

TESIS

**PENGARUH MEDIA MASSA DAN MEDIA DIGITAL
TERHADAP PERSEPSI PUBLIK TENTANG
PENYELENGGARAAN PEMILU
CAPRES-CAWAPRES 2024**



**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)**

Oleh:

Hilarius Pramanda Yuvendo, S.I.Kom

NPM 225508156

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

TESIS

**PENGARUH MEDIA MASSA DAN MEDIA DIGITAL
TERHADAP PERSEPSI PUBLIK TENTANG
PENYELENGGARAAN PEMILU
CAPRES-CAWAPRES 2024**



**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)**

Oleh:

Hilarius Pramanda Yuvendo, S.I.Kom

NPM 225508156

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**Pengaruh Media Massa dan Media Digital Terhadap Persepsi Publik Tentang
Penyelenggaraan Pemilu Capres-Cawapres 2024**

TESIS

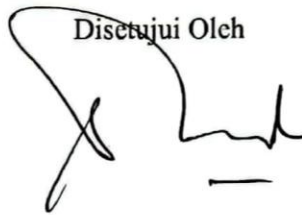
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)

Disusun Oleh:

HILARIUS PRAMANDA YUVENDEO, S.I.KOM

NPM 225508156

Disetujui Oleh



Bonaventura Satya Bharata, S.I.P., M.Si., Ph.D.

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tesis : Pengaruh Media Massa dan Media Digital Terhadap Persepsi
Publik Tentang Penyelenggaraan Pemilu Capres-Cawapres 2024

Penyusun : Hilarius Pramanda Yuvendeo, S.I.Kom

NPM : 225508156

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Tesis yang diselenggarakan pada

Hari/Tanggal : Rabu / 6 November 2024

Waktu : 16.00 – 17.30 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran

TIM PENGUJI

Desideria Cempaka Wijaya M., S.Sos., M.A., Ph.D.

Penguji Utama

Bonaventura Satya Bharata, S.I.P., M.Si., Ph.D.

Penguji I

Dr.phil. Y. Bambang Wiratmojo., S.Sos., M.A.

Penguji II



Nobertus Ribut Santoso, S.S., M.A., Ph.D.

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hilarius Pramanda Yuvendeo, S.I.Kom

NPM : 225508156

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Judul Tesis : Pengaruh Media Massa dan Media Digital Terhadap Persepsi
Publik Tentang Penyelenggaraan Pemilu Capres-Cawapres 2024

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Tesis ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi, maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar kemagisteran saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran diri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 6 November 2024

Saya yang menyatakan

Hilarius Pramanda Yuvendeo, S.I.Kom

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis berjudul Pengaruh Media Massa dan Media Digital Terhadap Persepsi Publik Tentang Penyelenggaraan Pemilu Capres-Cawapres 2024. Tersusunnya tesis ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. V. Sundari Handoko, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atmajaya Yogyakarta.
2. Nobertus Ribut Santoso, S.S., M.A., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ijin penelitian.
3. Bonaventura Satya Bharata, S.I.P., M.Si., Ph.D. selaku selaku dosen pembimbing yang telah memberi arahan, bimbingan, dan waktu dalam proses penulisan tesis
4. Desideria Cempaka Wijaya M., S.Sos., M.A., Ph.D dan Dr.phil.Y. Bambang Wiratmojo.,S.Sos., M.A selaku dosen penguji tesis yang telah menguji dan memberikan banyak masukan terkait tesis penulis.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Magister Ilmu Komuniiasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan membantu proses administrasi selama penulis menempuh pendidikan Pascasarjana.
6. Seluruh Kepala Desa (Lurah), Carik (Sekretaris Desa) serta seluruh Pamong/stafnya di Kelurahan/Kalurahan Se-Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta meliputi Kota Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Kabupaten Gunung Kidul, Kabupaten Bantul, Kabupaten Kulon Progo yang telah memberikan ijin penelitian sekaligus berkenan menjadi responden dalam penelitian.
7. Kedua orangtua penulis, Drs. Petrus Dwiyanto dan Dra. Maria Yuniarti yang dengan setia senantiasa mendukung, mendoakan, serta mencintai

dengan penuh kasih sayangnya sehingga menghantarkan penulis dapat menyelesaikan tesis ini. *I love you Mam and Pap*. Kakak penulis, Stefanie Pristica Yossita, S.Ak. Igantius Indra Kusuma, S.Kep, Ns. yang juga selalu mendoakan dan mendukung dengan penuh sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. *I love you more*

8. Calon istri penulis, Fransisca Kiki Fajarwati, S.Pd., M.Sc. yang dengan setia, menemani, mendoakan, serta mendukung dengan penuh penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini. *I love you sayangku*
9. Calon mertua penulis, Bapak Matheas Sadiyo Haryo Suwito dan Ibu Anastasia Lasiyem yang dengan setia senantiasa mendukung, mendoakan, serta mencintai dengan penuh kasih sayangnya sehingga menghantarkan penulis dapat menyelesaikan tesis ini. *I love you Mamak Kelis and Pak Yo*
10. Keluarga besar penulis, Alm. Fransiskus Asisi Soenardi, Alm. Ignatius Saiman, Alm. Saiman Putri, Alm. Supiati, yang sudah berbahagia di Surga bersama Allah. Mbah Uti (Fransisca Sri Atun), Mbah Narto Wiyono, Om Alex, Rhek Nina, Dek Tata, Dek Rosa, Dek Vian, Devina, Mbah Jiman, Pakde Tri, Mbak Nova, Mas Deni, Depang, Renata. Dan seluruh Keluarga besar Karanganyar, Keluarga besar Madiun, Keluarga besar Yogyakarta yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih atas segenap doa, dorongan semangat, dan cinta yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. *I love you all*
11. RP. Antonius Yuni Wimarta, CM., RD. Agustinus Ferdian, RD. Aloysius Widyan, RP. Paulus Wiryono Priyotamtama, SJ., Diakon Adi, segenap Romo, Frater, Biarawan dan Biarawati yang senantiasa mendoakan, mendukung dan memberikan semangat penuh sampai penulis menyelesaikan tesis ini.
12. Keluarga besar Yayasan Pergerakan Pendidikan Nusantara (Perdikan) dan Yayasan Benih Cetta Nusantara (BenCetta) yang berpartisipasi dalam memberikan dukungan semangat yang lebih kepada penulis

13. Teman-teman se-angkatan S2 di Magister Ilmu Komunikasi tahun ajaran 2022/2023, serta seluruh teman-teman adik Angkatan di Magister Ilmu Komunikasi
14. Teman-teman Komunitas Care For Others (CFO) Yogyakarta, Pandega Bima Cakra (PBC) Madiun, Cagar Urip Yogyakarta
15. Seluruh Umat Gereja Katolik yang berada di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang berkenan berpartisipasi menjadi responden penelitian.

Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas segala budi baik, memberikan berkat dan rejeki berlimpah kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa proposal tesis ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan demi kesempurnaan penelitian yang dilakukan.

Yogyakarta, 6 November 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 <i>Cultivation Theory</i>	20
2.2.2 Proses dan Produk <i>Cultivation Theory</i>	22
2.2.3 Integrasi <i>Cultivation Theory</i> dengan Media Sosial, Media Massa, Media <i>Online</i>	23
2.2.4 Definisi Pengaruh dan Persepsi Publik	26
2.2.5 Operasionalisasi Konsep	29
2.3 Bagan Kerangka Konseptual	35
BAB III METODOLOGI	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Pendekatan Penelitian	37
3.3 Jenis Penelitian	39

3.4	Metode Riset Penelitian	40
3.5	Populasi	41
3.6	Sampel	42
3.7	Rumus Proporsional	44
3.8	Teknik Sampling Nonprobabilitas	46
3.9	Teknik Pengumpulan Data	47
3.10	Uji Validitas	47
3.11	Uji Reliabilitas	48
3.12	Teknik Analisis Data	48
3.13	Hipotesis	50
3.14	Ringkasan Hipotesis	52
	BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Temuan	53
4.1.1	Hasil Uji Validitas	54
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	59
4.1.3	Daftar Pemilih Tetap atau Lokasi Menggunakan Hak Pilih	60
4.1.4	Jenis Kelamin	62
4.1.5	Generasi (Tahun Kelahiran)	64
4.1.6	Tingkat Pendidikan	65
4.1.7	Jenis Pekerjaan	67
4.1.8	<i>Platform</i> media sosial yang digunakan	69
4.1.9	Durasi penggunaan media sosial per hari	71
4.1.10	<i>Platform</i> media massa yang anda gunakan	73
4.1.11	Durasi Penggunaan Media Massa per Hari	75
4.1.12	<i>Platform</i> media <i>online</i> yang anda gunakan	77
4.1.13	Durasi Penggunaan Media <i>Online</i> per Hari	78
4.2	Pembahasan	80
4.2.1	<i>Cultivation Theory</i> – Resonansi (<i>Resonance</i>) (Media Sosial)	80
4.2.2	<i>Cultivation Theory</i> - Resonansi (<i>Resonance</i>) (MEDIA MASSA)	83
4.2.3	<i>Cultivation Theory</i> - Resonansi (<i>Resonance</i>) (MEDIA <i>ONLINE</i>)	87
4.2.4	<i>Cultivation Theory</i> - Pengarusutamaan Media (<i>Mainstreaming</i>) (MEDIA SOSIAL)	91
4.2.5	<i>Cultivation Theory</i> - Pengarusutamaan Media (<i>Mainstreaming</i>) (MEDIA MASSA)	96

4.2.6	<i>Cultivation Theory</i> - Pengarusutamaan Media (<i>Mainstreaming</i>) (<i>MEDIA ONLINE</i>)	101
4.2.7	Persepsi Publik	106
4.3.	Deskripsi Tabulasi Silang	112
4.3.1	Tabulasi silang antara Lokasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) atau Lokasi Menggunakan Hak Pilih dengan Jenis Kelamin.....	112
4.3.2	Tabulasi silang antara Lokasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) atau Lokasi Menggunakan Hak Pilih dengan Generasi (Tahun Kelahiran).....	115
4.3.3	Tabulasi silang antara Lokasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) atau Lokasi Menggunakan Hak Pilih dengan Tingkat Pendidikan	118
4.3.4	Tabulasi silang antara Lokasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) atau Lokasi Menggunakan Hak Pilih dengan Jenis Pekerjaan.....	122
4.3.5	Tabulasi silang antara Generasi (Tahun Kelahiran) dengan Durasi penggunaan media sosial per hari.....	126
4.3.6	Tabulasi silang antara Generasi (Tahun Kelahiran) dengan Durasi penggunaan media massa per hari	130
4.3.7	Tabulasi silang antara Generasi (Tahun Kelahiran) dengan Durasi penggunaan media <i>online</i> per hari.....	133
4.4	Pembahasan dari Uji Pengaruh.....	138
4.4.1	Hasil dari Uji Pengaruh	138
4.4.2	Tingkat Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y.....	141
4.4.3	Pengaruh Media Massa dan Media Digital terhadap Persepsi Publik Berdasarkan Lokasi DPT (Daftar Pemilih Tetap)	143
4.4.4	Pengaruh Media Massa dan Media Digital terhadap Persepsi Publik Berdasarkan Generasi (Tahun Kelahiran)	149
4.4.5	Pembahasan <i>Cultivation Theory</i> (Resonansi (<i>Resonance</i>) dan Pengarusutamaan Media (<i>Mainstreaming</i>)) dengan tingkat pengaruh di lokasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) dan Generasi (Tahun Kelahiran)	160
4.4.6	Implikasi Teoritis.....	1606
BAB V	PENUTUP.....	169
5.1	Kesimpulan.....	170
5.2	Saran	172
Saran Akademis	172
Saran Praktis	172
DAFTAR PUSTAKA	173
LAMPIRAN	178

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 3. <i>Cultivation Theory</i> - Resonansi (<i>Resonance</i>) (MEDIA SOSIAL).....	82
Tabel 4. <i>Cultivation Theory</i> - Resonansi (<i>Resonance</i>) (MEDIA MASSA).....	85
Tabel 5. <i>Cultivation Theory</i> - Resonansi (<i>Resonance</i>) (MEDIA ONLINE).....	89
Tabel 6. <i>Cultivation Theory</i> - Pengarusutamaan Media (<i>Mainstreaming</i>) (MEDIA SOSIAL).....	93
Tabel 7. <i>Cultivation Theory</i> - Pengarusutamaan Media (<i>Mainstreaming</i>) (MEDIA MASSA).....	98
Tabel 8. <i>Cultivation Theory</i> - Pengarusutamaan Media (<i>Mainstreaming</i>) (MEDIA ONLINE).....	103
Tabel 9. Persepsi Publik.....	108
Tabel 10. Tabulasi Silang DPT Dengan Jenis Kelamin.....	113
Tabel 11. Tabulasi Silang DPT Dengan Generasi.....	116
Tabel 12. Tabulasi Silang DPT Dengan Tingkat Pendidikan.....	119
Tabel 13. Tabulasi Silang DPT Dengan Jenis Pekerjaan.....	123
Tabel 14. Tabulasi Silang Generasi (Tahun Kelahiran) Dengan Penggunaan Media Sosial Per Hari.....	127
Tabel 15. Tabulasi Silang Generasi (Tahun Kelahiran) Dengan Durasi Penggunaan Media Massa Per Hari.....	131
Tabel 16. Tabulasi Silang Generasi (Tahun Kelahiran) Dengan Durasi Penggunaan Media Online Per Hari.....	134
Tabel 17. Hasil Uji Pengaruh.....	140
Tabel 18. Tingkat Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y.....	142
Tabel 19. Pengaruh Media Massa dan Media Digital terhadap Persepsi Publik Berdasarkan Lokasi DPT (Daftar Pemilih Tetap).....	144
Tabel 20. Pengaruh Media Massa dan Media Digital terhadap Persepsi Publik Berdasarkan Generasi (Tahun Kelahiran).....	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. YouTube Warta Kota Produ.....	3
Gambar 2. Salah Satu Contoh Permasalahan Demokrasi	4
Gambar 3. Salah Satu Contoh Ketidaknetralan Media	9
Gambar 4. Instagram Masing-Masing Capres-Cawapres Saat Bermedia Sosial ..	10
Gambar 5. Bukti KPU dan Viva <i>Group</i> Menunjukkan Keberpihakan Pada Salah Satu Capres-Cawapres Tertentu	11
Gambar 6. Kerangka Konseptual	35
Gambar 7. <i>Capture Google Form</i>	49
Gambar 8. Lokasi Daftar Pemilih Tetap (DPT)	60
Gambar 9. Jenis Kelamin	62
Gambar 10. Generasi (Tahun Kelahiran)	64
Gambar 11. Tingkat Pendidikan	66
Gambar 12. Jenis Pekerjaan	68
Gambar 13. <i>Platform</i> Media Sosial Yang Digunakan	70
Gambar 14. Durasi Penggunaan Media Sosial Per Hari	72
Gambar 15. <i>Platform</i> Media Massa Yang Digunakan	74
Gambar 16. Durasi Penggunaan Media Massa Per Hari.....	75
Gambar 17. <i>Platform</i> Media <i>Online</i> Yang Digunakan.	77
Gambar 18. Durasi Penggunaan Media <i>Online</i> Per Hari	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	178
Lampiran 2. Uji Validitas.....	195
Lampiran 3. Uji Reliabilitas	196
Lampiran 4. <i>Crosstabulation</i> / Tabulasi Silang antara Daftar Pemilih Tetap (DPT) dengan Jenis Kelamin (JK)	196
Lampiran 5. <i>Crosstabulation</i> / Tabulasi Silang antara Daftar Pemilih Tetap (DPT) dengan Generasi (Tahun Kelahiran)	197
Lampiran 6. <i>Crosstabulation</i> / Tabulasi Silang antara Daftar Pemilih Tetap (DPT) dengan Jenis Pendidikan	197
Lampiran 7. <i>Crosstabulation</i> / Tabulasi Silang antara Daftar Pemilih Tetap (DPT) dengan Jenis Pekerjaan	198
Lampiran 8. <i>Crosstabulation</i> / Tabulasi Silang antara Generasi (Tahun Kelahiran) dengan Durasi Penggunaan Media Sosial Per Har.....	198
Lampiran 9. <i>Crosstabulation</i> / Tabulasi Silang antara Generasi (Tahun Kelahiran) dengan Durasi Penggunaan Media Massa Per Hari.	199
Lampiran 10. <i>Crosstabulation</i> / Tabulasi Silang Antara Generasi (Tahun Kelahiran) dengan Durasi Penggunaan Media <i>Online</i> Per Hari	199
Lampiran 11. <i>Regresion</i> / Uji Pengaruh.....	200
Lampiran 12. Pengaruh Media Massa dan Media Digital terhadap Persepsi Publik Berdasarkan Lokasi DPT	202
Lampiran 13. Pengaruh Media Massa dan Media Digital terhadap Persepsi Publik Berdasarkan Generasi (Tahun Kelahiran).....	217
Lampiran 14. Dokumentasi Selama Pengambilan Data di Lapangan.....	229
Lampiran 15. Surat Ijin Penelitian dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.....	242
Lampiran 16. Surat Balasan dari Kalurahan untuk Diijinkan Penelitian	243
Lampiran 17. Poster Mohon Bantuan Menjadi Responden Penelitian	247

Hilarius Pramanda Yuvendeo, S.I.Kom

225508156 / Magister Ilmu Komunikasi

**Pengaruh Media Massa dan Media Digital Terhadap Persepsi Publik
Tentang Penyelenggaraan Pemilu Capres-Cawapres 2024**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media massa dan media digital terhadap persepsi publik tentang penyelenggaraan pemilu capres-cawapres 2024. Pemilu merupakan kontestasi untuk menjaga keutuhan dan kelestarian negara yang demokratis. Penelitian ini menggunakan *Cultivation Theory* dengan indikator Resonansi (*Resonance*) dan Pengarusutamaan Media (*Mainstreaming*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian explanatif. Metode yang digunakan adalah survei menggunakan kuesioner *online* melalui *google form*. Pengaruh media massa dan media digital terhadap persepsi publik berdasarkan lokasi daftar pemilih tetap menunjukkan tingkat pengaruh pada media sosial Resonansi (*Resonance*) tertinggi di Kota Yogyakarta. Media massa Resonansi (*Resonance*) tertinggi di Kota Yogyakarta. Media *online* Resonansi (*Resonance*) tertinggi di Kabupaten Kulon Progo. Tingkat pengaruh tertinggi pada media sosial Pengarusutamaan Media (*Mainstreaming*) di Kabupaten Sleman. Media massa Pengarusutamaan Media (*Mainstreaming*) tertinggi di Kabupaten Kulon Progo. Media *online* Pengarusutamaan Media (*Mainstreaming*) tertinggi di Kota Yogyakarta. Pengaruh media massa dan media digital terhadap persepsi publik berdasarkan generasi (tahun kelahiran) menunjukkan tingkat pengaruh tertinggi media sosial Resonansi (*Resonance*) pada generasi Baby Boomers. Tingkat pengaruh tertinggi media massa Resonansi (*Resonance*) pada generasi Baby Boomers. Tingkat pengaruh tertinggi media *online* Resonansi (*Resonance*) pada generasi Millennial. Media sosial Pengarusutamaan Media (*Mainstreaming*) tertinggi pada generasi Z. Media massa Pengarusutamaan Media (*Mainstreaming*) tertinggi pada generasi Z. Media *online* Pengarusutamaan Media (*Mainstreaming*) tertinggi pada generasi Z. Pada media *online* Resonansi (*Resonance*), media sosial Pengarusutamaan Media (*Mainstreaming*), media massa Pengarusutamaan Media (*Mainstreaming*) menunjukkan tidak ada pengaruh kuat pada generasi Baby Boomers.

Kata Kunci: *Cultivation Theory*, Pengarusutamaan Media (*Mainstreaming*), Media Digital, Media Massa, Pemilu, Persepsi Publik, Resonansi (*Resonance*)

Hilarius Pramanda Yuvendeo, S.I.Kom.

225508156 / *Master of Communication Science*

***The Influence of Mass Media and Digital Media on Public Perception
Regarding the Implementation of the 2024 Presidential and
Vice Presidential Elections***

ABSTRACT

This research aims to know the the influence of mass media and digital media on public perception regarding the implementation of the 2024 presidential and vice presidential elections. The election is a contestation to maintain the integrity and preservation of a democratic country. This research uses Cultivation Theory with resonance and mainstreaming indicators. This research uses a quantitative approach with an explanatory research type. The method used is a survey using an online questionnaire via Google Form. The influence of mass media and digital media on public perception based on permanent voter list shows the highest level of influence on social media resonance is in the city of Yogyakarta. The highest resonance mass media is in the city of Yogyakarta. The highest online media resonance is in Kulon Progo Regency. The highest level of influence on mainstreaming social media is in Sleman Regency. The highest mainstreaming mass media is in Kulon Progo Regency. The highest mainstreaming online media is in Yogyakarta City. The influence of mass media and digital media on public perception based on generation (year of birth) shows the highest level of influence on social media resonance is in the Baby Boomers generation. The highest level of influence on resonance mass media is in the Baby Boomers generation. The highest level of influence on online media resonance is in the Millennial generation. Social media mainstreaming is highest in generation Z. Mass media mainstreaming is highest in generation Z. Online media mainstreaming is highest in generation Z. In online resonance media, mainstreaming social media, mainstreaming mass media shows that there is no strong influence on the Baby Boomers generation.

Keywords: Cultivation Theory, Mainstreaming, Digital Media, Mass Media, Election, Public Perception, Resonance