

Heppy Yolanda Riyan Betrio. 15.05.311.00070. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura, Skripsi Tentang Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Pengguna Twitter Terhadap Berita Pemilihan Presiden 2019. Di bawah bimbingan Dessy Trisilowaty, S.Sos.,M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Pengguna Twitter Terhadap Berita Pemilihan Presiden 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura Tentang Berita Pemilihan Presiden 2019.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan metode kuantitatif. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015,2016, dan 2017 dengan menggunakan sampel jenuh. Tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

Hasil dari penelitian ini melalui kuesioner yang telah disebar, menunjukkan mayoritas responden (87,3%) setuju bahwa berita-berita pemilihan presiden 2019 membantu dalam mengetahui informasi tentang pasangan calon presiden. Dengan beberapa indikator seperti isu-isu sensitif, kepuasan terhadap visi, misi dan program serta kampanye negatif yang dapat membantu dalam mengetahui kelemahan atau kekurangan suatu pasangan calon. Sehingga, penelitian ini menunjukkan persepsi yang positif dari para responden.

Kata kunci : Persepsi, Kampanye Politik, Komunikasi Politik, Pemilihan Presiden.

Heppy Yolanda Riyan Betrio. 15.05.311.00070. *Communication Studies Program Faculty of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura, Thesis About Student Perceptions of Twitter User Communication Studies on 2019 Presidential Election News. Under the guidance of Dessy Trisilowaty, S. Sos., M.Si.*

ABSTRACT

This research is entitled Student Perception of Communication of Twitter Users Against News Presidential Election 2019. This study aims to find out how the Perception of Communication Sciences Students of Trunojoyo Madura University about 2019 Presidential Election News.

The type of research used in this research is descriptive with quantitative methods. While the objects in this study were the 2015,2016 and 2017 students of Communication Studies using saturated samples. The technique of collecting data in this study used a questionnaire.

The results of this study through a questionnaire that has been distributed, shows the majority of respondents (87.3%) agreed that the news of the 2019 presidential election helped in knowing information about the presidential candidate pair. With several indicators such as sensitive issues, satisfaction with vision, mission and programs and negative campaigns that can help in knowing the weaknesses or shortcomings of a candidate pair. So, this study shows a positive perception of the respondents.

Keywords: *Perception, Political Campaign, Political Communication, Presidential Election.*