

ABSTRAKSI

Informasi akan berfungsi maksimal jika didistribusikan dengan optimal. Hal tersebut membuat penelitian tentang distribusi informasi menjadi sama pentingnya dengan riset tentang keberadaan informasi ataupun penelitian tentang efek suatu informasi pada masyarakat. Urgensi tersebut meningkat seiring pertumbuhan data digital yang tersedia di dunia maya. Karenanya, riset ini, yang menggabungkan elemen riset Jenders (2012) and Soboleva, *et al.*, (2017), meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi distribusi tweet KPU Provinsi di Indonesia pada tahun 2017 dengan menggunakan analisis isi. Variabel independen dalam penelitian ini dibagi menjadi data berbasis pengguna dan data berbasis tweet. Data berbasis pengguna dilihat dari jumlah follower sedangkan data berbasis tweet terdiri atas variabel tema tweet, panjang tweet, jumlah tagar, jumlah mention, jumlah tautan, jumlah video, dan jumlah foto di dalam sebuah tweet. Sedangkan variabel dependen adalah diretweet atau tidak diretweetnya tweet KPU provinsi. Pengaruh variabel independen dan variabel dependen dianalisis menggunakan regresi logistik biner. Hasil penelitian menunjukkan kalau jumlah follower adalah faktor yang paling mempengaruhi peluang retweet, diikuti oleh jumlah mention, jumlah tautan, dan panjang tweet.

Key words: Twitter, Difusi Informasi, KPU Provinsi, Penyebaran Pesan, Media sosial.

ABSTRACT

Information will be most useful if well distributed. This makes research on message distribution is as important as researches on the availability or effects of the information to users. The importance is increased by the fast growing number of digital data available online. Therefore, this research which combines elements used in researches done by Jenders (2012) and Soboleva, *et al.*, (2017), examines factors that influencing Indonesia's Provincial General Election Comissions' tweets distribution in 2017 using content analysis. The research's objects are tweets which originally made by Indonesia's Provincial General Election Comissions in 2017. The causing factors are divided by user based and tweet based factors. The user based factor is number of followers. Tweet based factors are tweet's theme, tweet's length, number of hastags, number of mentions, number of URLs, number of videos, and number of photos in a tweet. While the effected factor is whether the tweet is being retweeted or not retweeted. Correlations between the causing and the effected factors are analysed using binary logistics regression. Research finding shows that number of followers is the most effecting factor, followed by number of mentions, number of URLs, and the tweet's length.

Key words: Twitter, tweets diffusion, information diffusion, Indonesia's Provincial General Election Commission, Message spread, social media.