



Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepercayaan Publik Pada Lembaga Pemerintah

Nagita Slavina¹, Naili Ni'matul Maula², Tahsya Ilfina³, Dwi Novaria Misidawati⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

nagita.slavina24101@mhs.uingusdur.ac.id¹, tahsya.ilfina24115@mhs.uingusdur.ac.id²,

nailynimatulmaula@gmail.com³, dwi.novaria.misidawati@uingusdur.ac.id⁴

Article Info

Article history:

Received November 29, 2025

Revised December 08, 2025

Accepted December 21, 2025

Keywords:

Social Media, Public Trust,
Government, Infodemic,
Hoaxes, Digital
Communication

ABSTRACT

In the digital age, social media has become the primary means of communication used by governments to disseminate information, increase transparency, and strengthen interaction with the public. However, the emergence of infodemics and the spread of fake news have also reduced public trust in government institutions, especially during and after the Covid-19 pandemic. This study uses a literature review method with a descriptive qualitative approach to examine the influence of social media on public trust in government institutions in the post-pandemic context and ahead of the 2024 elections. The results show that the use of social media by the government can improve the quality of public communication, build a positive image, and encourage public participation. However, challenges such as hoaxes, disinformation, and low digital literacy worsen public perception and hinder the effectiveness of government communication. Thus, a more adaptive, transparent, and responsive digital communication strategy is needed, including strengthening digital literacy, collaborating with independent media, and presenting accurate and easy-to-understand content, in order to restore public trust.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received November 29, 2025

Revised December 08, 2025

Accepted December 21, 2025

Keywords:

Media Sosial, Kepercayaan
Publik, Pemerintah, Infodemi,
Hoaks, Komunikasi Digital

ABSTRACT

Di era digital, media sosial telah menjadi sarana komunikasi utama yang dimanfaatkan pemerintah untuk menyebarkan informasi, meningkatkan transparansi, dan memperkuat interaksi dengan masyarakat. Namun, kemunculan infodemi dan penyebaran berita palsu turut menurunkan tingkat kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintah, terutama selama dan setelah pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji pengaruh media sosial terhadap kepercayaan publik pada lembaga pemerintah dalam konteks pascapandemi dan menjelang Pemilu 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh pemerintah dapat meningkatkan kualitas komunikasi publik, membangun citra positif, dan mendorong partisipasi masyarakat. Namun, tantangan berupa hoaks, disinformasi, dan rendahnya literasi digital memperburuk persepsi publik serta menghambat efektivitas komunikasi pemerintah. Dengan demikian, diperlukan strategi komunikasi digital yang lebih adaptif, transparan, dan responsif, termasuk penguatan literasi digital, kerja sama dengan media independen, serta penyajian konten yang akurat dan mudah dipahami, guna meningkatkan kembali kepercayaan publik.



This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Nagita Slavina
Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
Email: nagita.slavina24101@mhs.uingusdur.ac.id

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah berkembang menjadi platform utama untuk komunikasi dan pertukaran informasi. Selain itu, kemajuan teknologi memungkinkan terjadinya komunikasi yang efisien, meskipun jarak fisik individu berjauhan (Ranti Eka Putri et al., 2023). Media sosial memberikan manfaat sebagai wadah yang memungkinkan suara-suara dari kelompok minoritas dan masyarakat terpinggirkan bisa didengar (Vaccari & Valeriani, 2018)

Dalam bidang politik, media sosial telah dimanfaatkan menjadi saluran utama penyebaran berita dan opini politik, mendorong diskusi yang lebih terbuka dan melibatkan partisipasi aktif terkait masalah-masalah politik. Adanya media sosial ini menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam, biasanya pemerintah menggunakan media sosial untuk menggalang dukungan, mengkoordinasi kampanye, serta membentuk pandangan masyarakat. Kemudian berbagai macam konten politik disebarluaskan melalui platform seperti Facebook, X, dan Instagram. (Nisangi & Solihah, 2024)

Perubahan pola komunikasi ini memberikan peluang bagi pemerintah dalam membangun citra positif agar meningkatkan kepercayaan bagi masyarakat melalui media sosial. Kepercayaan publik terhadap lembaga-lembaga pemerintah merupakan hal penting untuk pembentukan keseimbangan sosial, ekonomi, dan politik. Kepercayaan ini menunjukkan bagaimana masyarakat menilai kejujuran, kemampuan, dan keandalan institusi pemerintah dalam menjalankan tugasnya (Sha, 2018).

Apabila kepercayaan masyarakat meningkat mereka cenderung lebih mendukung kebijakan pemerintah, mematuhi aturan, dan bagi pemerintah hal ini dapat memberikan mereka kebebasan dan ruang gerak yang lebih luas untuk menjalankan kebijakan politik dengan cara yang lebih bebas serta efektif (Bauer & Fatke, 2014). Sebaliknya, penurunan kepercayaan dapat meningkatkan risiko konflik sosial, ketidakpuasan, dan instabilitas politik (Porumbescu, 2016). Tetapi dengan kemudahan pemanfaatan media sosial ini, muncul pula penyebaran informasi yang tidak akurat, berat sebelah, bahkan palsu, yang dikenal sebagai infodemi (Tandoc et al., 2018). Sehingga hal ini dapat mempengaruhi pandangan dan persepsi masyarakat terhadap isu atau tokoh politik.

Sejak pandemi Covid-19 rasa ketidakpercayaan masyarakat terhadap pemerintah yang diekspresikan lewat media sosial mengalami peningkatan (Riefky et al., 2021). Pada masa pandemi Covid-19 (2020-2022), Indonesia mengalami kenaikan signifikan dalam penggunaan media sosial dengan penambahan puluhan juta pengguna aktif (DataReportal, 2020, 2021, 2022). Pemerintah saat itu memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi terkait



pandemi dan program bantuan. Sehingga masyarakat banyak yang mulai mengikuti akun sosial media pemerintah termasuk Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. Situasi ini penting untuk dipahami dalam rangka mengetahui harapan masyarakat terhadap komunikasi yang dilakukan pemerintah melalui platform media sosialnya.

Pemerintah telah berupaya menggunakan media sosial sebagai alat untuk transparansi, membangun kedekatan, memperbaiki layanan publik, serta mendorong partisipasi masyarakat (Bertot et al., 2010; Gohar F. Khan, 2017; Mergel, 2012, 2016; Nepal et al., 2015), infodemi menjadikan masyarakat semakin tidak percaya. Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah mengungkap dampak infodemi selama masa pandemi saat itu dan menekankan peran media sosial dalam penanganan komunikasi krisis, masih ada kekurangan penelitian dalam memeriksa secara mendalam bagaimana pemanfaatan media sosial oleh lembaga pemerintah tertentu, terutama setelah pandemi dan di tengah tantangan misinformasi terkait politik menjelang Pemilu 2024, benar-benar mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat.

Penelitian yang ada biasanya berfokus pada sisi negatif infodemi atau tanggapan umum dari pemerintah, tetapi kurang mempelajari strategi komunikasi yang bisa disesuaikan oleh lembaga terkait serta hubungannya dengan perubahan pandangan masyarakat tentang kepercayaan terhadap lembaga pemerintah. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki pengaruh media sosial terhadap kepercayaan pada lembaga pemerintah, dengan mempertimbangkan dinamika informasi dan hambatan kepercayaan di masa setelah pandemi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengkaji pengaruh media sosial terhadap kepercayaan publik kepada lembaga pemerintah, dengan perhatian khusus pada kondisi setelah pandemi COVID-19 di Indonesia dan tantangan disinformasi menjelang PEMILU 2024. Data penelitian ini diperoleh dari sumber sekunder, yaitu artikel ilmiah, jurnal nasional maupun internasional.

Media sosial memiliki dampak besar dalam komunikasi politik di era digital saat ini, tetapi dengan kemudahan ini juga menyebabkan infodemi yang merusak kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintah. Melalui tinjauan pustaka, penelitian ini meneliti literatur terkini, data penggunaan platform digital, serta penggunaan media sosial oleh lembaga pemerintah. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh pemerintah dapat meningkatkan transparansi dan partisipasi masyarakat, meskipun infodemi sering kali memperburuk keraguan publik. Penelitian ini ikut andil dalam mengisi kekurangan pengetahuan dengan menggali strategi komunikasi yang disesuaikan untuk membangun kepercayaan di era digital. Pada intinya pemerintah harus lebih mengoptimalkan konten asli dan memastikan proses pengecekan data agar meningkatkan kepercayaan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Media Sosial dalam Komunikasi Pemerintah

Media sosial saat ini telah menjadi instrumen strategis dalam tata kelola komunikasi pemerintah, seiring meningkatnya digitalisasi kehidupan masyarakat dan perubahan pola



konsumsi informasi publik. Transformasi ruang komunikasi dari yang semula hanya mengandalkan media konvensional menuju platform digital menjadikan media sosial sebagai ruang yang tidak hanya informatif, tetapi juga partisipatif. Pemerintah memanfaatkan media sosial karena karakteristiknya yang cepat, interaktif, fleksibel, dan adaptif terhadap dinamika sosial. Di tengah ekspektasi masyarakat yang semakin menuntut keterbukaan, kecepatan penyampaian informasi, dan kemudahan akses, media sosial berperan sebagai jembatan untuk memperkuat hubungan antara negara dan warga, sekaligus sebagai ruang untuk membangun kehadiran pemerintah yang lebih dekat dan responsif.

Alasan utama pemerintah menggunakan media sosial dapat ditinjau dari kebutuhan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dua arah. Pemerintah tidak lagi cukup hanya menyebarkan informasi secara satu arah seperti pada era media cetak atau televisi. Dengan media sosial, pemerintah dapat mendengarkan langsung keluhan, aspirasi, dan pertanyaan warga secara real time. Interaksi dua arah seperti ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk terlibat dalam isu publik secara lebih aktif. Hal ini sejalan dengan perkembangan paradigma governance yang mengedepankan prinsip partisipasi dan keterlibatan publik. Selain itu, media sosial memungkinkan pemerintah menggunakan pendekatan komunikasi yang lebih humanis melalui visual, narasi personal, dan bahasa yang lebih mudah dipahami oleh berbagai kelompok masyarakat. Dengan demikian, media sosial berperan memperluas jangkauan komunikasi pemerintah sekaligus meningkatkan kualitas engagement publik.

Dari sisi transparansi, media sosial memberi ruang bagi pemerintah untuk menampilkan proses administrasi, laporan kinerja, kebijakan terbaru, hingga program pembangunan secara terbuka. Transparansi ini menjadi semakin penting mengingat meningkatnya kesadaran publik terhadap hak memperoleh informasi yang akurat dan cepat. Media sosial memungkinkan pemerintah memperlihatkan proses kerja institusi secara langsung, mulai dari pengelolaan anggaran hingga pelaksanaan kegiatan publik, sehingga masyarakat dapat melakukan pengawasan secara lebih mudah. Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah berkontribusi terhadap meningkatnya kepercayaan publik karena masyarakat dapat melihat proses dan hasil kerja pemerintah secara lebih terbuka. Kalimat ini didukung oleh hasil studi (Maulvi et al., 2023) yang menegaskan bahwa media sosial memperkuat peran humas pemerintah dalam membangun citra keterbukaan dan akuntabilitas.

Selain fungsi informasi, media sosial juga berperan penting sebagai wadah interaksi dan dialog antara pemerintah dan masyarakat. Melalui kolom komentar, fitur pesan langsung, atau forum publik digital, warga dapat menyampaikan keluhan terkait pelayanan publik, menyampaikan masukan, atau bahkan memberikan kritik terhadap kebijakan. Pemerintah dapat memanfaatkan data interaksi tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Studi (Maula & Prasetyo, 2023) mencatat bahwa interaksi publik melalui media sosial memperkuat efektivitas komunikasi pemerintah dan meningkatkan persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan informasi publik. Interaksi yang bersifat inklusif ini juga membantu pemerintah memahami kebutuhan, keresahan, dan preferensi masyarakat secara lebih akurat, sehingga kebijakan yang dirumuskan dapat lebih relevan dan kontekstual.

Lebih jauh, media sosial juga digunakan oleh pemerintah sebagai sarana membangun citra institusional melalui konten kreatif. Pemerintah kini banyak memanfaatkan format konten



seperti infografis, video edukatif, storytelling digital, atau konten visual lainnya untuk menjelaskan kebijakan secara lebih menarik dan mudah dipahami. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan attention span publik yang selama ini menjadi tantangan dalam komunikasi pemerintah. Pendekatan visual dan naratif tidak hanya memperkuat pesan, tetapi juga membantu pemerintah menjangkau kelompok muda yang lebih familier dengan budaya digital. Upaya ini sekaligus menjadi strategi branding pemerintah agar tampil sebagai institusi yang modern, adaptif, dan dekat dengan masyarakat.

Secara keseluruhan, peran media sosial dalam komunikasi pemerintah mencakup aspek transparansi, penyebaran informasi cepat, interaksi publik, hingga pembentukan citra institusi. Media sosial tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi, tetapi juga bagian integral dari tata kelola komunikasi pemerintahan yang demokratis dan partisipatif. Penggunaan media sosial secara optimal memberikan peluang bagi pemerintah untuk mengembangkan model komunikasi yang lebih terbuka, responsif, dan humanis, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik serta kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Trust (Kepercayaan Publik) terhadap Pemerintah

Kepercayaan publik memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai produk yang dihasilkan oleh pemerintah dari produk kebijakan sampai dengan produk pelayanan. Tingkat kepercayaan publik yang tinggi mengindikasikan segala produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat dengan mematuhi segala kebijakan pemerintah. Namun tidak secara otomatis kepercayaan publik akan meningkat dengan sendirinya, tetap ada konsekuensi ketidakpercayaan publik terhadap pemerintah. Hal yang dapat menyebabkan tingkat kepercayaan publik menurun dapat terjadi karena terdapat banyaknya kebijakan pemerintah daerah yang tidak berkualitas. Mengindikasikan menghambat investasi, pembangunan sosial ekonomi, dan kebijakan itu bertentangan dengan peraturan yang lebih tinggi. Kualitas pelayanan birokrasi yang buruk, dan tidak ada keadilan penegakan hukum dari beberapa kasus yang telah diputus oleh pengadilan dan seakan masyarakat percaya bahwa hukum hanya tajam ke bawah tapi tumpul keatas. Menurunnya kepercayaan publik kepada pemerintah semakin hari semakin meningkat, meskipun bukti empiris terbatas tentang menurunnya kepercayaan publik menjadi pembahasan politik pada era tahun 1960an dan sampai pada era ilmu politik kontemporer, perhatian kepercayaan publik pada pemerintah juga meluas pada kajian administrasi publik dan pelayanan publik (Van de Walle & Bouckaert, 2003). Dalam era digital yang semakin berkembang, kepercayaan publik terhadap pemerintah dan institusi semakin menghadapi tantangan besar. Masyarakat kini lebih kritis dalam menilai kebijakan dan tindakan pemerintah, terutama dengan adanya media sosial yang mempercepat penyebaran informasi serta membentuk opini publik. Krisis kepercayaan publik terhadap pemerintah merupakan isu yang semakin mengemuka dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena seperti kebijakan yang blunder dan persoalan penegakan hukum yang masih melanda negeri ini. Bagi sebagian orang, "kabur aja dulu" adalah bentuk eskapisme, sementara bagi yang lain, ini adalah bentuk ekspresi kekecewaan masyarakat terhadap para penyelenggara negara. Tagar ini mencuat sebagai respons terhadap kesenjangan sosial, mahalnya biaya pendidikan dan minimnya lapangan kerja di dalam negeri. Negara-negara seperti Korea Selatan, Jepang, Australia, Amerika Serikat, dan



Jerman menjadi tujuan favorit bagi mereka yang ingin mencari peluang lebih baik di luar negeri. (Irhamdhika et al., 2025) Istilah ini muncul sebagai simbol perlawanan terhadap sistem birokrasi yang dianggap lamban, tidak akuntabel, dan sering kali gagal memenuhi harapan masyarakat. Keresahan ini dipicu oleh berbagai isu nasional, termasuk ketidakpastian ekonomi, lapangan pekerjaan yang semakin sulit, kebijakan yang kurang tepat, dan masalah penegakan hukum. Fenomena ini juga terkait dengan tren "pensiun mini" di kalangan generasi Z, di mana banyak dari mereka memilih berhenti bekerja di usia muda karena merasa tidak nyaman dengan tekanan kerja, budaya kerja yang kurang sehat, atau kurangnya apresiasi dari atasan. Ditambah lagi, krisis kepercayaan publik terhadap pemerintah semakin memperumit situasi ini. Banyak anak muda merasa bahwa kebijakan ekonomi yang ada tidak mendukung mereka untuk bertahan dalam dunia kerja formal. (Berita Siber, 2025) Hal ini berdampak negatif pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang kesulitan mendapatkan tenaga kerja loyal, mengancam produktivitas dan stabilitas ekonomi masyarakat. Seiring dengan meningkatnya pengaruh cancel culture, fenomena di mana individu atau institusi mendapat kecaman dan boikot akibat tindakan atau pernyataan yang dianggap kontroversial, pemerintah menghadapi tantangan besar dalam membangun kembali kepercayaan publik. Dalam konteks ini, peran Hubungan Masyarakat (Humas) pemerintah menjadi semakin penting untuk memastikan komunikasi yang transparan, kredibel, dan efektif dalam merespons dinamika opini publik. Strategi komunikasi yang tepat tidak hanya berfungsi untuk mengelola krisis, tetapi juga untuk memitigasi dampak negatif dari cancel culture serta mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap institusi negara.

(Julita et al., 2015) menyatakan bahwa kepercayaan terhadap pemerintah ditunjukkan melalui bagaimana hubungan yang terjalin antara pemerintah dan rakyatnya. Hubungan baik antara pemerintah dengan Wajib Pajak harus senantiasa dipelihara sehingga akan meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah. (Ibrahim et al., 2020) menyatakan kepercayaan kepada pemerintah merupakan sesuatu yang harus dikelola oleh pemerintah karena kepercayaan tidak dapat secara tiba-tiba terbentuk tetapi membutuhkan proses. (Latief et al., 2020) menyatakan bahwa kepercayaan kepada pemerintah sangat merefleksikan penerimaan individu terhadap suatu otoritas apakah tindakan, sikap, dan moralitas yang dilakukan pemerintah pro pada kepentingan masyarakat atau tidak. Kepercayaan terhadap sistem pemerintahan akan mendorong kepatuhan Wajib Pajak untuk membayar pajaknya. Menurut (Arismayani et al., 2017) kepercayaan yang dimiliki Wajib Pajak terhadap pemerintahan dan hukum akan mendorong Wajib Pajak patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Berdasarkan pengertian-pengertian yang telah dipaparkan di atas, penulis menyimpulkan pengertian dari kepercayaan kepada pemerintah merupakan kepercayaan masyarakat pada pemerintah atas moral, perilaku, dan sikap dari pemerintah yang tercermin dari kebijakan yang dibuat.

Hoaks dan Pengaruhnya pada Trust

Berita atau sering disebut Hoaks saat ini sudah dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat dari remaja hingga lanjut usia, hoaks sudah menjadi hal yang biasa. Pada era sekarang berita palsu menjadi ancaman menakutkan bagi masyarakat terutama dalam konteks kepercayaan terhadap pemerintah. Sering kali, berita palsu muncul dalam berbagai variasi, termasuk



informasi tentang kesehatan, politik, serta isu SARA (Tentriawali et al., 2020). Pengaruhnya terhadap kepercayaan pemerintah sangat penting, karena berita palsu bisa menimbulkan keraguan masyarakat terhadap kebijakan dan informasi dari pemerintah.

Menurut (Agustina et al., 2022) berita palsu adalah informasi yang telah dimanipulasi kebenarannya, baik di tambah informasi yang tidak tepat ataupun dikurangi dari isi berita yang aslinya. Tindakan ini menyebabkan kecemasan masyarakat dan menimbulkan ketidakpercayaan terhadap informasi tersebut, yang pada akhirnya menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sebagai sumber informasi utama. Hal ini juga relevan bagi masyarakat luas, dari hasil pengamatan menunjukkan bahwa mereka sangat terpengaruh oleh berita palsu pada masa Pandemi Covid-19, terutama yang berkaitan dengan isu kesehatan. Dalam bidang komunikasi, berita palsu dikategorikan sebagai *noise* dalam proses komunikasi.

Model komunikasi yang ditemukan oleh Shannon dan Weaver menjelaskan bahwa terjadinya gangguan (*noise*) adalah fenomena yang biasa terjadi selama proses komunikasi. Secara dasar, pesan yang dikirim oleh sumber informasi tidak selalu diterima secara utuh oleh penerima akibat gangguan dalam mekanisme distribusi atau saluran yang digunakan (Milyane dkk., 2022). Konsep ini bisa dicoba pada situasi di mana pemerintah bertindak sebagai sumber informasi utama untuk memberitahu masyarakat tentang perkembangan terbaru pandemi COVID-19. Dalam hal ini, gangguan yang terjadi dalam proses komunikasi atau saluran seringkali mengakibatkan pesan yang diterima oleh masyarakat menjadi tidak lengkap atau bahkan berlebihan, sehingga meningkatkan ketidakpercayaan terhadap kebijakan pemerintah dan mengurangi efektivitas tindakan pencegahan pandemi.

Penyebaran berita palsu melalui platform media sosial adalah salah satu penyebab utama ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga pemerintah. Konten seperti berita palsu, rumor, dan cerita menyesatkan cenderung menyebar lebih cepat daripada pernyataan resmi dari institusi terkait, terutama ketika konten tersebut memicu emosi kuat seperti ketakutan, kemarahan, atau asumsi negatif terhadap lembaga pemerintah. Keadaan ini menimbulkan kebingungan di kalangan masyarakat yang secara bertahap merusak kepercayaan pemerintah dalam merumuskan dan melaksanakan kebijakan publik.

Selain itu, penelitian ini menjelaskan bahwa bentuk berita palsu yang sering membuat publik tidak percaya berkaitan dengan kebijakan ekonomi, layanan kesehatan, dan proses PEMILU. Masyarakat lebih percaya dengan laporan tentang tuduhan korupsi dan ketidakmampuan pemerintah dalam menyelesaikan tanggungjawabnya dari pada penjelasan berdasarkan fakta dan data akurat. Menurut (Misrun et al., 2024), menjelaskan bahwa berita palsu menyebar lebih mudah karena sifatnya yang mengejutkan dan kemampuan yang memicu respons emosional. Selain itu, dampak berita palsu ini diperkuat oleh algoritma platform media sosial, yang menghasilkan ruang gema di mana pengguna biasanya hanya melihat konten yang sesuai dengan keyakinan yang sudah ada, yang berarti mereka jarang mempertimbangkan pandangan lain. Pada akhirnya membuat perpecahan dalam kepercayaan publik terhadap pemerintah semakin buruk, karena banyak orang mengandalkan informasi dari media sosial tanpa mengecek kebenarannya.

Di sisi lain, pemerintah tetap menanggapi penyebaran berita palsu dengan pendekatan responsif dan melindungi, sering kali pemerintah kalah cepat dengan penyebaran berita palsu. Di samping itu, langkah penjelasan yang di ambil oleh pemerintah sering mengalami hambatan,



karena masyarakat lebih cenderung memilih informasi yang sejalan dengan pandangan mereka dari pada menerima pernyataan asli dari lembaga pemerintah.

Untuk menghadapi dampak penyebaran berita palsu terhadap kepercayaan publik, pemerintah di upayakan melakukan pendekatan komunikasi publik lebih sigap. Termasuk peningkatan pendidikan digital, pemanfaatan teknologi canggih untuk mendeteksi berita palsu, serta kolaborasi dengan para ahli akademisi, dan media independen agar menyebarkan informasi yang akurat. Penjelasan tersebut diusahakan disajikan dalam bentuk yang lebih mudah dimengerti dan menarik, supaya bisa bersaing dengan berita palsu. Di samping itu, keterbukaan dan kecepatan pemerintah dalam menanggapi berita palsu. Usaha ini bertujuan agar meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah sekaligus mengurangi dampak negatif dari penyebaran berita palsu di era digital.

Keterbukaan dan Akuntabilitas di Media Sosial

Dalam dunia media sosial, keterbukaan dan akuntabilitas memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik terhadap pemerintah dan organisasi publik, dengan memudahkan komunikasi dua arah, berbag informasi secara real-time, dan meningkatkan kesadaran publik terhadap kebijakan pemerintah. Platform seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan TikTok memungkinkan pemerintah untuk dengan cepat dan efisien menyampaikan tentang kebijakan, proyek, dan layanan publik, sehingga meningkatkan aksesibilitas informasi dan pandangan publik terhadap keterbukaan (Tri Haryadi, 2024). Selain itu, adanya fitur interaktif media sosial masyarakat bisa menyampaikan pendapat, kritik, dan saran, yang meningkatkan responsivitas dan tanggung jawab lembaga pemerintah (Haryadi, 2024). Namun, agar potensi media ini bisa dimanfaatkan sepenuhnya, hambatan seperti risiko keamanan, penyebaran informasi pribadi, kesenjangan digital, dan literasi digital harus diatasi dengan regulasi, analisis, dan strategi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran (Haryadi, 2024).

Pendapat (Umma & Ahmad, 2025) penggunaan media sosial meningkatkan pandangan tentang good governance yang baik dengan meningkatkan akuntabilitas dengan saling bertukar informasi, kemampuan pemerintah dalam mengatasi sesuatu, dan interaksi real-time, seperti yang disebutkan dalam literatur (Bertot et al., 2010) yang menekankan teknologi dan informasi media sosial juga sebagai alat untuk keterbukaan dan anti-korupsi, kemampuan pemerintah dalam kerja sama digital (Rahmanto, 2022). Menurut (Aldi Putra et al., 2024), keterbukaan dan akuntabilitas adalah bagian kunci dalam membangun kepercayaan publik, dengan akses yang lebih mudah terhadap informasi dan metode yang mampu mendorong diskusi yang terbuka dan penuh pertimbangan serta pengambilan keputusan demi kepentingan publik. Walaupun usaha ini masih memiliki kekurangan seperti rendahnya engagement mendalam (Aldi Putra et al., 2024)

Salah satu hambatan besar yang di hadapi adalah ancaman keamanan dunia maya, penyebaran berita palsu, literasi digital yang masih rendah, dan batasan sumber daya seperti karyawan. Hal-hal ini bisa menyebabkan penurunan produktivitas, walaupun sudah memposting secara terus menerus dan visual konten yang menarik seperti video yang dibuat untuk Gen Z (Haryadi, 2024; Putri & Marom, n.d.). Jadi untuk menangani hal ini, platform media sosial perlu dijadikan wadah strategis yang terbuka, jujur, dan tanggap guna mendukung



pembaruan tata kelola. Pendekatan ini bisa dilakukan dengan memperbaiki akses internet, mengadakan pelatihan tentang literasi digital, menetapkan peraturan yang tegas, menerapkan prosedur operasional standar (SOP), mendorong kerja sama antar tim, serta memperkuat mekanisme pengawasan baik dari dalam maupun luar (Haryadi, 2024; Putri & Marom, n.d.; Taufik et al., n.d.).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi alat penting dalam komunikasi pemerintah, tidak hanya untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai ruang dialog publik, sarana transparansi, dan strategi membangun citra institusi yang responsif. Namun, infodemi, hoaks, dan misinformasi menjadi tantangan utama yang mengurangi efektivitas komunikasi dan menurunkan kepercayaan publik, terutama di tengah rendahnya literasi digital dan kesenjangan akses informasi.

Oleh karena itu, pemerintah perlu mengembangkan strategi komunikasi digital yang adaptif, termasuk meningkatkan literasi digital masyarakat, menyediakan konten yang akurat dan menarik, memperkuat regulasi terhadap berita palsu, serta berkolaborasi dengan media independen dan akademisi. Dengan langkah-langkah ini, kepercayaan publik dapat diperkuat, mendukung stabilitas politik, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan memperbaiki efektivitas penyelenggaraan pemerintahan. Penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi studi lanjutan mengenai strategi komunikasi digital dan peran media sosial dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N., Adrian, A., & Hermawati, M. (2022). Implementasi Algoritma Naïve Bayes Classifier untuk Mendeteksi Berita Palsu pada Sosial Media. *Faktor Exacta*, 14(4), 206. <https://doi.org/10.30998/faktorexacta.v14i4.11259>
- Aldi Putra, M., Taufik, T., & Aunnurrafiq, A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 4(1), 31–41. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v4i1.103>
- Ahmed, J., Talpur, A. R., & Soomro, S. A. (2023). The Role of Digital Media in Promoting Political Transparency and Accountability in Pakistan. *Pakistan Social Sciences Review*, 7(4), 322-329.
- Arismayani.2017. Pengaruh Modernisasi Sistem Perpajakan, Motivasi Wajib Pajak, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Pemerintah dan Hukum Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. E-Journal, Vol:8 No.2, Jurusan Akuntansi, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja.
- Bauer, P. C., & Fatke, M. (2014). Direct democracy and political trust: Enhancing trust, initiating distrust-or both? *Swiss Political Science Review*, 20(1), 49–69. <https://doi.org/10.1111/spsr.12071>



- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government Information Quarterly*, 27(3), 264–271. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2010.03.001>
- Husaini, H. (2025). *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PUBLIK TERHADAP PEMERINTAH*. 1, 112-121. <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmieHalaman:112-121>
- Ibrahim, Z., Ibrahim, M.A., & Syahribulan. (2020). Pengaruh kepercayaan publik terhadap kepatuhan wajib pajak. *YUME: Journal of Management*, 3(3), 80-93. <https://doi.org/10.2568/yum.v3i2.777>
- Irhamdhika, G., El Hidayah, N. I., Yogi Ariska, Dito Anjasromo Ningtyas, & Sari, A. (2025). Krisis Kepercayaan Publik: Fenomena #Kaburajadulu Dan Peran Humas Pemerintah Dalam Merespons Cancel Culture. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 6(1), 7–15. <https://doi.org/10.31294/jpr.v6i1.8663>
- Julita, J., Basri, Y. M., & Huda, A. (2015). Pengaruh Persepsi Atas Efektifitas Sistem Perpajakan, Kepercayaan, Tarif Pajak dan Kemanfaatan Npwp terhadap Kepatuhan Membayar Pajak (Studi Empiris pada Wajib Pajak UMKM Makanan di Kpp Pratama Pekanbaru Senapelan). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 2(2).
- Latief, S., Junaidin, Z., & Mapparenta. (2020). Pengaruh kepercayaan kepada pemerintah, kebijakan insentif pajak dan manfaat pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Center of Economic Student Journal*, 3(3), 271-289.
- Maula, L. Q., & Prasetyo, D. (2023). Pemberitaan Akhir Covid 19 Melalui Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 3(2), 1–11.
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- Milyane dkk. (2022). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Suparyanto dan Rosad (2015 (Vol. 5, Issue 3)*. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/557082-pengantar-ilmu-komunikasi-22ec77af.pdf>
- Misrun, C. A., Haerani, E., Fikry, M., & Budianita, E. (2024). *Jurnal Computer Science and Information Technology (CoSciTech) naive bayes classifier method*. 4(1), 207–215.
- Nisangi, S., & Solihah, R. (2024). Peran Media Sosial sebagai Salah Satu Kekuatan Kampanye Politik pada Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 8(1), 181. <https://doi.org/10.31604/jim.v8i1.2024.181-189>
- Putri, I. M., & Astini, B. (2024). Pengaruh terpaan informasi media sosial terhadap tingkat kepercayaan publik pada pemilihan umum 2024. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 10(2), 333-350.
- Porumbescu, G.A. (2016) Linking public sector social media and e-government website use to trust in government. *Government Information Quarterly*. [Online] 33 (2), 291-304.



Available

- Rahmanto, A. N. (2022). Media Sosial dan Persepsi Publik tentang Good Governance pada Pemerintah Daerah di Solo Raya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 88. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i1.6433>
- Ranti Eka Putri, M. Wasito, & Ayu Nadia Lestari. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 667–675. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1550>
- Riefky, Hutasoit, I. R., Nopiyanto, A. M. D., Nugrahani, H. S. D., & Zulkarnain, R. A. (2021). Growing public distrust towards the Indonesian Government for lack of response to COVID-19 outbreak. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 716(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/716/1/012072>
- Septiana, N. (2021). Dampak berita hoax pada masyarakat: Studi fenomenologi Kelurahan Ngronggo Kota Kediri. *NGARSA: Journal of Dedication Based on Local Wisdom*, 1(2), 207-216
- Tandoc Jr, E. C. (2019). The facts fake news: A research review. *Sociology Compass*, 13(9), e127224.
- Tri Haryadi, A. (2024). Peran Media Sosial dalam Mendorong Transparansi dan Akuntabilitas Administrasi Publik-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0). *Indonesian Research Journal on Education Web Jurnal Indonesian Research Journal on Education*, 4(4), 3342–3349. [file:///C:/Users/User/Downloads/document \(8\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/document%20(8).pdf)
- Umma, W. P., & Ahmad, N. (2025). Peran Media Sosial sebagai Medium untuk Memaksimalkan Keterbukaan Informasi Publik di KPU Kabupaten Jombang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 7(1), 122–135. <https://doi.org/10.130.86/jkn.v7i1.2403>
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2018). Digital Political Talk and Political Participation: Comparing Established and Third Wave Democracies. *SAGE Open*, 8(2). <https://doi.org/10.1177/2158244018784986>
- Van de Walle, S., & Bouckaert, G. (2003). Public service performance and trust in government: The problem of causality. *International Journal of Public Administration*, 26(8–9), 891–913. <https://doi.org/10.1081/PAD-120019352>