

Pengaruh official twitter account terhadap intention to vote Prabowo Subianto sebagai calon presiden 2014 = Effect of official twitter account intention to vote against Prabowo as presidential candidate 2014

Mohammad Trisamanta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20365456&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini meneliti pengaruh social media, disini yang diteliti adalah official Twitter dari Prabowo Subianto terhadap intention to vote pada follower sTwitter dari Twitter @prabowo08. Penulis juga melihat benefit dari Twitter politik yang dibuat Prabowo Subianto. Namun dalam melakukan penelitian ini , penulis juga melihat efek dari mediating variable yaitu candidate image evaluation dan community participation pada followers @prabowo08. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey (kuesioner) dalam berntuk online dan offline terhadap followers Prabowo Subianto. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa social media Twitter @prabowo08memiliki pengaruh positif dan benefit dari Twitterterhadap candidate image evaluation Prabowo subianto. Selanjutnya candidate image evaluation berpengaruh pada community participation (followers). Lalu community participationberpengaruh positif terhadap intention to vote. Dan social media memiliki pengaruh langsung terhadap intention to vote. Dapat dilihat Twitter sebagai social media yang digunakan Prabowo sebagai sarana pemasaran politik memiliki pengaruh positif dan benefit dari Twitterterhadap intention to vote terhadap Prabowo Subianto pada Pilpres 2014.

.....This thesis examines the influence of social media , here studied is the official Twitter of Prabowo intention to vote against the Twitter followers of Twitter @ prabowo08 . The author also saw the benefits of Twitter made political Prabowo. But in doing this research , the authors also looked at the effects of mediating variables, namely candidate perceived brand and community participation in followers @ prabowo08. The method used in this study is a survey method (questionnaire) in the online and offline berntuk against Prabowo followers . The results of this study indicate that social media Twitter @ prabowo08 have a positive influence and benefit from Twitter to the candidate Prabowo perceived image. Furthermore, candidate image perceived effect on community participation (followers) . Then community participation has a positive effect on intention to vote . And social media has a direct influence on the intention to vote. Can be viewed Twitter as a social media marketing is used as a means of political Prabowo has a positive influence and benefit from Twitter to the intention to vote against Prabowo on the 2014 presidential election.