

## **Pengaruh Media Sosial X @InfoBMKG terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Iklim, Cuaca dan Gempa Bumi Bagi Followers**

Amelia Ayu Puspaninrum<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta, Kartasura, Sukoharjo, Indonesia.

✉ Email korespondensi: [ameliaapn0310@gmail.com](mailto:ameliaapn0310@gmail.com)

**Abstrak.** Tujuan dari penelitian ini yaitu: untuk menganalisis dan menjelaskan perilaku informasi bagi follower twitter @BMKG dan determinasi teknologi bagi follower twitter @BMKG terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif karena untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Uji hipotesis menggunakan metode analisis statistik dengan menggunakan software SPSS. Hasil penelitian yang ditemukan yaitu bahwa variabel perilaku informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dan variabel determinasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

**Kata kunci:** *Kebutuhan Informasi; Perilaku Informasi; Determinasi Teknologi*

### **PENDAHULUAN**

Fenomena alam adalah suatu keadaan/peristiwa yang didasarkan perubahan alam secara otomatis. Fenomena alam mempunyai deskripsi terhadap suatu peristiwa secara alami ataupun dikarenakan manusia dalam menjalani kehidupan. Sebuah fenomena alam tidak pernah diketahui proses datang maupun selesainya dikarenakan kehendak Tuhan Yang Maha Esa (Marlina, 2022).

Perubahan terhadap iklim, kondisi alam dan perilaku manusia berdampak terhadap fenomena alam seperti bencana alam, kualitas udara yang berubah sehingga memberikan pengaruh pada cuaca secara signifikan, terjadinya krisis pangan dan lain sebagainya. Setiap individu maupun kelompok masyarakat memburuhkan informasi atas



terjadinya fenomena alam ini dan hal tersebut diperoleh melalui akses media sosial (Marlina, 2022).

Perkembangan teknologi dan informasi di era zaman modern yang semakin canggih memberikan dampak pada arus informasi yang efektif serta efisien untuk diakses tanpa batas waktu. Masyarakat saat ini tidak bisa dilepaskan dari informasi sehingga membuat mereka berlomba-lomba mencari informasi sesuai kebutuhan (Rufaidha & Irhandayaningsih, 2022).

Informasi yang diakses tidak hanya memberikan informasi positif, akan tetapi juga memberikan dampak negatif seperti *hoax*, informasi yang beredar tidak terkendali, penyalahgunaan sebuah informasi dan sebagainya. Percepatan informasi juga memberikan dampak secara global, secara khusus terhadap pribadi/personal (Rufaidha & Irhandayaningsih, 2022).

Arus informasi yang cepat juga memberikan dampak yang berbeda terhadap orang menerima maupun memahaminya, hal ini dikarenakan beberapa faktor seperti latar belakang pendidikan serta pengalaman setiap masing-masing orang (Rohmah, 2020). Media sosial saat ini dianggap sebagai sumber informasi dikarenakan mampu memenuhi kebutuhan setiap orang. Hampir sebagian besar orang setuju bahwa media sosial memberikan manfaat memperoleh informasi, selain itu juga media sosial dianggap pelarian dari rutinitas (Rohmah, 2020).

Badan Meteorologi, Klimatologi dan Geofisika (BMKG) memberikan respon terhadap informasi terkait iklim, cuaca dan gempa bumi bagi masyarakat melalui *platform* media sosial bernama twitter. BMKG menggunakan twitter sebagai media *broadcast* dikarenakan lebih mudah dalam memberikan informasi terkait dengan fenomena alam di Indonesia (Fatoni, 2019).

Informasi terkait dengan sejumlah fenomena alam seperti bencana alam, perubahan iklim dari sumber yang tidak jelas sering mendominasi di media sosial, hal tersebut memberikan dampak pada keresahan di masyarakat. Hadirnya akun resmi BMKG melalui twitter memberikan harapan positif terhadap masyarakat mendapatkan informasi yang valid terhadap fenomena alam terupdate serta mempunyai kredibilitas (Fatoni, 2019).

Perilaku informasi adalah perilaku secara umum yang dilakukan oleh setiap orang terhadap pengumpulan informasi. Perilaku manusia yang terkait dengan sumber maupun saluran informasi termasuk juga perilaku aktif atau pasif mencari data untuk digunakan sebagai informasi. Perilaku informasi secara sederhana merupakan fenomena individu/kolektif mencari dan mengelola informasi yang diperoleh untuk memenuhi kebutuhannya (Syawqi, 2017).



Berdasarkan uraian yang dijelaskan oleh peneliti pada latar belakang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap efektifitas dan efisiensi media sosial twitter BMKG memberikan informasi terhadap fenomena alam serta pemenuhan kebutuhan informasi terhadap follower mengenai kondisi alam secara update. Peneliti melakukan penelitian artikel ini dengan judul **“Pengaruh Media Sosial X @InfoBMKG Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Iklim, Cuaca Dan Gempa Bumi Bagi Followers”**.

Rumusan masalah yang akan diteliti yaitu: a) Apakah perilaku informasi bagi follower twitter @BMKG berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi?; b) apakah terdapat pengaruh determinasi teknologi bagi follower twitter @BMKG terhadap pemenuhan kebutuhan informasi?

Tujuan dari penelitian ini yaitu: a) untuk menganalisis dan menjelaskan perilaku informasi bagi follower twitter @BMKG berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dan pengaruh determinasi teknologi bagi follower twitter @BMKG terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

## **METODE**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian kuantitatif juga merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan keputusan membeli produk fashion melalui social media.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *metode non probability sampling* karena tidak diketahui seberapa besar populasi dan tidak memberi kesempatan yang sama pada setiap elemen populasi untuk menjadi sampel. Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* untuk memenuhi jumlah sampel yang diinginkan peneliti.



## HASIL

### Hasil Penelitian

#### 1. Jenis Kelamin

**Tabel 3.1.** Deskriptif Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Persentase (%)
1	Pria	35%
2.	Wanita	65%
Total		100%

Sumber: Data Primer 2024, diolah

Berdasarkan tabel 3.1 maka diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebesar 100 responden terdiri dari pria (35%), dan wanita (65%). Sehingga dapat dikatakan yang mendominasi responden dalam penelitian ini adalah responden wanita.

#### 2. Uji Validitas

##### a. Variabel Perilaku Informasi

Menurut Ghozali (2016), uji validasi digunakan untuk mengukur atau valid tidaknya suatu kuesioner.

**Tabel 3.1.** Uji Validitas Perilaku Informasi

No	Variabel	$r_{hitung}$	Keterangan
1	X1.1	0,719	Valid
2	X1.2	0,812	Valid
3	X1.3	0,742	Valid
4	X1.4	0,794	Valid
5	X1.5	0,791	Valid
6	X1.6	0,788	Valid



7	X1.7	0,767	Valid
8	X1.8	0,706	Valid
9	X1.9	0,857	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Berdasarkan penelitian uji validitas variabel perilaku informasi tabel 3.2 diperoleh hasil bahwa setia item variabel dinyatakan valid.

### b. Determinasi Teknologi

**Tabel 3.3.** Uji Validitas Determinasi Teknologi

No	Variabel	$r_{hitung}$	Keterangan
1	X2.1	0,916	Valid
2	X2.2	0,957	Valid
3	X2.3	0,735	Valid
4	X2.4	0,926	Valid
5	X2.5	0,952	Valid
6	X2.6	0,951	Valid
7	X2.7	0,926	Valid
8	X2.8	0,926	Valid
9	X2.9	0,932	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Berdasarkan penelitian uji validitas variabel determinasi teknologi tabel 3.3 diperoleh hasil bahwa setia item variabel dinyatakan valid.



c. Pemenuhan Kebutuhan Informasi

**Tabel 3.4.** Uji Validitas Kebutuhan Informasi

No	Variabel	$r_{hitung}$	Keterangan
1	Y1	0,879	Valid
2	Y2	0,920	Valid
3	Y3	0,878	Valid
4	Y4	0,906	Valid
5	Y5	0,919	Valid
6	Y6	0,918	Valid
7	Y7	0,939	Valid
8	Y8	0,932	Valid
9	Y9	0,919	Valid
10	Y10	0,919	Valid
11	Y11	0,911	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Berdasarkan penelitian uji validitas variabel determinasi teknologi tabel 3.4 diperoleh hasil bahwa setia item variabel dinyatakan valid.

**3. Uji Reliabilitas**

Instrumen dikatakan andal (reliable) apabila koefisien *cronbach's alpha* > 0,60, sebaliknya jika koefisien *cronbach's alpha* < 0,60 maka tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas variabel penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3.5** Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Perilaku Informasi	0,775	Reliabel
Determinasi Teknologi	0,936	Reliabel
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	0,976	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2024.



Berdasarkan penelitian pada uji reliabilitas pada setiap variabel diperoleh hasil yaitu bahwa item pada variabel perilaku informasi (X1), determinasi teknologi (X2) dan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) dinyatakan reliabel.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen dan independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak.

**Tabel 3.6.** Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov Smirnov	Keterangan
Perilaku Informasi	0,055	Normal
Determinasi Teknologi	0,065	Normal

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil penleitian pada uji normalitas diperoleh hasil bahwa perilaku informasi dan determinasi teknologi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y) diperoleh nilai > dari 0,05 yang berarti data berdistribusi normal.

##### b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 3.7.** Uji Multikolinearitas

Keterangan	Tolerance	VIF	Keterangan
Perilaku Informasi	0,292	3,428	Bebas Multikolinearitas
Determinasi Teknologi	0,292	3,428	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan penelitian pada uji multikolinearitas diperoleh hasil bahwa nilai variabel perilaku informasi (X1) Tollerancenya yaitu  $0,292 > 0,10$  dan VIF nya  $3,428 > 10$  berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas. Variabel determinasi teknologi (X2) diperoleh nilai Tollerancenya  $0,292 > 0,10$  dan VIF nya  $3,428 < 10$  yang berarti tidak terdapat gejala multikolinearitas.



c. Uji Heterodeskedastisitas

**Tabel 3.8.** Hasil Uji Heterodeskedstisitas

Variabel	T	Sig.	Keterangan
Perilaku Informasi	0,064	0,949	Bebas Heterodeskedastisitas
Determinasi Teknologi	1,272	0,206	Bebas Heterodeskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan penelitian pada uji heterodeskedastisitas diperoleh hasil bahwa nilai variabel perilaku informasi (X1) adalah  $0,338 > 0,05$  yang berarti bebas dari adanya heterodeskedastisitas. Variabel determinasi teknologi (X2) diperoleh nilai  $0,064 > 0,05$  yang berarti bebas dari adanya heterodeskedastisitas.

d. Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda yaitu digunakan untuk menguji pengaruh variabel dependen dengan variabel independen, menggunakan regresi linier berganda karena nilai X (variabel yang mempengaruhi) lebih dari satu.

**Tabel 3.9.** Hasil uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	t <sub>hitung</sub>	Sig
Konstanta	7,211	5,035	0,000
Perilaku Informasi	0,009	0,163	0,871
Determinasi Teknologi	1,080	34,611	0,000
R Square	0,689		
F Hitung	2036,651		0,000

Sumber: Hasil olah data, 2024

Analisis Regresi Linier Berganda yaitu digunakan untuk menguji pengaruh variabel dependen dengan variabel independen, menggunakan regresi linier berganda karena nilai X (variabel yang mempengaruhi) lebih dari satu.

$$\text{Keputusan Pembelian} = 7,211 + -0,009 (X_1) + 1,080 (X_2)$$



1. Nilai konstanta sebesar 2,242 artinya jika nilai variabel perilaku informasi ( $X_1$ ), determinasi teknologi ( $X_2$ ) konstan, maka nilai variabel pemenuhan kebutuhan informasi ( $Y$ ) sebesar 7,211.
2. Jika nilai perilaku informasi ( $X_1$ ) naik sebesar satu dan variabel yang lain konstan, maka akan menurunkan nilai pemenuhan kebutuhan informasi ( $Y$ ) sebesar 0,009.
3. Jika nilai determinasi teknologi ( $X_2$ ) sebesar satu dan variabel yang lain konstan, maka akan menurunkan nilai pemenuhan kebutuhan informasi ( $Y$ ) sebesar 1,080.

## 2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel perilaku informasi ( $X_1$ ), determinasi teknologi ( $X_2$ ) terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi ( $Y$ ). Berdasarkan tabel 3.9, dapat diketahui bahwa variasi perubahan variabel pemenuhan kebutuhan informasi dapat dipengaruhi oleh perilaku informasi ( $X_1$ ), determinasi teknologi ( $X_2$ ) sebesar 68,9% dan sisanya sebesar 31,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

## 3. Uji F

Uji ketepatan model (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Berdasarkan tabel 3.9, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 2036,651 hal ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ . Serta nilai signifikan ( $sig$ ) sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini tepat atau *fit*.

## 4. Uji t

Disebut uji parsial yang digunakan dalam menguji validitas atau kepaluan antar hipotesis sehingga menyatakan bahwa seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dikatakan signifikan bila nilai probabilitas  $< 0,05$ , belaku sebaliknya jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka tidak signifikan. Penjelasan dari uji t dari setiap variabel independen sebagai berikut :

### a. Pengaruh perilaku informasi ( $X_1$ ) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi ( $Y$ )

Diperoleh nilai signifikansi variabel perilaku informasi adalah 0,871 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.



- b. Pengaruh determinasi teknologi ( $X_2$ ) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y)

Diperoleh nilai signifikansi variabel determinasi teknologi nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa determinasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

## PEMBAHASAN

### **Perilaku informasi tidak berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi**

Hasil penelitian pada variabel perilaku informasi adalah 0,871 lebih besar dari 0,05, berarti perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Kebutuhan informasi merupakan kondisi yang terjadi saat seseorang merasa dalam ketidaktahuan terhadap informasi/pengetahuan dikarenakan berbagai kebutuhan. Kekurangan terhadap informasi memberikan reaksi berupa pemenuhan kebutuhan sesuai yang diinginkan (Pawit, 2004).

Konten informasi yang dilakukan BMKG pada akun media sosial twitter mengalami perkembangan dengan berbagai model. Secara umum terdapat 3 program utama yang ditampilkan BMKG di twitter diantaranya yaitu; a) program rutin, hal ini terkait dengan informasi yang selalu diproduksi dalam periode waktu tertentu dan sudah memiliki jadwal. Program informasi terkait dengan cuaca sudah diproduksi secara rutin seperti *weekly weather outlook* (WWO) pada setiap minggu; b) program non-rutin, hal ini terkait dengan informasi yang diproduksi tanpa jadwal atau situasional. Umumnya konten yang di share merupakan bagian dari edukatif yang dilakukan oleh BMKG; c) program beita, umumnya program ini dilakukan melalui seminar atau siaran pers pada setiap liputan kedinasan (BMKG, 2024). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa follower BMKG termasuk kategori *everyday need approach*, pendekatan yang dilakukan oleh pengguna yang bersifat spesifik dan cepat. Informasi yang dibutuhkan oleh pengguna rutin dihadapi (Perdana, 2012).

### **Determinasi teknologi berpengaruh pemenuhan kebutuhan informasi**

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel determinasi teknologi diperoleh nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa determinasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso, et.all, (2023) bahwa BMKG telah berperan penting dalam pemberian informasi mengenai bencana gempa bumi dan tsunami di Indonesia dan mendapatkan kepercayaan luas dari masyarakat yang ditunjukkan dengan adanya engagement yang lebih tinggi dibandingkan akun lainnya.





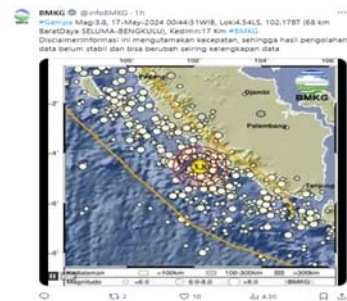
**Gambar 1 Akun Twitter @BMKG**

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti terkait dengan akun twitter @BMKG bahwa akun twitter dibuat pada Bulan Januari 2010 dengan jumlah follower sampai saat ini adalah 9,1m dan yang mem-follow 30. Hal ini dapat dikatakan bahwa akun twitter BMKG masih layak dianggap follower untuk memperoleh informasi terkait dengan fenomena alam yang terjadi.



**Gambar 2. Informasi Terkait Cuaca**

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti pada gambar 2 terkait dengan akun twitter @BMKG mengenai informasi cuaca yang terjadi di Kalimantan Timur menjelaskan bahwa jumlah terbanyak yaitu viewer dari follower dengan jumlah 2,6k dan tap love yang diberikan hanya 1.



**Gambar 3.** Informasi Terkait Gempa Bumi

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti pada gambar 3 terkait dengan akun twitter @BMKG mengenai informasi gempa bumi yang terjadi di Bengkulu menjelaskan bahwa jumlah terbanyak yaitu viewer dari follower dengan jumlah 4,3k dan tap love yang diberikan hanya 10 dan hanya 1 follower yang melakukan *reply*.



**Gambar 4.** Informasi Terkait Seminar Alam

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti pada gambar 4 terkait dengan akun twitter @BMKG mengenai informasi seminar tentang fenomena alam menjelaskan bahwa jumlah terbanyak yaitu tap love dari follower dengan jumlah 5 dan reply hanya 1 follower.



**Gambar 5.** Informasi Terkait Gerhana

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti pada gambar 5 terkait dengan akun twitter @BMKG mengenai informasi gerhana matahari menjelaskan bahwa jumlah terbanyak yaitu tap love dari follower dengan jumlah 370 dan reply yang diberikan hanya 120 serta follower yang melakukan komentar hanya 12 saja

Tingkat kepercayaan dalam sebuah komunikasi yang efektif membutuhkan 3 komponen penting dengan tujuan untuk membangun kepercayaan sehingga komunikasi yang dilakukan efektif, diantaranya adalah; a) kompetensi, organisasi dan para anggota mempunyai kemampuan yang tepat dan juga keunggulan pada bidang tugas organisasi



masing-masing; b) integritas, setiap anggota organisasi mengutamakan kejujuran dan etika ilmiah ketika menjalankan tugas serta dalam berkomunikasi terhadap pemangku kepentingan; c) keandalan, organisasi ataupun unit kerja harus memiliki kemampuan untuk ditunjukkan sebagai bentuk keandalan dari layanan yang diberikan (Grunig, 2002).

## KESIMPULAN

Kebutuhan informasi merupakan kondisi yang terjadi oleh follower terhadap fenomena alam dengan mem-follow akun Twitter @BMKG berperan signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi. Kecepatan ini penting bagi follower yang membutuhkan informasi segera untuk keselamatan dan perencanaan aktivitas. Salah satu fungsi utama akun @BMKG adalah memberikan peringatan dini mengenai potensi bencana alam seperti gempa bumi, tsunami, angin kencang, dan hujan lebat yang bisa menyebabkan banjir. Peringatan dini ini sangat penting untuk mengurangi risiko dan dampak dari bencana alam dengan memberikan waktu bagi follower untuk mengambil tindakan preventif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak yang telah berkontribusi secara teknis dalam penyusunan artikel, baik individu maupun instansi. Pihak personal yang telah masuk sebagai penulis tidak dapat mendapatkan ucapan terima kasih.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] BMKG. (2024). *Tugas dan Fungsi BMKG*. BMKG. <https://www.bmkg.go.id/>
- [2] Djajasudarma. (2011). *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Refika Aditama.
- [3] Fatoni, A. (2019). Chain Network Akun Twitter BMKG (@infoBMKG) Dalam Penyebaran Informasi Cuaca, Iklim Dan Gempa Bumi. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i1.1978>
- [4] Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [5] Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory*. McGrawHill International Edition.



- [6] Grunig, G. & D. (2002). *Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries*. Lawrence Erlbaum Associates.
- [7] Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- [8] Marlina, S. (2022). *Dampak Perubahan Iklim pada Kesehatan Masyarakat*. NEM.
- [9] Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Ghalia Indonesia.
- [10] Pawit, M. Y. (2004). *Teori dan Praktis Penelusran Informasi: Informasi Retrieval*. Prenadamedia Group.
- [11] Perdana, C. R. G. (2012). Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi followers. *Students E-Journal*, 1(1).
- [12] Rohmah. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
- [13] Rufaidha, N. F., & Irhandayaningsih, A. (2022). Perilaku Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro dalam Pemanfaatan Fitur Trending Topic Twitter Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 6(4), 493–504. <https://doi.org/10.14710/anuva.6.4.493-504>
- [14] Santoso, et.all, . (2023). Social Network Analysis untuk Identifikasi Pengguna Twitter Berpengaruh pada Topik Bencana Gempa dan Tsunami di Indonesia. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika*, 9(1).
- [15] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Afabeta.
- [16] Syawqi, A. (2017). Perilaku Pencarian Informasi Guru Besar Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. *Tik Ilmeu : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 1(1), 19–44.

