

ABSTRACT

EFFECTIVENESS OF TWITTER AS MEDIA OF POLITICAL CAMPAIGN PARTNERS RIDHO FICARDO-BACHTIAR BASRI IN THE ELECTION OF LAMPUNG PROVINCE IN 2014 (Study In The Republic Community Metal Natar)

By

DINDA NINDIKA NOVIANA SARI

The sophistication and advancement of internet technology resulted in a new political campaign media namely twitter. Ridho Ficardo-Bachtiar Basri utilize twitter as political campaign media to support political information dissemination activities related to vision, mission, and the partner's work program.

This study aims to determine the effectiveness of twitter as a political campaign media partner Ridho Ficardo-Bachtiar Basri in the Republic of Metal Natar community. This research uses Likert Summarating Rating (LSR) method by dividing effectiveness variables into main 3 (three) dimensions: political campaign needs, 8 media selection factors, and political campaign objectives which is the operationalization of the theoretical uses and gratification model as the theoretical foundation in the research.

The use of propotional random sampling in this study resulted in 61 respondents. The results showed that, twitter effectively used as a political campaign media pair, Ridho Ficardo-Bachtiar Basri in elections Province of Lampung in 2014 in the Republic of Metal Natar community with the effectiveness of 84,2 %. Successing the use of twitter by utilizing features such as retweet, mention, reply, and direct message resulted in the fulfillment of useful political campaign information for community members of Republic Metal Natar which is the followers of Ridho Ficardo-Bachtiar Basri partner on twitter.

Keywords: Theory Uses and Gratification, Effectiveness, Political Campaign, Twitter

ABSTRAK

EFEKTIVITAS *TWITTER* SEBAGAI MEDIA KAMPANYE POLITIK PASANGAN RIDHO FICARDO-BACHTIAR BASRI DALAM PILKADA PROVINSI LAMPUNG TAHUN 2014 (Studi Pada Komunitas Republik Metal Natar)

Oleh

DINDA NINDIKA NOVIANA SARI

Kecanggihan dan kemajuan teknologi internet menghasilkan media kampanye politik baru yaitu *twitter*. Pasangan Ridho Ficardo-Bachtiar Basri memanfaatkan *twitter* sebagai media kampanye politik untuk menunjang kegiatan penyebaran informasi kampanye politik yang terkait dengan visi, misi, dan program kerja pasangan tersebut.

Penelitian ini bertujuan, untuk mengetahui efektivitas *twitter* sebagai media kampanye politik pasangan Ridho Ficardo-Bachtiar Basri di komunitas Republik Metal Natar. Penelitian ini menggunakan metode *Likert Summarating Rating* (LSR) dengan membagi variabel efektivitas kedalam 3 dimensi utama yaitu kebutuhan kampanye politik, 8 faktor pemilihan media, dan tujuan kampanye politik yang merupakan operasionalisasi dari model *teori uses and gratification* sebagai landasan teoritis dalam penelitian ini.

Penggunaan *propotional random sampling* dalam penelitian ini menghasilkan responden yang berjumlah 61 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *twitter* efektif digunakan sebagai media kampanye politik pasangan Ridho Ficardo-Bachtiar Basri dalam Pilkada Provinsi Lampung tahun 2014 di komunitas Republik Metal Natar dengan efektivitas sebesar 84,2% Keberhasilan penggunaan *twitter* dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti *retweet*, *mention*, *reply*, dan *direct message* menghasilkan pemenuhan informasi kampanye politik yang bermanfaat bagi anggota komunitas Republik Metal Natar yang merupakan *followers* pasangan Ridho Ficardo-Bachtiar Basri di *twitter*.

Kata Kunci: Teori *Uses And Gratification*, Efektivitas, Kampanye Politik, *Twitter*