

BAB I Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan arus informasi digital, masyarakat Indonesia kini memiliki akses yang jauh lebih luas dalam mengikuti dinamika sosial, politik, dan kebijakan negara. Perubahan ini tidak hanya mempercepat penyebaran informasi, tetapi juga mengubah pola partisipasi masyarakat dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Masyarakat tidak lagi berperan sebagai penerima informasi yang pasif, melainkan menjadi aktor aktif yang menilai, merespons, dan mendiskusikan berbagai kebijakan publik secara terbuka.

Dalam konteks ini, kehadiran media sosial memainkan peran yang sangat signifikan sebagai ruang diskursus publik. Salah satu platform yang menonjol adalah X, yang dikenal sebagai ruang interaksi yang cepat, terbuka, dan responsif terhadap isu-isu aktual. DataReportal (2025) menunjukkan bahwa jumlah pengguna X di Indonesia mencapai sekitar 25,2 juta. Meskipun secara kuantitas lebih kecil dibandingkan platform lain seperti Instagram, TikTok, atau Facebook, X memiliki karakteristik unik sebagai arena diskusi politik. Penelitian Merlyna Lim (2017) menyebut X sebagai *political discourse arena*, yaitu ruang di mana opini publik dibentuk, dinegosiasikan, dan diperdebatkan secara real-time. Hal ini diperkuat oleh laporan Centre for Innovation Policy and Governance (Nugroho & Syarif, 2020) serta Pew Research Center (2023) yang menunjukkan bahwa pengguna X cenderung lebih politis, kritis, dan aktif dalam diskusi publik dibandingkan pengguna platform lain.

Karakteristik tersebut semakin relevan ketika dikaitkan dengan komposisi demografis pengguna media sosial di Indonesia yang didominasi oleh generasi muda, khususnya Generasi Z (Gen Z). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2020), Gen Z merupakan kelompok penduduk yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, mengacu pada klasifikasi generasi yang juga digunakan oleh William H. Frey. Gen Z mencakup sekitar 27,94% dari total populasi Indonesia, menjadikannya salah satu kelompok generasi terbesar dalam struktur demografi nasional (Livingstone, 2018).

Sebagai *digital natives*, Gen Z tumbuh dalam lingkungan yang telah terintegrasi dengan teknologi digital sejak usia dini, sehingga memiliki karakteristik khas dalam mengakses dan memproses informasi. Laporan Pew Research Center (2023) menunjukkan bahwa generasi muda cenderung lebih aktif mengonsumsi informasi melalui media sosial, lebih kritis terhadap institusi, serta lebih terlibat dalam diskusi isu sosial dan politik dibandingkan generasi

sebelumnya. Selain itu, Gen Z juga menunjukkan sensitivitas yang tinggi terhadap isu transparansi, keadilan, dan akuntabilitas pemerintah.

Dominasi Gen Z dalam ruang digital menjadikan mereka aktor penting dalam pembentukan opini publik, termasuk dalam menilai kinerja pemerintah. Hal ini berkaitan erat dengan isu kepercayaan publik terhadap pemerintah (*trust in government*), yang dalam beberapa tahun terakhir menjadi perhatian penting dalam studi politik dan administrasi publik. Laporan Edelman melalui *Edelman Trust Barometer 2024* menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap pemerintah berada pada kategori *moderate trust* sebesar 62%, namun bersifat fluktuatif mengikuti dinamika sosial dan politik. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepercayaan publik bersifat dinamis dan sangat dipengaruhi oleh bagaimana pemerintah mengelola komunikasi serta kebijakan publik.

Meskipun tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap pemerintah masih berada pada kategori *moderate trust*, kondisi tersebut tidak menunjukkan bahwa kepercayaan publik bersifat stabil. Kepercayaan masyarakat dapat berubah seiring munculnya berbagai kebijakan publik yang memicu perhatian, perdebatan, maupun kritik di ruang digital. Ketika masyarakat menilai pemerintah kurang terbuka dalam menjelaskan proses pengambilan keputusan, penggunaan anggaran, ataupun pelaksanaan kebijakan, persepsi transparansi menjadi dipertanyakan. Kondisi ini berpotensi memengaruhi tingkat *trust in government*, terutama pada masyarakat yang aktif mengikuti isu-isu pemerintahan melalui media sosial.

Dalam konteks Indonesia, dinamika tersebut semakin terlihat melalui respons masyarakat terhadap kebijakan strategis pemerintah yang berkembang di media sosial. Salah satu kebijakan yang menjadi sorotan luas adalah program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang diinisiasi oleh Prabowo Subianto. Program ini dirancang untuk meningkatkan kualitas gizi masyarakat dan menurunkan angka stunting, namun di sisi lain juga memunculkan perhatian publik terkait skala anggaran dan implementasinya.

Program MBG direncanakan menjangkau puluhan juta penerima manfaat dengan kebutuhan anggaran yang diperkirakan mencapai puluhan hingga ratusan triliun rupiah per tahun (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2025; Bappenas, 2024). Besarnya skala program ini memunculkan pertanyaan publik terkait transparansi sumber pendanaan dan prioritas kebijakan. Analisis dari Bank Dunia (2024) menekankan pentingnya transparansi fiskal dalam program berskala besar, sementara Institute for Development of Economics and Finance menyoroti potensi trade-off anggaran terhadap sektor lain.

Kekhawatiran publik semakin meningkat dengan munculnya isu penyesuaian anggaran di sektor pendidikan. Kajian dari Universitas Gadjah Mada menunjukkan adanya potensi

pemangkasan anggaran pendidikan tinggi dan riset hingga Rp 14,3 triliun serta sekitar Rp 8 triliun pada sektor pendidikan dasar dan menengah. Isu ini kemudian berkembang luas di media sosial X melalui berbagai tagar seperti #IndonesiaGelap, #SaveKIPKuliah, dan #DaruratPendidikan. Analisis dari Drone Emprit (2025) menunjukkan bahwa tagar-tagar tersebut memperoleh ratusan ribu hingga jutaan interaksi, mencerminkan tingginya partisipasi Gen Z dalam mengkritisi kebijakan pemerintah.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa persoalan yang dihadapi tidak hanya berkaitan dengan substansi kebijakan, tetapi juga bagaimana pemerintah menyampaikan informasi mengenai kebijakan tersebut kepada masyarakat. Besarnya perhatian publik terhadap transparansi pendanaan, konsistensi informasi, dan akuntabilitas pemerintah menunjukkan bahwa persepsi transparansi menjadi aspek penting dalam membentuk *trust in government*. Namun demikian, respons masyarakat terhadap informasi yang sama tidak selalu seragam. Sebagian masyarakat tetap menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi, sementara sebagian lainnya justru mengalami penurunan kepercayaan. Perbedaan respons tersebut mengindikasikan adanya faktor lain yang berpotensi memengaruhi hubungan antara persepsi transparansi dan *trust in government*.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan publik terhadap pemerintah sangat dipengaruhi oleh bagaimana kebijakan dikomunikasikan dan dijelaskan kepada masyarakat. Secara teoretis, Margaret Levi (Levi & Stoker, 2000) menjelaskan bahwa kepercayaan politik merupakan kesediaan warga untuk menerima kerentanan dengan keyakinan bahwa pemerintah akan bertindak sesuai kepentingan publik. Sementara itu, Lynne Zucker (Tanny, 2023) menekankan bahwa kepercayaan terbentuk melalui mekanisme institusional yang menciptakan ekspektasi terhadap perilaku pemerintah. Perspektif ini diperkuat oleh Roger Mayer (Mayer et al., 1995) dan Russell Hardin (Haryanto & Rahmania, 2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan dipengaruhi oleh persepsi terhadap kompetensi, integritas, dan benevolence.

Sejalan dengan fenomena tersebut, peneliti melakukan studi awal terhadap pengguna aktif media sosial X untuk memperoleh gambaran awal mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *trust in government*. Hasil studi awal menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengaku pernah mengalami penurunan kepercayaan terhadap pemerintah, terutama ketika kebijakan dinilai tidak transparan, tidak konsisten, atau kurang berpihak pada masyarakat. Responden diminta mengidentifikasi faktor yang paling memengaruhi kepercayaan terhadap pemerintah, transparansi memperoleh persentase tertinggi sebesar 29%, diikuti oleh integritas (15%), kejujuran dan tanggung jawab (13%), serta keadilan dan

akuntabilitas (10%). Sementara itu, partisipasi publik memperoleh 6%, sedangkan nilai kemanusiaan berada pada kisaran 4%.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa transparansi dipandang sebagai faktor yang paling dominan dalam membentuk kepercayaan publik terhadap pemerintah. Namun demikian, hasil studi awal juga memperlihatkan bahwa tidak seluruh responden memberikan tingkat kepercayaan yang sama meskipun mereka sama-sama terpapar informasi mengenai kebijakan pemerintah di media sosial X. Perbedaan tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara persepsi transparansi dan *trust in government* kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain di luar transparansi itu sendiri. Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti menduga bahwa salah satu faktor yang berpotensi memengaruhi hubungan tersebut adalah *party identity*. Individu dengan identifikasi politik yang berbeda dimungkinkan memiliki cara yang berbeda pula dalam menginterpretasikan keterbukaan informasi pemerintah, sehingga persepsi transparansi yang sama belum tentu menghasilkan tingkat *trust in government* yang sama.

Dalam kajian akademik, Stephan Grimmelikhuijsen dan Albert Meijer (S. G. Grimmelikhuijsen & Meijer, 2012) menjelaskan bahwa persepsi transparansi berkaitan dengan sejauh mana pemerintah menyediakan informasi yang akurat, relevan, dan dapat diakses oleh publik. Hubungan positif antara pemanfaatan media digital dan transparansi diperkuat oleh Song dan Lee (Song & Lee, 2016) serta Porumbescu (Porumbescu, 2017) yang menunjukkan melalui pengujian empiris bahwa penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah berkontribusi positif dalam meningkatkan persepsi keterpercayaan (*trustworthiness*) pemerintah di mata warga negara. Dari sudut pandang keterbukaan data kuantitatif, Purwanto (Purwanto & Janssen, 2020.) juga mengonfirmasi bahwa kualitas sistem informasi yang transparan berkorelasi kuat dalam menyusun fondasi kepercayaan publik. Di Indonesia, temuan ini selaras dengan studi Effendi (2021), Wulandari (2023), serta Rahmawati dan Putra (2022) yang menunjukkan bahwa keterbukaan informasi komunikasi pemerintah melalui platform digital berdampak positif terhadap *trust in government*.

Namun demikian, efektivitas transparansi dalam meningkatkan kepercayaan tidak selalu konsisten, terutama dalam konteks ruang digital media sosial yang penuh interpretasi. Grimmelikhuijsen (S. G. Grimmelikhuijsen & Meijer, n.d.) menggarisbawahi bahwa dampak transparansi terhadap *trust* tidak linear, melainkan dipengaruhi oleh kecenderungan disposisi awal (*general predisposition*) warga dalam memandang pemerintah. Inkonsistensi ini didukung oleh Sari dan Prasetya (Fandi Prasetya, 2023) yang melaporkan bahwa intensitas keterbukaan informasi di media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap *trust* masyarakat perkotaan. Lestari dan Kurniawan (2022) juga menunjukkan bahwa keterbukaan informasi

digital tidak otomatis menaikkan kepercayaan jika dinilai tidak selaras dengan realitas kebijakan. Lebih lanjut, Rahman dan Purwaningsih (2021) menemukan bahwa kepercayaan masyarakat tetap dipengaruhi oleh faktor psikologis lain dan kredibilitas moral aparatnya.

Adanya ketidakkonsistenan hasil (*research gap*) ini menunjukkan adanya faktor penyaring lain yang memoderasi hubungan tersebut. Dalam teori politik, faktor psikologis-politik seperti *party identity* berperan penting sebagai lensa interpretatif tersebut. Jack Citrin (Citrin & Citrin, 2014) serta Russell Dalton (Bauer, 2018) menjelaskan bahwa identifikasi politik berfungsi sebagai kacamata afektif yang memengaruhi bagaimana individu menilai tindakan pemerintah. Bankert, Huddy, dan Rosema (Bankert et al., 2017) menegaskan bahwa individu dengan identifikasi politik kuat mengevaluasi pemerintah secara bias (Bankert et al., 2017), cenderung lebih toleran pada kekurangan informasi dari pemerintah yang didukung, namun sangat sinis pada pihak yang berseberangan.

Dalam konteks Gen Z di platform X yang penuh dengan polarisasi opini, pengaruh *party identity* ini menjadi semakin kompleks. Paparan arus opini yang masif di media sosial dapat memperkuat bias afektif preferensi politik mereka. Riset di Indonesia oleh Purnama (2019) mengonfirmasi bahwa identifikasi politik ini secara nyata memoderasi sikap dan persepsi publik terhadap jalannya pemerintahan. Dengan demikian, *party identity* memiliki potensi besar untuk memperkuat atau melemahkan hubungan antara persepsi transparansi dan *trust in government*.

Meskipun banyak penelitian telah menguji pengaruh persepsi transparansi terhadap *trust in government*, kajian yang secara khusus mengintegrasikan variabel psikologis-politik seperti *party identity* sebagai variabel moderator dalam konteks pengguna media sosial generasi muda masih sangat terbatas. Kebanyakan studi di Indonesia masih berfokus pada ranah administratif konvensional, bukan pada transparansi komunikasi kebijakan strategis nasional yang dikonsumsi masyarakat melalui media sosial.

Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya penelitian ini untuk dilakukan. Di tengah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi politik, pemerintah tidak hanya dituntut menyampaikan informasi secara terbuka, tetapi juga memahami bahwa penerimaan masyarakat terhadap informasi tersebut dipengaruhi oleh karakteristik psikologis dan politik setiap individu. Tanpa memahami faktor-faktor tersebut, transparansi yang telah dilakukan pemerintah belum tentu mampu meningkatkan *trust in government*. Oleh karena itu, penelitian mengenai hubungan antara persepsi transparansi, *party identity*, dan *trust in government* menjadi relevan baik secara akademis maupun praktis dalam mendukung perumusan strategi komunikasi publik yang lebih efektif.

Kebaruan dalam penelitian ini dengan mengintegrasikan perspektif psikologi politik melalui penggunaan *party identity* sebagai variabel moderator dalam hubungan antara persepsi transparansi dan *trust in government*. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menguji hubungan langsung kedua variabel tersebut, penelitian ini menelaah bagaimana identifikasi politik dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh persepsi transparansi terhadap kepercayaan kepada pemerintah. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada pengguna media sosial X dari kalangan Generasi Z dalam konteks kebijakan Makan Bergizi Gratis (MBG), sehingga memberikan konteks empiris yang masih jarang dikaji dalam penelitian di Indonesia.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menguji pengaruh persepsi transparansi terhadap *trust in government* dengan menjadikan pemerintah pusat sebagai objek penelitian, serta *party identity* sebagai variabel moderator dalam konteks pengguna media sosial X dari kalangan Gen Z. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam memperkaya kajian psikologi politik, serta kontribusi praktis bagi pemerintah dalam merumuskan strategi komunikasi kebijakan yang adaptif di era digital.

Rumusan Masalah

Kepercayaan terhadap pemerintah (*trust in government*) merupakan elemen penting dalam menjaga stabilitas sosial dan keberhasilan implementasi kebijakan publik. Di era digital, pembentukan kepercayaan tidak lagi hanya dipengaruhi oleh interaksi langsung atau media konvensional, tetapi juga oleh dinamika diskursus di media sosial. Platform X menjadi salah satu ruang utama bagi masyarakat, khususnya Generasi Z, dalam mengakses informasi, mendiskusikan kebijakan, serta mengevaluasi kinerja pemerintah.

Dalam konteks ini, persepsi transparansi pemerintah menjadi faktor krusial yang memengaruhi tingkat kepercayaan publik, terutama ketika kebijakan strategis seperti program Makan Bergizi Gratis (MBG) memicu perdebatan di ruang digital. Selain itu, faktor psikologis-politik seperti *party identity* juga berpotensi memengaruhi bagaimana individu menilai transparansi pemerintah dan membentuk kepercayaan terhadap institusi negara. Oleh karena itu, penting untuk meneliti hubungan antara persepsi transparansi dan *trust in government*, serta peran *party identity* sebagai variabel moderator dalam konteks pengguna media sosial X.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Persepsi Transparansi berpengaruh terhadap *Trust in Government* ?
2. Apakah *Party Identity* berpengaruh terhadap *Trust in Government*?

3. Apakah *Party Identity* memoderasi hubungan antara Persepsi Transparansi dengan *trust in government* pada pengguna media sosial X?
4. Bagaimana gambaran tingkat *Trust in Government* pada pengguna media sosial X dari kalangan Generasi Z?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui sejauh mana Persepsi Transparansi berpengaruh terhadap *Trust in Government*
2. Mengetahui sejauh mana *Party Identity* berpengaruh terhadap *Trust in Government*
3. Untuk mengetahui peran *Party Identity* sebagai variabel moderator dalam hubungan antara persepsi transparansi dengan *trust in government*.
4. Mengetahui tingkat *Trust in Government* pada pengguna media sosial X dari kalangan Generasi Z.

Kegunaan Penelitian

Penelitian ini disusun sebagai bentuk kontribusi dalam memperdalam pemahaman mengenai kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah di era digital, di mana interaksi antara negara dan warga negara tidak lagi terbatas pada ruang fisik, tetapi juga berlangsung secara intensif melalui media sosial. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi politik, mempercepat penyebaran informasi, serta membuka ruang bagi terbentuknya opini publik yang lebih cepat dan luas. Dalam konteks ini, menelaah bagaimana persepsi transparansi terhadap kepercayaan masyarakat menjadi hal yang penting untuk dipahami. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti, baik dalam segi pengembangan ilmu pengetahuan maupun penerapannya dalam kehidupan bermasyarakat.

Kegunaan Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian *trust in government*, khususnya dalam konteks era digital yang ditandai oleh dominasi media sosial sebagai ruang diskursus publik. Penelitian ini memperkaya literatur mengenai hubungan antara persepsi transparansi dan kepercayaan publik dengan menghadirkan konteks empiris pada pengguna X yang didominasi oleh Generasi Z.

Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan kontribusi konseptual dengan mengintegrasikan variabel psikologis-politik berupa *party identity* sebagai moderator dalam hubungan antara persepsi transparansi dan *trust in government*. Integrasi ini menjadi penting

mengingat karakteristik Generasi Z yang cenderung kritis, aktif di media sosial, serta terpapar pada arus informasi dan polarisasi opini politik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas kajian dalam bidang psikologi politik dan komunikasi publik, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika pembentukan kepercayaan publik di ruang digital, khususnya dalam merespons kebijakan pemerintah seperti program Makan Bergizi Gratis (MBG).

Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah, khususnya dalam merancang strategi komunikasi kebijakan yang lebih transparan, akuntabel, dan adaptif terhadap karakteristik Generasi Z sebagai kelompok pengguna media sosial yang dominan. Dalam konteks kebijakan strategis seperti program Makan Bergizi Gratis (MBG), hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan dalam meningkatkan kualitas penyampaian informasi publik, sehingga mampu membangun dan mempertahankan kepercayaan masyarakat di tengah dinamika diskursus digital.

Bagi akademisi dan institusi pendidikan, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam pengembangan kajian terkait literasi politik digital, perilaku generasi muda, serta komunikasi publik di era media sosial. Sementara itu, bagi masyarakat, khususnya Generasi Z, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan terhadap pemerintah, sehingga mendorong terbentuknya sikap yang lebih kritis, reflektif, dan partisipatif dalam menilai serta merespons kebijakan publik di ruang digital.