

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN #2019GANTIPRESIDEN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP SIKAP MAHASISWA DALAM MEMILIH PRESIDEN PADA PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2019

(Studi Pada Mahasiswa S1 Angkatan 2016 Fisip Universitas Lampung)

Oleh

Miki Putri Wulandewi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan #2019GantiPresiden di Media Sosial terhadap sikap mahasiswa dalam memilih presiden. Responden dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa Strata 1 FISIP Universitas Lampung angkatan 2016, dengan jumlah populasi sebesar 528 orang. Teknik pemilihan sampel menggunakan metode *probability sampling*, sehingga diperoleh jumlah 213 orang yang akan digunakan sebagai sampel. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Elaboration Likelihood Model*.

Berdasarkan hasil analisis data, penggunaan #2019GantiPresiden di media sosial memiliki hubungan (tingkat korelasi) yang kuat yaitu sebesar 64,4% terhadap sikap mahasiswa dalam memilih presiden. Sedangkan uji R^2 menjelaskan bahwa variable bebas penggunaan #2019GantiPresiden di media sosial berpengaruh terhadap sikap mahasiswa dalam memilih presiden sebesar 41,47% sedangkan sisanya 58,53% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mahasiswa FISIP Universitas Lampung angkatan 2016 memproses pesan yang ada dalam #2019GantiPresiden melalui jalur *central*.

Kata kunci : #2019GantiPresiden, ELM, media sosial, sikap mahasiswa,

ABSTRACT

THE EFFECT OF USING #2019GANTIPRESIDENT IN SOCIAL MEDIA TOWARD STUDENT ATTITUDES IN CHOOSING THE PRESIDENT ON 2019 PRESIDENTIAL ELECTION

(Study In Faculty Of Social And Political Science Lampung University Class Of 2016)

By

Miki Putri Wulandewi

This study aims to find out how much influences by using #2019GantiPresiden in Social Media on student attitudes in choosing a president. Respondents in this study were students of the University of Lampung FISIP class of 2016, with a population of 528 people. The selection technique for sample uses probability sampling methods, so that the number of 213 people will be used as samples. The theory used in this study is the Elaboration Likelihood Model theory.

Based on the results of data analysis, the uses of # 2019GantiPresident on social media has a strong relationship (correlation level) that is equal to 64.4% towards the attitude of students in choosing a president. While R^2 results explain that the free variable of uses #2019GantiPresiden on social media has an effect on student attitudes in choosing the president as big as 41.47% while the remaining 58.53% is influenced by other variables that is not examined in this study. The results of the study also show that the 2016 Lampung FISIP students process the messages in #2019GantiPresiden via the central route.

Key words : #2019GantiPresiden, ELM, social media, student attitudes