

**PENGARUH INTENSITAS INFORMASI TENTANG BERITA  
DEMO BUPATI PATI DI MEDIA SOSIAL TERHADAP  
PERSEPSI MASYARAKAT PATI MENGENAI GAYA  
KOMUNIKASI SUDEWO**

Audy Aprilia, Joyo NS Gono  
**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**  
Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269  
Telepon (024) 746407 Faksimile (024) 746504  
Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

***ABSTRACT***

*The demonstrations by the people of Pati Regency in August 2025, triggered by the 250% increase in the state tax (PBB-P2) and the controversial response of the Pati Regent, received widespread attention on social media. The high level of news coverage is suspected to have influenced public perception of the event. This study aims to determine the effect of the intensity of information about the Pati Regent's demonstration on social media on the perceptions of Pati residents regarding Sudewo's communication style.*

*The study employed cultivation theory with a quantitative explanatory approach. The sample consisted of 100 respondents from Pati Regency residents aged 17 and over, eligible to vote, and active social media users. Data were collected through Gform and analyzed using simple linear regression. The results indicate that the intensity of information about the Pati Regent's demonstration on social media has a positive and significant effect on public perception. This is evidenced by a significance value of  $<0.001$  and a calculated  $t$ -value of 14.938, which is greater than the  $t$ -table of 1.660. The coefficient of determination ( $R$  Square) of 0.695 indicates that news exposure explains 69.5% of the variation in public perception. This finding suggests that the greater the public's exposure to news on social media, the greater its influence on the formation of public perception.*

***Keywords: Information Intensity, Public Perception, Media, Political Communication.***

**ABSTRAK**

Demonstrasi masyarakat Kabupaten Pati pada Agustus 2025 yang dipicu oleh kebijakan kenaikan Pajak (PBB-P2) sebesar 250% serta respons Bupati Pati yang kontroversial mendapat perhatian luas di media sosial. Tingginya intensitas pemberitaan diduga memengaruhi persepsi masyarakat terhadap peristiwa tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas informasi tentang berita demo Bupati Pati di media sosial terhadap persepsi masyarakat Pati mengenai gaya komunikasi Sudewo.

Penelitian menggunakan teori kultivasi dengan pendekatan kuantitatif eksplanatori. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan masyarakat Kabupaten Pati berusia 17 tahun ke atas, memiliki hak pilih, dan aktif menggunakan media sosial. Data dikumpulkan melalui Gform dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas informasi tentang berita demo Bupati Pati di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi  $< 0,001$  dan nilai t-hitung sebesar 14,938 yang lebih besar dari t-tabel 1,660. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,695 menunjukkan bahwa terpaan berita menjelaskan 69,5% variasi persepsi masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keterpaparan masyarakat terhadap pemberitaan di media sosial, semakin besar pengaruhnya terhadap pembentukan persepsi masyarakat.

**Kata Kunci : Intensitas Informasi, Persepsi Masyarakat, Media, Komunikasi Politik.**

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah kualitas komunikasi yang dapat membawa masyarakat pada era dimana pemenuhan informasi menjadi kebutuhan penting dan terpenuhi. Dengan hal tersebut masyarakat dapat memperoleh suatu informasi secara mudah dan cepat. Saluran media kini terbagi menjadi dua media. Untuk yang pertama media konvensional meliputi televisi, majalah, radio, koran dan tabloid. Lalu yang kedua yaitu media baru mencakup media sosial, blog maupun situs web. Dari kedua saluran media tersebut, media baru kini lebih diminati terutama di Indonesia.

Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi, 2025), menunjukkan bahwa sebanyak 221 juta masyarakat Indonesia menggunakan internet, yang berarti sekitar 79,5% dari populasi penduduk. Kemudian berdasarkan (*We Are Social*, 2025), data menunjukkan bahwa pada usia 16 tahun keatas jenis media yang paling banyak digunakan yaitu media sosial sebesar 97,8%.

Kini media sosial telah memainkan peran penting dalam menyajikan pemberitaan untuk masyarakat, salah satunya dalam bidang politik. Pemberitaan politik di media sosial dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat dalam menyikapi dan

mengawasi jalannya proses politik. Media memiliki peran penting dalam membentuk opini publik yang mampu mempersuasi, sehingga masyarakat seringkali terpengaruh tanpa menyadari hal tersebut (Achdiat, 2010). Dalam politik, media sosial tidak hanya digunakan sebagai platform kampanye, namun juga sebagai ruang berekspresi atas ketidakpuasan publik dan mobilisasi massa. Kecepatan penyebaran informasi di media sosial memungkinkan isu-isu lokal secara langsung dapat menjadi perhatian publik. Fenomena tersebut tentunya dapat mempengaruhi persepsi individu maupun kelompok.

Persepsi dapat dipahami sebagai pandangan seseorang mengenai suatu objek/peristiwa/masalah berdasarkan sudut pandang tertentu ketika memahami hal itu. Persepsi memegang peranan penting dalam mempengaruhi perilaku individu karena berfungsi sebagai dasar penilaian terhadap suatu kejadian. Sebagai makhluk sosial yang memiliki pandangan dan pendapat yang berbeda-beda tentang berbagai hal, wajar jika terjadi perbedaan persepsi di antara individu satu dengan lainnya. Persepsi tersebut terbentuk berdasarkan informasi yang diterima, baik itu dari pengalaman langsung atau melalui

media sosial. Dalam konteks strategi politik, media sosial digunakan menjadi alat keberhasilan dalam memenangkan dukungan publik melalui pengelolaan pesan dan komunikasi yang efektif. Selain itu juga dapat membentuk citra seseorang maupun kelompok. Citra politik dapat berubah berdasarkan pengetahuan dan pengalaman politik seseorang (Aryadillah & Fitriansyah, 2022), citra yang diperoleh bisa positif maupun negatif.

Pada bulan Agustus 2025 telah terjadi demo besar-besaran di Pati. Demo tersebut menentang kenaikan tarif Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) sebesar 250% dan menuntut Bupati Sudewo untuk mundur dari jabatannya. Sebelum munculnya kasus demo Bupati Pati, persepsi masyarakat Pati terhadap Sudewo sebagai Bupati itu positif. Hal ini dapat dilihat dari dukungan ketika Pilkada 2024 dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati yang menunjukkan bahwa pasangan Sudewo & Risma Ardhi Chandra memperoleh suara terbanyak yaitu sebesar 419.684 suara atau 53,54% (KPU Kabupaten Pati, 2025). Pasangan tersebut pada tanggal 20 Februari 2025 telah dilantik sebagai Bupati dan Wakil Bupati dalam periode 2025-2030. Besar

harapan masyarakat Pati kepada Sudewo dan Chandra agar mampu membawa Kota Pati lebih maju dalam berbagai aspek, mampu menjalankan program dan menyelesaikan permasalahan yang belum ditangani dengan baik guna kesejahteraan masyarakat. Selain harapan, masyarakat juga memberikan karangan bunga yang berisi ucapan selamat kepada Bupati dan Wakil Bupati Pati yang baru (Kabarpatigo, 2025)

Keadaan semakin memanas ketika Sudewo menantang warganya untuk melakukan demo dengan pernyataan “Siapa yang melakukan penolakan, saya tunggu, silahkan lakukan, jangankan 5 ribu orang, 50 ribu orang saja suruh ngerahkan, saya tidak akan gentar. Saya tidak akan mengubah kebijakan”. Kebijakan yang ditetapkan dianggap tidak berpihak kepada rakyat karena dinilai memberatkan masyarakat saat ini ditengah kesulitan sosial ekonomi. Bagi Muchamad Yuliyanto, gaya komunikasi yang dilakukan Sudewo disebut sebagai respon konfrontatif atau memperlihatkan kegagalan dalam komunikasi empatik, yang mana masyarakat menyebut bahwa respon Sudewo dinilai tidak memperdulikan suara rakyatnya dan tidak mau berdialog dengan masyarakat sehingga terjadilah tindakan

pembangkangan, penolakan maupun perlawanan (Fiska, 2025)

Kenaikan yang ditetapkan didasari pada Peraturan Daerah Pati Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Peraturan Daerah Pati Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, 2024).

Kebijakan publik yang ditetapkan tidak partisipatif, dimana dalam proses perumusan maupun pengambilan keputusan tidak melibatkan masyarakat sehingga menimbulkan terjadinya pro-kontra. Dalam rapat kebijakan kenaikan pajak pada saat itu hanya dihadiri oleh Bupati Pati (Sudewo) sebagai pemimpin, lalu camat serta anggota Pasopati (Paguyuban Solidaritas Kepala Desa dan Perangkat Desa Kabupaten Pati) di Kantor Bupati Pati.

Alasan kenaikan pajak PBB-P2 ditetapkan karena kota Pati selama 14 tahun tidak pernah mengalami kenaikan pajak dan bagi Sudewo penyesuaian tersebut bertujuan untuk meningkatkan pendapatan daerah yang akan digunakan dalam mendukung pembangunan infrastruktur dan pelayanan publik, pajak dianggap sebagai sumber utamanya. Selain itu, penerimaan PBB Kabupaten Pati lebih kecil dibanding

dengan Kabupaten sekitarnya seperti Kudus, Jepara dan Rembang.

Pemberitaan yang ada tidak hanya terbatas pada media arus utama namun juga di media sosial. Unggahan pemberitaan yang ada di media sosial meliputi aksi demo Bupati Pati atas kebijakan kenaikan pajak, pemakzulan Sudewo yang terjadi secara tidak kondusif serta terjadi adu mulut antara warga dengan Sudewo. Dalam penggunaan media sosial, terdapat tiga platform yang digunakan masyarakat Pati antara lain Tiktok, Facebook dan Instagram (Diskominfo Pati, 2023)

Pemberitaan Demonstrasi tersebut membuat seseorang yang menerima pesan pada media tersebut akan terpapar, yang dapat mempengaruhi penerimanya. Paparan informasi yang disajikan berulang kali di media dapat mempengaruhi cara individu memandang suatu informasi. Informasi tersebut berperan penting dalam membentuk pemahaman masyarakat mengenai realitas. Media memiliki kekuatan besar untuk membentuk persepsi individu. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana intensitas informasi tentang demo Bupati Pati di media sosial dapat mempengaruhi persepsi masyarakat

mengenai gaya komunikasi Sudewo.

## **TUJUAN PENELITIAN**

Dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas informasi tentang berita demo Bupati Pati di media sosial terhadap persepsi masyarakat Pati mengenai gaya komunikasi Sudewo

## **KERANGKA TEORETIS**

### **Intensitas Informasi.**

Intensitas adalah suatu tindakan secara berulang atau terus-menerus untuk mencapai sesuatu yang diharapkan. Kata “diharapkan” di sini merujuk pada efek atau pengaruh yang ditimbulkan oleh sebuah konten media. Dengan demikian, frekuensi seseorang mengakses cerita pengalaman kekerasan seksual dapat dilihat dari tingkat intensitas keterlibatannya dengan media yang digunakan (Chaplin dalam Lulu Afifah, 2025). Intensitas seseorang dalam mengakses media dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain penggunaan media, frekuensi penggunaan media, serta durasi atau lamanya seseorang berinteraksi dengan media, yang dapat dijadikan parameter untuk mengukur tingkat intensitas tersebut (Sari dalam Cathrine Gabryella,

2024). Dengan demikian, semakin sering seseorang menggunakan media, semakin tinggi frekuensi aksesnya, dan semakin lama ia berinteraksi dengan media tersebut, maka semakin tinggi pula intensitas akses yang dimilikinya (Cathrine Gabryella, 2024). Menurut Ardianto,dkk, dalam Raka Arivian Pratama & Mira Herlina (2021), terpaan pemberitaan dapat diukur menggunakan tiga indikator antara lain frekuensi, durasi dan atensi.

- Frekuensi, berkaitan dengan berapa kali pengguna dalam menggunakan media pada rentang satu bulan.
- Durasi, hal ini berhubungan dengan seberapa lama pengguna dalam mengakses media.
- Atensi, dalam hal ini mengukur seberapa paham masyarakat terhadap informasi yang diterima. Untuk mengetahui atensi terdapat tahapannya yaitu mengenal, tertarik, memahami dan mengerti

### **Persepsi Masyarakat.**

Persepsi dapat diartikan sebagai cara pandang seseorang terhadap suatu masalah dengan menggunakan sudut pandang tertentu dalam melihat fenomena tersebut. Persepsi memegang peranan penting dalam mempengaruhi

perilaku individu karena berfungsi sebagai dasar penilaian terhadap suatu kejadian. Persepsi dapat dipahami bahwa persepsi itu tidak hanya menerima rangsangan, tetapi juga merupakan hasil penafsiran yang dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, serta keadaan psikologis individu.

Sebagai makhluk sosial yang memiliki pandangan dan pendapat yang berbeda-beda tentang berbagai hal, wajar jika terjadi perbedaan persepsi di antara individu satu dengan lainnya. Menurut Rakhmat 2018, dalam Hafid Reyhan Uly Fuady (2025:22) persepsi merupakan pengalaman yang berkaitan dengan objek, peristiwa, atau hubungan, yang diperoleh melalui proses penarikan kesimpulan dan penafsiran terhadap informasi yang diterima. Dengan kata lain, persepsi adalah proses seseorang dalam memberi makna terhadap rangsangan yang diterima oleh panca inderanya. Untuk mengukur suatu persepsi seseorang, setidaknya ada lima indikator sebagai berikut:

1. Atensi, dapat dipahami sebagai proses mental dimana seseorang memilih untuk berfokus pada satu hal tertentu dengan mengabaikan hal lain.

2. Ekspektasi, berkaitan dengan harapan atau dugaan seseorang tentang bagaimana pihak lain akan berperilaku dalam komunikasi.
3. Motivasi, merujuk pada dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu, baik secara sadar maupun tidak sadar berdasarkan alasan pribadi atau perasaan tertentu.
4. Memori, mengarah kepada kemampuan menyimpan dan mengingat informasi maupun fakta tentang suatu hal, yang mana pengetahuan tersebut bisa menjadi landasan untuk bertindak.

### **Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*)**

Teori yang tepat untuk penelitian ini yaitu menggunakan teori kultivasi (*Cultivation Theory*). Teori Kultivasi pertama kali diperkenalkan oleh George Gerbner bersama tim penelitiannya dari *Annenberg School of Communication*, Pennsylvania, pada tahun 1969 melalui artikel berjudul “*The Television World of Violence*”. Teori ini menjelaskan bahwa paparan media yang berlangsung terus-menerus dan berulang mampu membentuk cara individu memahami realitas sosial di sekitarnya. Istilah *cultivation* merujuk pada proses

penanaman keyakinan, nilai, dan persepsi yang dibangun secara kumulatif melalui media (Saefudin, H.A. & Antar Venus, 2007)

Lahirnya teori kultivasi dilatarbelakangi oleh adanya perdebatan di kalangan ilmuwan komunikasi mengenai besarnya pengaruh media massa. (Menurut H.A.Saefudin & Antar Venus (2007) terdapat kelompok yang meyakini bahwa media memiliki dampak yang sangat kuat (*powerful effects model*), sementara di sisi lain terdapat kelompok yang menilai bahwa pengaruh media bersifat terbatas (*limited effects model*). Gerbner menjelaskan bahwa pengaruh media tidak selalu muncul secara langsung, melainkan berkembang secara perlahan melalui proses paparan yang intens dan berulang sehingga akhirnya membentuk cara pandang khlayak terhadap suatu realitas sosial (Saefudin, H.A. & Antar Venus, 2007)

Dalam teori kultivasi terdapat asumsi utama bahwa semakin tinggi intensitas seseorang mengonsumsi media, maka semakin besar kecenderungan individu menyamakan realitas yang dibangun media dengan realitas sosial yang sebenarnya. Teori ini membedakan penonton menjadi dua

kelompok, yaitu *light viewers* (penonton ringan) dan *heavy viewers* (penonton berat). kategori berat (*heavy viewers*) mengembangkan keyakinan yang berlebihan (*exaggerated belief*) tentang dunia sebagai tempat yang berbahaya dan menakutkan (Saefudin, H.A. & Antar Venus, 2007). Sementara, kekerasan yang mereka saksikan di media massa menanamkan ketakutan sosial (*social paranoia*) yang membangkitkan pandangan bahwa lingkungan mereka tidak aman dan tidak ada orang yang dapat dipercaya. Meskipun teori ini awalnya dikembangkan pada konteks televisi, perkembangan teknologi komunikasi memperkuat relevansinya pada media digital dan media sosial karena karakter media saat ini memungkinkan penyebaran informasi berlangsung cepat, masif, berulang, dan mudah diakses.

Pada penelitian ini, teori kultivasi digunakan untuk menjelaskan hubungan antara intensitas informasi tentang demo Bupati Pati di media sosial (variabel X) dengan persepsi masyarakat Pati mengenai gaya komunikasi Sudewo (variabel Y). Paparan informasi mengenai demo yang terus muncul di media sosial baik berupa unggahan

video, potongan pernyataan, komentar publik, pemberitaan ulang, maupun diskusi digital, berpotensi membentuk gambaran tertentu dalam benak masyarakat mengenai bagaimana Sudewo berkomunikasi sebagai pemimpin daerah. Masyarakat yang memiliki tingkat paparan tinggi terhadap informasi tersebut (*heavy viewers*) cenderung lebih mudah mengembangkan persepsi yang konsisten dengan narasi dominan yang tampil di media sosial. Sebaliknya, masyarakat dengan intensitas paparan lebih rendah (*light viewers*) cenderung memperoleh sudut pandang yang lebih beragam dari sumber lain di luar media sosial. Dengan demikian teori ini menjelaskan bahwa paparan berita tentang demo Bupati Pati di media sosial yang terus-menerus dapat membentuk persepsi masyarakat terhadap peristiwa tersebut. Jadi, semakin sering responden melihat berita serupa, semakin besar kemungkinan mereka membangun pandangan tertentu tentang isu itu tersebut.

## **HIPOTESIS**

Berdasarkan penjelasan diatas, berikut hipotesis pada penelitian ini:

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang

signifikan antara intensitas informasi tentang berita demo Bupati Pati di media sosial terhadap persepsi masyarakat Pati mengenai gaya komunikasi Sudewo.

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas informasi tentang berita demo Bupati Pati di media sosial terhadap persepsi masyarakat Pati mengenai gaya komunikasi Sudewo.

### **METODE PENELITIAN.**

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif, tipe penelitian eksplanatori (*Explanatory Research*), yang dimana nantinya guna mengetahui pengaruh intensitas informasi tentang berita demo Bupati Pati terhadap persepsi masyarakat Pati mengenai gaya komunikasi Sudewo. *Explanatory Research* merupakan jenis penelitian yang dilakukan untuk menguji dan mengetahui hubungan sebab-akibat antar variabel X dan Y dengan menggunakan pengujian hipotesis. Selain itu, dalam penelitian ini juga menggunakan logika berpikir deduktif. Logika ini bersifat umum ke khusus atau dapat dipahami sebagai perpindahan dari hal yang secara luas, kemudian menjadi lebih spesifik.

Berikut kriteria populasi pada

penelitian ini, antara lain:

1. Laki-laki/Perempuan usia 17 keatas.
2. Memiliki hak suara dalam pemilihan umum.
3. Responden berdomisili di Pati, Jawa Tengah.
4. Aktif menggunakan platform media sosial.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability*. Teknik *non-probability* adalah teknik pengambilan sampel yang mana dari populasi tidak semuanya menjadi sampel dalam penelitian. Kemudian untuk jenis samplingnya yaitu *purposive sampling*, teknik pengambilan sampel dimana responden sudah ditentukan sesuai tujuan atau dapat dipahami sebagai seseorang itu memiliki pengalaman maupun kriteria tertentu secara relevan dengan pertanyaan yang akan diajukan. Sampelnya sebanyak 100 responden

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei, yang mana survei yang dilakukan menggunakan angket sebagai alat dalam mendapatkan data untuk mendukung suatu penelitian yang sedang dilakukan. Teknik pengumpulan datanya dengan cara menyebarkannya melalui *Google*

*Form.* Angket dalam penelitian ini disusun menggunakan Skala Likert dalam bentuk ordinal, dengan menyediakan 4 tingkatan opsi, 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Setuju (S), 4. Sangat Setuju (SS). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi. Uji regresi merupakan teknik analisis data untuk mengetahui pengaruh antar dua variabel (variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y)) itu ada atau tidak. Uji regresi yang digunakan yaitu uji regresi linear sederhana, untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel X (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan dan positif antara intensitas informasi tentang berita demo Bupati Pati di media sosial terhadap persepsi masyarakat Pati mengenai gaya komunikasi Sudewo. Hal ini mengartikan, semakin tinggi individu itu mengekspose informasi berita dari media sosial, maka semakin besar pula perubahan atau pembentukan persepsi

yang terjadi pada masyarakat. Dibuktikan melalui hasil uji hipotesis untuk nilai signifikansinya sebesar  $<0,001$  yang mana nilainya itu lebih kecil dari 0,05 sehingga  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Kemudian dari hasil koefisien determinasi untuk nilai R Square menunjukkan sebesar 69,5% variabel intensitas informasi tentang beirtademo Bupati Pati di media sosial (X) berpengaruh terhadap variabel persepsi masyarakat Pati mengenai gaya komunikasi Sudewo (Y). Hal itu mengartikan bahwa media sosial memiliki peranan besar dalam membentuk cara pandang masyarakat terhadap isu politik dan kebijakan pemerintah daerah. Informasi yang tersebar secara cepat dan berulang di media sosial dapat mempengaruhi pengetahuan, perhatian serta penilaian masyarakat terhadap suatu peristiwa.

Penelitian ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan hasil penelitian. Penelitian dari (Fuady, 2025) mengenai pengaruh terpaan informasi kasus bullying mahasiswa PPDS UNDIP di media sosial terhadap opini publik menunjukkan bahwa paparan informasi di media sosial memiliki pengaruh

signifikan terhadap opini publik. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian ini karena membuktikan bahwa media sosial mampu mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap suatu isu yang sedang menjadi perhatian publik.

Selain itu, penelitian dari (Martiza dkk., 2024) mengenai pengaruh konten “Joget Gemoy” terhadap elektabilitas Prabowo-Gibran pada Generasi Z. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa konten yang viral di media sosial mampu mempengaruhi persepsi dan pilihan masyarakat, khususnya generasi muda. Hasil tersebut mendukung penelitian ini karena sama halnya bahwa media sosial memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi pandangan publik terhadap tokoh maupun isu politik tertentu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori kultivasi yang digunakan sebagai landasan penelitian. Teori ini menjelaskan bahwa paparan media yang berlangsung terus-menerus dan berulang mampu membentuk cara individu memahami realitas sosial di sekitarnya. Istilah *cultivation* merujuk pada proses penanaman keyakinan, nilai, dan persepsi yang dibangun secara kumulatif melalui media. Teori kultivasi

menganggap pengaruh media tidak selalu muncul secara langsung, melainkan berkembang secara perlahan melalui proses paparan yang intens dan berulang sehingga akhirnya membentuk cara pandang khalayak terhadap suatu realitas sosial (Saefudin, H.A. & Antar Venus, 2007). Begitupun dengan penelitian ini semakin tinggi intensitas informasi mengenai berita demo yang dimiliki seseorang, maka semakin besar pula persepsi masyarakat dengan menyamakan realitas yang dibangun media dengan realitas sosial yang sebenarnya

## SIMPULAN

1. Penelitian mengenai pengaruh intensitas informasi tentang demo Bupati Pati di media sosial terhadap persepsi masyarakat Pati mengenai gaya komunikasi Sudewo dapat disimpulkan bahwa hasilnya berpengaruh secara signifikan dan positif. Dibuktikan dengan hasil uji hipotesis bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dengan nilai signifikansinya dibawah 0.05 yaitu 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat terpaan informasi yang diterima masyarakat melalui media sosial, maka semakin besar pula

terbentuknya persepsi masyarakat terhadap pemberitaan tersebut.

2. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat teori kultivasi yang menjelaskan bahwa paparan media yang berlangsung terus-menerus dan berulang mampu membentuk cara individu memahami realitas sosial di sekitarnya. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media yang dapat membentuk persepsi masyarakat.

## SARAN

Adapun saran pada penelitian ini yaitu

1. Saran akademik, bagi peneliti selanjutnya, yang mengkaji hal serupa disarankan untuk menambahkan variabel lain sehingga hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai pengaruh media sosial terhadap perilaku dan sikap masyarakat.
2. Saran praktis, bagi Bupati (kepala daerah) maupun pembuat kebijakan perlu mengelola komunikasi publik di media sosial secara lebih transparan, responsif, dan tepat agar dapat membangun persepsi positif

masyarakat karena dapat mempengaruhi dukungan publik

3. Secara sosial, masyarakat disarankan lebih bijak dalam menerima dan menyebarkan informasi di media sosial dengan melakukan verifikasi informasi sehingga mampu membentuk persepsi yang lebih objektif terhadap suatu peristiwa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achdiat. (2010). Realitas Media Massa: Komunikasi Politik dan Opini Publik. *RETORIKA*, 4, 531–632
- Afifah, L. (2025). PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES KONTEN CERITA PENGALAMAN DAN KREDIBILITAS SOCIAL MEDIA INFLUENCER KEKERASAN SEKSUAL DI TIKTOK TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN KEKERASAN SEKSUAL PADA MASYARAKAT (Bag. 1124-1136)
- Aryadillah, A., & Fitriansyah, F. (2022). Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 87–92.  
<https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1>

- Diskominfo Pati. (2023). *Henggar: Medsos Murah, Dampaknya Luar Biasa*.  
<https://diskominfo.patikab.go.id/frontpanel/berita/detail/dkFSRWVNRGFVa2tCeTRpTXc5WXRVDz09>
- Fiska, M. (2025). *Belajar dari Kasus Bupati Pati: Gagalnya Komunikasi Politik Emphatik*.  
<https://www.suaramerdeka.com/opini/0415722369/belajar-dari-kasus-bupati-pati-gagalnya-komunikasi-politik-emphatik>
- Fuady, H. R. U. (2025). Pengaruh Terpaan Informasi Mengenai Kasus Bullying Mahasiswa PPDS Undip di Media Sosial dan Persepsi Masyarakat tentang Universitas Diponegoro terhadap Opini Publik. *Interaksi Online*, 13(2).
- Gabryella, C. (2024). *Engaruh Intensitas Menonton Live Streaming TikTok LIVE dan Product Knowledge di TikTok Shop terhadap Minat Beli Gen Z pada Produk Fashion*.
- H.A., S., & Antar Venus. (2007). *Cultivation Theory*. 8 No.1.
- Kabarpatigo. (2025). *Antusiasme dan Harapan Masyarakat Pati Menyambut Pelantikan Bupati dan Wakil Bupati*.  
<https://www.kabarpatigo.com/2025/02/antusiasme-dan-harapan-masyarakat-pati.html>
- Kementrian Komunikasi dan Digital. (2025). *Komitmen Pemerintah Melindungi Anak di Ruang Digital*.  
<https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/komitmen-pemerintah-melindungi-anak-di-ruang-digital>
- KPU Kabupaten Pati. (2025). *KEPUTUSAN KOMISI PEMILIHAN UMUM KABUPATEN PATI NOMOR 7 TAHUN 2025 TENTANG PENETAPAN PASANGAN CALON BUPATI DAN WAKIL BUPATI TERPILIH KABUPATEN PATI TAHUN 2024*.  
*Peraturan Daerah Pati Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. (2024). Pub. L. No. 1.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/278642/perda-kab-pati-no-1-tahun-2024>
- We Are Social. (2025). *DIGITAL 2025*.  
<https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>