uses and Gratifications Research Public Opinion Quarterly*" dan karya Ruggiero (2000) yang berjudul "*Uses and Gratifications Theory in The 21st Century, Mass Communication & Society*", yang dikutip sebanyak 25 kali. Selain itu, karya dari Sundar dan Limperos (2013) yang berjudul "*Uses and Grats 2.0: New Gratifications For New Media, Journal of Broadcasting & Electronic Media*" mendapatkan 22 kutipan, disusul oleh Park et al. (2009), Shao (2009), dan Stafford et al. (2004), menerbitkan artikel ilmiah mereka dalam

Tabel 1 Tren kutipan

<i>Cited Reference</i>	<i>Citations</i>
Katz e., Blumler j.g., Gurevitch m., <i>Uses and gratifications research</i> , Public Opinion Quarterly, 37, 4, pp. 509-523, (1973)	25
Ruggiero t.e., <i>Uses and gratifications theory in the 21st century</i> , Mass Communication & Society, 3, 1, pp. 3-37, (2000)	25
Sundar s.s., Limperos a.m., <i>Uses and grats 2.0: New gratifications for new media</i> , Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57, 4, pp. 504-525, (2013)	22
Park n., Kee k.f., Valenzuela s., <i>Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes</i> , Cyberpsychology & Behavior, 12, 6, pp. 729-733, (2009)	21
Shao g., <i>Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective</i> , Internet Research, 19, 1, pp. 7-25, (2009)	21
Stafford t.f., Stafford m.r., Schkade l.l., <i>Determining uses and gratifications for the internet</i> , Decision Sciences, 35, 2, pp. 259-288, (2004)	21
Chen g.m., <i>Tweet this: A uses and gratifications perspective on how active twitter use gratifies a need to connect with others</i> , Computers in Human Behavior, 27, 2, pp. 755-762, (2011)	19
Whiting a., Williams d., <i>Why people use social media: A uses and gratifications approach, qualitative market research: an international journal</i> , 16, 4, pp. 362- 369, (2013)	18
Quan-haase a., Young a.l., <i>Uses and gratifications of social media: A comparison of Facebook and instant messaging</i> , Bulletin of Science, Technology & Society, 30, 5, pp. 350-361, (2010)	17

Sumber: Pengolahan data, 2024

berbagai jurnal, yang masing-masing menerima 21 kutipan. Sisanya, ada beberapa artikel jurnal yang mendapatkan 12-19 kutipan.

Penelitian bibliometrik, juga dikenal sebagai *sciencetometric*, sering kali dimanfaatkan untuk meramalkan dan memantau perkembangan penelitian dalam suatu domain ilmiah tertentu (Ahmi & Mohamad, 2019). Aspek yang dianalisis menggunakan metode bibliometrik meliputi jurnal-jurnal yang telah diterbitkan (Smolina et al., 2020). Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasilnya dalam bentuk jurnal yang menerbitkan sejumlah besar penelitian dalam bidang-bidang tertentu, untuk menilai kontribusi suatu jurnal dalam menerbitkan artikel-artikel dalam area keilmuan khusus tersebut (Abdullah, 2022). Maka berdasarkan hasil olah data, sepuluh artikel yang dipaparkan pada tabel 1 berhasil menempati posisi sepuluh besar artikel paling banyak dikutip. Ini menunjukkan bahwa artikel-artikel tersebut memiliki pengaruh dan kontribusi yang cukup signifikan dalam perkembangan penelitian ilmiah terkait teori *Uses and Gratifications*.

Selanjutnya, diharapkan akan lebih banyak penelitian yang mengkaji teori *Uses and Gratifications* dalam mengukur intensitas dan pengaruh penggunaan *AI Artificial Intelligence* di masa depan. Karena topik ini merupakan area penelitian yang masih jarang dikaji. Dengan mengkaji keterkaitan topik-topik tersebut dengan teori *Uses and Gratifications* akan membuka banyak arah penelitian dan topik baru untuk dieksplorasi. Terakhir, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain alat analisis yang digunakan yaitu Microsoft Excel dan VOSviewer. Dua alat ini memiliki keterbatasan dalam menyaring kata kunci. Oleh karena itu, disarankan untuk menggunakan alat analisis tambahan seperti *Biblioshiny* dan *OpenRefine*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa tren publikasi ilmiah terindikasi *Scopus* pada rentang waktu tahun 2013-2023 terkait teori *Uses and Gratifications* mengalami kecenderungan peningkatan. Pada tahun 2013 jumlahnya sebanyak 11 artikel dan meningkat sampai tahun 2015 menjadi 17 artikel. Sempat mengalami penurunan di tahun 2016 menjadi 13 artikel namun setelah itu terus meningkat hingga 38 artikel pada tahun 2023.

Penelitian terkait teori *Uses and Gratifications* dilakukan di beberapa negara dengan pembatasan hanya pada 10 negara dengan jumlah publikasi tertinggi dalam 10 tahun terakhir. Hasilnya, Amerika Serikat menjadi negara yang paling banyak melakukan penelitian dan menulis karya ilmiah terkait teori *Uses and Gratifications*. Dalam kurun waktu 2013-2021, Amerika Serikat telah menulis 89 artikel dan pada tahun 2022-2023 sebanyak 25 artikel. Sementara negara dengan publikasi terendah adalah Spanyol yang selama kurun satu tahun, 2022 – 2023 mempublikasikan 1 artikel saja. Pada penelitian ini juga diketahui bahwa salah satu negara Asia yang menerbitkan karya

ilmiah terbanyak adalah China dengan jumlah 11 artikel yang dipublikasikan dari tahun 2013-2023.

Teori *Uses and Gratifications* digunakan oleh berbagai bidang ilmu untuk menghasilkan karya ilmiah. Meski bidang *Social Science* (Ilmu Sosial) mendominasi dengan persentase 54,9% atau sebanyak 268 artikel, teori ini juga digunakan di beberapa bidang ilmu lainnya seperti *Computer Science* (17,6% atau 85 artikel), *Art and Humanities* (9% atau 43 artikel), *Psychology* (7% atau 34 artikel), *Business Management and Accounting* (3,9% atau 19 artikel), *Engineering* (2,5% atau 11 artikel), *Economics, Econometrics and Finance* (2% atau 10 artikel), *Medicine* (1% atau 5 artikel), *Decision Sciences* (0,8% atau 4 artikel) dan *Health Science* (0,4% atau 2 artikel), dan posisi terakhir terdapat pada kategori *Agricultural and Biological Sciences, Energy, Environmental Science, dan Mathematics* yang masing-masing menyumbang sekitar 0,2% atau sekitar 1 artikel.

Hasil pemetaan bibliometrik menggunakan VOSviewer dengan visualisasi *network, overlay* dan *density* berdasarkan kata kunci (*co-occurrence*). Pemetaan visualisasi menunjukkan dari 268 artikel terindeks Scopus terdapat 7 cluster dengan 15 items. Klaster ini menunjukkan keragaman warna dimana warna merah mencakup istilah teori *Uses and Gratifications, design/methodology/approach* dan *social networking (online)*, warna hijau analisa konten, *twitter* dan televisi, klaster warna biru mencakup *social media* dan Instagram, klaster berwarna ungu yakni *internet* dan *entertainment*. Kata kunci *uses and gratifications* memiliki hubungan dengan berbagai topik dalam karya ilmiah seperti *social media, internet, entertainment* dan *social networking (online)*. Sumber referensi yang banyak dikutip dalam publikasi ilmiah adalah artikel jurnal dari Katz, Blumler, dan Gurevitch tahun 1973 yang berjudul *uses and gratifications research, Public Opinion Quarterly* dari karya Ruggiero tahun 2000 yang berjudul "*uses and gratifications theory in the 21st century, mass communication & society*", yang dikutip sebanyak 25 kali.

Pada analisis menunjukkan bahwa penelitian dan tulisan mengenai *uses and gratifications* di dalam konteks media sosial berkembang pesat namun sedikit perhatian ditujukan pada teknologi berbasis AI yang sedang marak saat ini. Penelitian *uses and gratifications* dapat dikembangkan ke teknologi terbaru untuk memperkaya khasanah pengetahuan terkait supaya tetap berkaitan dengan zamannya. Kontribusi penelitian berasal dari negara maju seperti Amerika Serikat dan Spanyol. Maka perlu adanya studi lebih banyak di negara berkembang untuk memberikan perspektif global. Pemanfaatan riset dan penelitian *uses and gratification* bisa digunakan untuk pembuatan kebijakan untuk merancang program literasi media.

Limitasi analisis ini terdapat pada keterbatasan cakupan *database* artikel hanya di Scopus sehingga *database* lain seperti Web of Science dan Google Scholar tidak terhitung. Keterbatasan pada rentang waktu tertentu sehingga penelitian lama atau baru tidak terwakili seluruhnya. Konteks media saat ini juga berubah terlebih dalam teori *uses and gratifications* media baru bermunculan

dan ini tidak mampu ditangkap sepenuhnya dalam analisis bibliometrik misalnya tren algoritma media sosial dan konten berbasis AI.

REFERENSI

- Abdullah, K. H. (2022). Publication trends in biology education: A bibliometric review of 63 years. *Journal of Turkish Science Education*, 19(2), 465–480. <https://doi.org/10.36681/tused.2022.131>
- Ahmi, A., & Mohamad, R. (2019). Bibliometric analysis of global scientific literature on web accessibility. *IJRTE: International Journal of Recent Technology and Engineering*, 7(2), 250–258. https://www.researchgate.net/publication/334596375_Bibliometric_Analysis_of_Global_Scientific_Literature_on_Web_Accessibility
- Asemah, E. S., Nwammuo, A., & Uwaoma, A. O. A. N.-. (2022). *Theories and models of communication* (2nd ed.). Jos University Press. https://www.researchgate.net/publication/364151814_Theories_and_Models_of_Communication_Second_Edition
- Ball, R. (2017). *An introduction to Bibliometrics: New development and trends*. Chandos Publishing. <https://doi.org/10.1016/C2016-0-03695-1>
- Brillianty, S., & Jabar, C. S. A. (2024). *A Bibliometric study of educational marketing strategy*. 8(1). <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v8i1.5733>
- Diodato, V. P. (2012). *Dictionary of Bibliometrics*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Elsevier. (2021). *Scopus: Comprehensive, multidisciplinary, trusted abstract and citation database*. <https://www.elsevier.com/products/scopus>
- Grady, S. M., Eden, A., Johnson, B. K., & Reinecke, L. (2022). Media use and avoidance experiences during social distancing. *Technology, Mind, and Behavior*, 3(1). <https://doi.org/10.1037/tmb0000041>
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A first look at communication theory tenth edition (tenth edition)*. Macgraw-Hill Education.
- Jan van Eck, N., & Waltman, L. (2023). *VOSviewer manual*. Universiteit Leiden. https://www.vosviewer.com/documentation/Manual_VOSviewer_1.6.20.pdf
- Juariyah, J. (2020). *Teori komunikasi*. LPPM Unmuh Jember. https://repository.unmuhjember.ac.id/13723/1/pdf_BUKU_TEORI_KOMUNIKASI.pdf
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Leiser, A. (2022). Psychological perspectives on participatory culture: Core motives for the use of political internet memes. : *Journal of Social and Political Psychology*, 10(1), 236–252. <https://doi.org/10.5964/jspp.6377>
- Leiva Soto, R. A., Benavides Almarza, C. F., & Riveros Martínez, A. (2024). Me and my smartphone. Motivations for using it among young Chileans. A study over time. *Revista De Comunicación*, 23(1), 295–313. <https://doi.org/10.26441/RC23.1-2024-3334>
- Li, B. (2023). Emerging media: Opening a new era in future communication. *Emerging Media*, 1(1), 5–8. <https://doi.org/10.1177/27523543231205343>
- Maulana, M. K., & Yuadi, I. (2022). Analisis bibliometrik tentang arkeologi Islam. *Tamaddun: Jurnal Sejarah Dan Kebudayaan Islam*, 10(2), 1091–1116. <https://doi.org/10.24235/tamaddun.v10i2.9802>
- Morissan. (2021). *Teori komunikasi individu hingga massa*. Kencana.
- Nuraeni, A., Nurasa, H., & Widianingsih, I. (2022). Analisis bibliometric penelitian sanitasi (sanitation research bibliometric analysis). *Jurnal Green Growth Dan Manajemen Lingkungan*, 11(2), 75–84. <https://doi.org/10.21009/jgg.v11i2.26029>

- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori komunikasi kontemporer*. Kencana.
- Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *Cyberpsychology & Behavior: The Impact of the Internet, Multimedia and Virtual Reality on Behavior and Society*, 12(6), 729–733. <https://doi.org/10.1089/cpb.2009.0003>
- Rahma, S. A., & Nandiyanto, A. B. D. (2024). Analisis bibliometrik: Penggunaan aplikasi VOSviewer terhadap perkembangan publikasi riset nanopartikel nikel ferit (nife2o4). *Jedchem (Journal Education And Chemistry)*, 6(2), 41–51. <https://doi.org/10.36378/jedchem.v6i2.3634>
- Rahmadillah, A., Widodo, A., & Puspita, R. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial twitter terhadap keterampilan komunikasi interpersonal di kalangan remaja Kecamatan Tambun Utara Bekasi Jawa Barat. *Jurnal Daring Mahasiswa Komunikasi*, 1(2), 19–38. <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JDMK/article/view/609>
- Royani, Y., & Idhani, D. (2018). Analisis bibliometrik jurnal marine research in Indonesia. *Jurnal Media Pustakawan*, 25(4), 63–68. <https://doi.org/10.37014/medpus.v25i4.200>
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3–37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Sanusi, N., Triansyah, F. A., Muhammad, I., & Susan, S. (2023). Analisis bibliometrik: Penelitian communication skills pada pendidikan tinggi. *JiIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 1694–1701. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1763>
- Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective. *Internet Research*, 19(1), 7–25. <https://doi.org/10.1108/10662240910927795>
- Smolina, S. G., Khafizov, D. M., & Erlikh, V. (2020). Bibliometric analysis of the publication activity of russian scientific institutions in sports science for 2008-2018. *Journal of Physical Education and Sport*, 20(2), 783–790. <https://doi.org/10.7752/jpes.2020.02112>
- Stafford, T. F., Stafford, M. R., & Schkade, L. L. (2004). Determining uses and gratifications for the internet. *Decision Sciences*, 35(2), 259–288. <https://doi.org/10.1111/j.00117315.2004.02524.x>
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- Tutiasri, R., Laminto, N. K., & Nazri, K. (2020). Pemanfaatan youtube sebagai media pembelajaran bagi mahasiswa di tengah pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Masyarakat Dan Keamanan*, 2(2). <https://doi.org/10.31599/komaskam.v2i2.3220>
- Zhang, J. (Kristen), & Liu, R. (2024). Why do Chinese people consume video game live streaming on the platform? An exploratory study connecting affordance-based gratifications, user identification, and user engagement. *Telematics and Informatics*, 86, 102075. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.102075>