

Strategi Revolusi Kepercayaan Masyarakat terhadap Pemerintah kota Padangsidimpuan melalui Media Sosial

Asrul Hidayat¹, Arini Syahidah², Agustia Siregar³ Rukyah Zahra Rambe⁴, Juni Wati Sri Rizki⁵

^{1,2,3,4,5} UIN syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Indonesia

Korespondensi: Asrulhidayat056@gmail.com

Informasi Artikel

Riwayat artikel:

Diterima Februari 07th, 2026

Direvisi Februari 27th, 2026

Diterima Maret 02th, 20xx

Kata kunci:

kepercayaan publik; komunikasi digital; media sosial; transparansi pemerintahan; partisipasi masyarakat; strategi komunikasi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merumuskan strategi penguatan kepercayaan masyarakat terhadap Pemerintah Kota Padangsidimpuan melalui optimalisasi pemanfaatan media sosial sebagai instrumen komunikasi publik. Dalam konteks transformasi digital, media sosial berperan strategis dalam meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Tantangan penurunan kepercayaan publik menuntut pemerintah daerah untuk mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif, responsif, dan berbasis interaksi dua arah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten terhadap akun media sosial resmi pemerintah daerah, wawancara mendalam dengan pejabat terkait, serta survei persepsi masyarakat sebagai data pendukung. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi pola komunikasi, tingkat keterlibatan publik, dan efektivitas pesan yang disampaikan. Hasil penelitian diharapkan menghasilkan rekomendasi strategis yang aplikatif dalam perancangan kebijakan komunikasi digital, guna memperkuat legitimasi, meningkatkan partisipasi publik, serta membangun kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan.



© 2025 Para Penulis. Diterbitkan oleh Riset Anak Bangsa. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Kepercayaan masyarakat adalah fondasi utama bagi legitimasi dan efektivitas pemerintahan yang demokratis. Ketika kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah menurun, hal ini dapat berdampak pada partisipasi publik yang rendah, resistensi terhadap kebijakan, dan bahkan ketidakstabilan sosial. (Irawan Iwan, 2024) Pemerintah Kota Padangsidimpuan, seperti banyak pemerintah daerah lainnya di Indonesia, menghadapi dinamika kompleks dalam menjaga dan meningkatkan kepercayaan publik di tengah era informasi yang serba cepat dan tuntutan akuntabilitas yang semakin tinggi.

Munculnya media sosial telah mengubah lanskap komunikasi secara drastis. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga kanal utama bagi masyarakat untuk mengakses informasi, menyuarakan pendapat, dan berinteraksi dengan institusi publik. Potensi media sosial sebagai alat untuk membangun dan merevolusi kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sangat besar, namun pemanfaatannya memerlukan strategi yang cermat dan terencana. (Stephen G Grimmelikhuijsen, et.al, 2014)

Penelitian ini akan membahas bagaimana Pemerintah Kota Padangsidimpuan dapat secara proaktif memanfaatkan media sosial untuk mengatasi defisit kepercayaan dan membangun kembali ikatan yang kuat dengan warganya. Ini mencakup tidak hanya penyampaian informasi satu arah, tetapi juga penciptaan ruang dialog, penerimaan masukan, dan demonstrasi akuntabilitas yang nyata.

Kepercayaan publik secara umum dapat diartikan sebagai suatu sikap yang abstrak yang mendeskripsikan satu denganyanglainnya mempunyai hubungan saling memahami dan percaya. Sedangkan menurut Haning kepercayaan publik adalah kemauan dan kesungguhan seluruh warga masyarakat atau kelompok untuk percaya atas kewenangan atau kekuasaan yang dimiliki pemerintah untuk mewujudkan kebijakan yang telah ditetapkan sesuai dengan implementasinya. Kepercayaan publik (*public trust*) merupakan salah satu elemen kunci yang paling menentukan keberhasilan penyelenggaraan pelayanan publik dalam birokrasi pemerintahan. Oleh karena itu, pelayanan publik sering dikonotasikan dengan kepercayaan publik.

Kepercayaan public dipandang sebagai kapasitas Tunggal yang perlu dimiliki organisasi publik untuk penyelenggaraan pelayanan pemerintahan yang baik. Menurut Choudhory beberapa istilah yang berbeda sering digunakan untuk menjelaskan fenomena terkait dengan kepercayaan, seperti *confident*, *reliability*, dan *trustworthiness*. Kecenderungan untuk menggunakan istilah secara berbeda-beda dan tergantung pada konteksnya adalah suatu hal yang wajar dan terjadi di banyak Negara. Hal itu dapat terjadi karena konsep kepercayaan publik bersifat multidimensional dan menjadi subjek dari disiplin ilmu yang beraneka ragam, seperti psikologi, sosiologi, politik, ekonomi, dan administrasi public. (Elza Adelia, et.al, nd)

Kepercayaan publik dalam perspektif sosiologi didefinisikan bahwa suatu kondisi yang didalamnya terdapat karakteristik antar orang dan institusi, kepercayaan terjadi ketika pihak-pihak yang memegang persepsi tertentu menguntungkan satu sama lain memungkinkan hubungan ini untuk mencapai hasil yang diharapkan. Kepercayaan publik adalah elemen yang sangat penting dan mendasar untuk mendapatkan administrasi publik yang sah. (Masfi Sya'fiatul Ummah, 2019)

Kepercayaan merupakan konsep yang bersifat multifaset yang mana mengenai konsensus dasar diantara anggota masyarakat pada nilai-nilai kolektif, prioritas dan perbedaan serta penerimaan implisit masyarakat dimana mereka hidup. Dalam aspek kepercayaan yang mengacu pada kepercayaan terhadap pemerintah, pemerintah harus menjalin kerjasama bersama pemangku kepentingan yang terkait dalam mengelola ekspektasi warganya. Karena apabila pemerintah tidak mampu mengelola dan mewujudkan harapan warganya maka akan dapat merusak kepercayaan yang sudah diberikannya. Oleh karena itu setiap kebijakan yang diambil oleh pemerintah dan lembaganya harus kredibel. Dengan demikian kepercayaan publik terhadap pemerintah dapat diartikan bahwa segala sesuatu berupa sikap atau tindakan yang mendeskripsikan saling memahami dan percaya antara warganegara dan pemerintah beserta pejabatnya untuk mendapatkan administrasi yang sah.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas kepercayaan publik dalam perspektif sosiologi, politik, dan administrasi publik, kajian tersebut umumnya menempatkan kepercayaan sebagai dampak dari kualitas tata kelola dan pelayanan publik secara umum, belum secara spesifik mengkaji strategi komunikasi digital sebagai instrumen utama pembentukannya. Di sisi lain, studi mengenai pemanfaatan media sosial di sektor publik lebih banyak berfokus pada aspek diseminasi informasi dan tingkat keterlibatan (*engagement*), tanpa merumuskan model strategis yang sistematis dan terukur dalam membangun kepercayaan masyarakat. Selain itu, penelitian empiris pada level pemerintah daerah masih terbatas, khususnya dalam konteks Pemerintah Kota Padangsidimpuan, sehingga belum tersedia analisis komprehensif mengenai keterkaitan antara pola komunikasi media sosial pemerintah daerah dengan persepsi dan tingkat kepercayaan publik. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut melalui perumusan strategi komunikasi digital yang berorientasi pada penguatan kepercayaan masyarakat.

KERANGKA TEORITICAL

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Publik

1. Integritas dan Kejujuran

Kredibilitas, bersih, peka, dan responsif terhadap seluruh kepentingan dan aspirasi yang dilandasi oleh etika, semangat melayani, serta akuntabilitas dan integritas publik. Integritas dan kejujuran dalam konteks ini bukan hanya tentang mengatakan kebenaran, tetapi juga tentang menjadi pribadi atau institusi yang dapat dipercaya (kredibel, bersih), peduli dan tanggap (peka, responsif), serta bertindak berdasarkan prinsip moral yang tinggi (etika, semangat melayani, akuntabilitas, dan integritas publik). Ini adalah fondasi penting untuk membangun kepercayaan publik yang kuat dan berkelanjutan. (Stephen MR Covey, et.al, 2006)

2. Kinerja dan Efektivitas

Dalam konteks pemerintahan, organisasi, atau bahkan individu, "kinerja" dan "efektivitas" adalah dua konsep yang sangat terkait dan krusial untuk mengukur keberhasilan. Kemampuan institusi dalam mewujudkan kebijakan yang telah ditetapkan dan memberikan pelayanan yang efektif dan efisien. Pemerintah atau institusi publik yang memiliki kinerja dan efektivitas yang tinggi akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan publik. (Kim Soon Hoo, 2010) Masyarakat akan melihat bahwa janji-janji pemerintah diwujudkan, masalah mereka diatasi, dan pelayanan yang mereka terima berkualitas serta tidak membuang-buang waktu atau uang. Ini adalah salah satu pilar utama untuk membangun legitimasi dan dukungan dari masyarakat.

3. **Transparansi dan Akuntabilitas**

Transparansi secara harfiah berarti keterbukaan atau kejernihan. Dalam konteks pemerintahan atau organisasi, ini mengacu pada prinsip di mana informasi tentang operasi, keputusan, dan kebijakan harus dapat diakses dan dipahami oleh publik. Ini seperti memiliki dinding kaca di mana masyarakat bisa melihat apa yang sedang terjadi di dalamnya. Keterbukaan informasi dan pertanggungjawaban atas tindakan dan keputusan. Pemerintah yang tidak transparan sering dianggap menyembunyikan sesuatu.

4. **Responsivitas**

Kemampuan pemerintah untuk menanggapi kebutuhan dan keluhan warga. Responsivitas adalah salah satu indikator penting dalam pelayanan publik yang baik. Ini menunjukkan kemampuan pemerintah untuk cepat tanggap dan bertindak menanggapi kebutuhan, aspirasi, dan keluhan warga. Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi *platform* yang sangat vital bagi pemerintah untuk menunjukkan responsivitasnya. Namun responsivitas pemerintah melalui media sosial bukan hanya tentang membalas komentar, tetapi tentang membangun ekosistem komunikasi yang efisien dan efektif untuk memenuhi kebutuhan warga secara *real-time* dan transparan.

5. **Komunikasi Efektif**

Komunikasi efektif adalah pilar krusial bagi setiap institusi, terutama pemerintah, dalam berinteraksi dengan publik. Ini bukan sekadar mengirim pesan, melainkan memastikan bahwa pesan tersebut diterima, dipahami, dan menimbulkan respons yang diinginkan. Dalam konteks kepercayaan publik, komunikasi efektif adalah kunci untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang kuat. Cara institusi berkomunikasi dengan publik, termasuk penyampaian informasi yang akurat dan berimbang. Secara keseluruhan, komunikasi efektif adalah investasi strategis bagi setiap institusi yang ingin membangun dan memelihara hubungan yang positif dengan publik. Ini adalah jembatan yang menghubungkan institusi dengan masyarakat, memastikan bahwa tindakan dan tujuan institusi dipahami dan didukung.

6. **Faktor Rasional dan Relasional**

Benevolence (perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima) serta kemampuan dan integritas adalah faktor pembentuk kepercayaan. Kepercayaan yang kuat terbentuk ketika kita yakin bahwa pihak lain mampu melakukan apa yang dibutuhkan (kompetensi), akan melakukan hal yang benar (integritas), dan memiliki niat baik serta peduli terhadap kita (*benevolence*). Dalam konteks kepercayaan publik, pemerintah perlu menunjukkan tidak hanya kemampuan dan integritas dalam tata kelola dan pelayanan, tetapi juga empati, perhatian, dan niat baik terhadap seluruh warga negara.

Peran Media Sosial dalam Komunikasi Publik

Media sosial telah merevolusi cara institusi, terutama pemerintah dan organisasi publik, berkomunikasi dengan masyarakat. Perannya melampaui sekadar penyampaian informasi, menjadi saluran dua arah yang dinamis untuk interaksi, partisipasi, dan pembentukan opini. Media sosial menjadi saluran penyebaran informasi cepat dan luas seperti jangkauan massal, aksesibilitas dan pembaruan yang *real time*. Bukan hanya itu saja platform ini juga dapat menjadi wadah untuk interaksi dan dialog dua arah yang lebih dekat dengan publik dan juga responsive. (Yovinus, 2018) Melalui media sosial institusi dapat memantau opini publik untuk memahami sentiment publik terhadap kebijakan, program atau isu tertentu yang secara langsung dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang relevan sesuai dengan kebutuhan rakyat.

Secara keseluruhan, media sosial telah mengubah lanskap komunikasi publik dari model satu arah menjadi model dua arah yang partisipatif. Institusi yang berhasil memanfaatkan media sosial dengan bijak akan lebih mampu membangun kepercayaan, meningkatkan legitimasi, dan menjalin hubungan yang lebih kuat dengan masyarakat yang mereka layani.

E-Commerce dan E-Participation

E-Government, atau Pemerintahan Elektronik, adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) oleh lembaga pemerintah untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, transparansi, dan kualitas pelayanan publik. Ini melibatkan digitalisasi proses administrasi, penyediaan layanan online, dan peningkatan interaksi antara pemerintah dengan warga negara, bisnis, dan antar lembaga pemerintah lainnya. Tujuan utama E-Government adalah Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik, Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Administrasi, Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas,

dan Mendorong Partisipasi Masyarakat. Implementasi E-Government di Indonesia telah mencakup berbagai inisiatif, seperti layanan online, system informasi internal, portal pemerintah, dan pengadaan barang dan jasa elektronik.

E-Participation, atau Partisipasi Elektronik, adalah pemanfaatan TIK untuk memfasilitasi dan mendorong keterlibatan publik dalam lingkup politik dan pemerintahan. Ini merupakan bagian integral dari E-Government yang berfokus pada dimensi interaksi dan partisipasi warga. E-Participation bertujuan untuk meningkatkan partisipasi publik dan mewujudkan pengambilan keputusan yang lebih partisipatif, inklusif, kolaboratif, dan deliberatif. Implementasi E-Participation di Indonesia dapat dilihat dari adanya platform pengaduan online, forum diskusi online, jajak pendapat (polling) online dan media sosial resmi. Hubungan E-Government, E-Participation, dan Media Sosial adalah media sosial sebagai akselerator E-Government, sebagai jantung E-Participation dan meningkatkan keterlibatan warga dan partisipasi singkatnya, E-Government menciptakan infrastruktur digital untuk tata kelola, E-Participation adalah filosofi tentang bagaimana warga dapat terlibat dalam tata kelola tersebut, dan media sosial berfungsi sebagai jembatan yang kuat dan dinamis yang menghubungkan pemerintah dengan warga dalam ekosistem digital ini, sehingga meningkatkan keterlibatan warga dan transparansi secara signifikan.

Strategi dan Model Komunikasi Pemerintah Adaptasi di Era Digital

Strategi komunikasi pemerintah adalah peta jalan bagaimana institusi publik berinteraksi dengan warganya untuk mencapai tujuan tertentu, seperti membangun dukungan publik, mengimplementasikan kebijakan, atau mengelola krisis. Di era digital ini, strategi tersebut harus terus beradaptasi dengan lanskap media yang berubah cepat. Komunikasi strategis adalah pendekatan yang terencana, terpadu, dan berorientasi tujuan dalam menyampaikan pesan. Ini bukan sekadar mengirim informasi, melainkan tentang bagaimana informasi itu dirancang, disebarkan, dan diterima untuk menghasilkan hasil yang diinginkan. Beberapa teori yang relevan meliputi:

- **Teori Agenda-Setting:** Media (dan kini media sosial) tidak memberi tahu kita apa yang harus dipikirkan, tetapi memberi tahu kita tentang apa yang harus dipikirkan. Pemerintah dapat menggunakan strategi ini untuk menyoroti isu-isu tertentu yang ingin mereka prioritaskan dalam agenda public. (Maxwell E. McCombs, et.al, 1972)
- **Teori Framing:** Bagaimana sebuah pesan dibingkai atau disajikan dapat sangat memengaruhi bagaimana publik menafsirkannya. Pemerintah dapat membingkai kebijakan atau isu dengan cara yang mendorong pemahaman dan dukungan.
- **Teori Difusi Inovasi:** Teori ini menjelaskan bagaimana ide-ide baru dan inovasi menyebar melalui populasi. Pemerintah bisa menggunakannya untuk menyebarkan informasi tentang kebijakan baru atau perubahan perilaku (misalnya, program vaksinasi) dengan mengidentifikasi "inovator" atau "pengadopsi awal" di masyarakat.
- **Teori Hubungan Masyarakat (Public Relations):** Model PR seringkali menjadi dasar komunikasi pemerintah. Model-model ini (seperti model dua arah simetris) menekankan pentingnya dialog, mendengarkan umpan balik, dan membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan publik.

Secara umum, model komunikasi pemerintah dapat berevolusi dari yang paling sederhana hingga yang paling kompleks: (Haning, dkk 2008)

- **Model Satu Arah (Informasional):** Ini adalah model paling dasar di mana pemerintah adalah pengirim pesan dan publik adalah penerima pasif. Tujuannya hanya untuk menginformasikan. Contohnya adalah pengumuman kebijakan melalui siaran pers atau media massa tradisional tanpa mekanisme umpan balik yang kuat.
- **Model Dua Arah Asimetris (Persuasif):** Pemerintah berusaha membujuk atau memengaruhi opini publik, tetapi belum sepenuhnya terbuka terhadap perubahan diri berdasarkan umpan balik. Ada mekanisme umpan balik, tetapi tujuannya lebih ke arah memahami publik untuk merancang pesan yang lebih persuasif.
- **Model Dua Arah Simetris (Dialogis/Partisipatif):** Ini adalah model ideal di mana komunikasi adalah proses dua arah yang seimbang. Pemerintah dan publik saling mendengarkan, belajar, dan beradaptasi. Tujuannya adalah mencapai pemahaman bersama dan konsensus. Model ini menekankan dialog, keterbukaan, dan kesediaan pemerintah untuk menyesuaikan kebijakan atau tindakannya berdasarkan masukan publik. Ini adalah inti dari E-Participation.

- Model Komunikasi Krisis: Model khusus ini dirancang untuk situasi darurat atau krisis. Fokusnya adalah pada kecepatan, akurasi, empati, dan konsistensi dalam menyampaikan informasi untuk mengelola persepsi publik, mengurangi kepanikan, dan menjaga kepercayaan.

Era digital, terutama dengan dominasi media sosial, telah memaksa pemerintah untuk secara radikal mengadaptasi strategi komunikasinya dari satu arah ke dua arah interkatif. Jika sebelumnya komunikasi dominan satu arah (pemerintah mengumumkan, publik menerima), kini media sosial mendorong interaksi *real-time*. Pemerintah harus siap berdialog, merespons komentar, dan berpartisipasi dalam percakapan publik. Pemerintah dituntut untuk sangat responsif terhadap isu-isu yang berkembang, mengklarifikasi hoaks dengan cepat, dan menanggapi keluhan warga tanpa penundaan. Kecepatan ini harus diimbangi dengan akurasi.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi pemerintah di era digital harus lebih dinamis, interaktif, responsif, dan data-driven. Tujuannya bukan hanya untuk menyampaikan pesan, tetapi untuk membangun dialog berkelanjutan yang mengarah pada pemahaman bersama dan kepercayaan publik yang kuat.

METODE PENELITIAN

Untuk mengkaji secara komprehensif Strategi Revolusi Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemerintah Kota Padangsidimpuan Melalui Media Sosial Pemerintah, pendekatan penelitian campuran (*Mixed Methods*) akan menjadi yang paling relevan dan memberikan pemahaman yang mendalam. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan data kualitatif dan kuantitatif guna mendapatkan gambaran yang holistik. Abu Ahmad Cholid, 2002) Desain penelitian yaitu *study case* dan analisis content hal ini berfokus pada pemerintah kota Padangsidimpuan secara spesifik dalam konteks nyata, dan dianalisis melalui konten media social yang dipublikasikan oleh Pemerintah Kota Padangsidimpuan. Data dikumpulkan melalui data sekunder yaitu media social resmi Pemerintah Kota Padangsidimpuan dan data primer melalui observasi partisipasi dan analisis konten media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Dampak Strategi Komunikasi Media Sosial Yang Ada terhadap Kepercayaan Publik

Revolusi kepercayaan masyarakat bukan hanya tentang memulihkan kepercayaan yang hilang, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk hubungan yang transparan, akuntabel, dan responsif antara pemerintah dan warganya. Media sosial, dengan jangkauannya yang luas dan interaktivitasnya, adalah alat yang sangat ampuh untuk mencapai tujuan ini. Pemerintah kota padangsidimpuan memiliki social media sebagai alat dan sarana untuk memberikan dan membagikan informasi secara efektif. Melalui platform tersebut ada beberapa strategi komperhensif yang bisa di terapkan oleh Pemerintah Kota Padangsidimpuan yaitu; (Departemen Urusan Ekonomi dan Sosial Bangsa-Bangsa, 2024)

1. Sebagai Pilar Utama Strategi: Transparansi, Interaksi dan Akuntabilitas

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi arena krusial bagi pemerintah untuk berinteraksi dengan warganya. Bagi Pemerintah Kota Padangsidimpuan, pemanfaatan media sosial bukan hanya sekadar tren, melainkan sebuah instrumen strategis untuk menjembatani kesenjangan informasi, mempromosikan partisipasi publik, dan yang terpenting, membangun serta merevolusi kepercayaan masyarakat. Kepercayaan publik adalah aset tak ternilai bagi keberlangsungan dan legitimasi pemerintahan, dan media sosial memiliki potensi besar untuk menjadi katalisator atau justru penghambatnya. Melalui *uses and gratifications theory* masyarakat menggunakan social media pemerintah kota Padangsidimpuan karena kebutuhan tertentu seperti, mencari informasi, berpartisipasi dan mengeluh terhadap resiko kemungkinan atas keputusan pemerintah yang dialami oleh masyarakat. Kepercayaan ini akan terbentuk ketika kebutuhan ini terpenuhi secara efektif, akantetapi perlu diingat bahwa kepercayaan ini hanya akan terbentuk ketika adanya transparansi, akuntabilitas, partisipasi dan juga resposivitas pemerintah. Dengan demikian strategi ini akan menjadi pedang bermata dua bagi Pemerintah Kota Padangsidimpuan untuk meningkatkan kepercayaan publik melalui transparansi, interaksi dan akuntabilitas.

2. Strategi Dua Arah yang Bermakna

Strategi komunikasi dua arah yang bermakna di media sosial adalah inti dari pembangunan kepercayaan. Ini jauh melampaui sekadar mengunggah informasi (satu arah) atau sekadar merespons komentar secara formal. Sebuah komunikasi dua arah yang bermakna melibatkan dialog, mendengarkan aktif, dan tindakan nyata yang menunjukkan bahwa suara

masyarakat dihargai dan dipertimbangkan. Komunikasi dua arah yang bermakna di media sosial bagi pemerintah berarti menciptakan ekosistem di mana Pemerintah Proaktif Berbagi Informasi artinya Bukan hanya informasi resmi, tetapi juga kisah di balik kebijakan, tantangan, dan upaya yang sedang dilakukan.

Masyarakat Bebas Memberikan Masukan dengan adanya ruang yang aman dan mudah bagi warga untuk bertanya, mengeluh, memberi saran, atau bahkan melayangkan kritik. Pemerintah Mendengarkan Aktif dengan memantau, menganalisis, dan memahami sentimen, kebutuhan, serta isu-isu yang diangkat oleh masyarakat di media sosial. Pemerintah Merespons dan Bertindak dengan Memberikan tanggapan yang relevan, informatif, dan solutif, serta menunjukkan tindak lanjut nyata terhadap masukan yang diterima. Dengan begitu masyarakat akan merasakan dampak yang nyata dengan terciptanya komunikasi dua arah antara pemerintah dan juga masyarakat.

Ketika strategi dua arah ini dilaksanakan dengan konsisten dan tulus, dampak positifnya terhadap kepercayaan publik akan sangat signifikan seperti peningkatan persepsi transparansi, peningkatan persepsi responsivitas, peningkatan persepsi akuntabilitas, mengurangi jarak antara pemerintah dan warga membangun dukungan publik, meredakan potensi konflik. Dengan demikian, "Strategi Dua Arah yang Bermakna" bukan hanya tentang kehadiran di media sosial, melainkan tentang membangun hubungan yang otentik dan berkelanjutan dengan masyarakat, yang pada akhirnya akan merevolusi dan memperkuat fondasi kepercayaan publik di Kota Padangsidempuan.

3. Strategi Pengukuran dan Evaluasi Media Sosial Pemerintah Kota Padangsidempuan

Pengukuran dan evaluasi adalah tulang punggung dari strategi media sosial yang efektif, terutama ketika tujuan utamanya adalah merevolusi kepercayaan publik. Proses ini memastikan bahwa setiap upaya di media sosial tidak hanya dilihat, tetapi juga dirasakan dampaknya dan dapat diperbaiki secara berkelanjutan. Pengukuran dan evaluasi dalam hal ini sangat penting karena dapat menunjukkan bahwa sumber daya yang dialokasikan untuk media sosial digunakan secara efektif dan memberikan hasil yang nyata, selain itu hal ini juga akan dapat mengukur sejauh mana strategi komunikasi media sosial benar benar mempengaruhi persepsi dan tingkat kepercayaan masyarakat, pengukuran ini akan sangat penting karena akan dapat mengetahui fungsi yang perlu ditingkatkan sehingga melakukan penyesuaian strategi yang lebih relevan. Oleh karena itu hal ini akan memungkinkan pemerintah kota Padangsidempuan membuat kebijakan atau keputusan strategi berdasarkan dengan bukti yang relevan. Dengan menerapkan strategi pengukuran dan evaluasi yang komprehensif ini, Pemerintah Kota Padangsidempuan tidak hanya dapat meluncurkan strategi media sosial, tetapi juga memastikan bahwa upaya tersebut benar-benar efektif dalam merevolusi dan memperkuat kepercayaan masyarakat dari waktu ke waktu.

KESIMPULAN

Analisis menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Media Sosial Pemerintah Kota Padangsidempuan memiliki potensi besar untuk merevolusi kepercayaan publik jika didasarkan pada prinsip komunikasi dua arah yang bermakna, didukung oleh data dari pengukuran yang cermat, dan dievaluasi secara berkelanjutan. Dampak positifnya akan terlihat dari peningkatan persepsi transparansi, responsivitas, dan akuntabilitas pemerintah di mata masyarakat, yang pada gilirannya akan memperkuat legitimasi dan dukungan publik terhadap pembangunan kota. Kegagalan dalam salah satu pilar ini, terutama dalam tindak lanjut nyata, berpotensi merusak kepercayaan yang telah dibangun. Oleh karena itu, komitmen terhadap seluruh siklus strategi ini adalah kunci keberhasilan yang dapat dilakukan untuk merevolusi kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah kota Padangsidempuan melalui media sosial.

REFERENSI

Adelia, E., & Kusumawati, A. (n.d.). Digital ethics and public trust in the era of government digital transformation.

Cholid, A. A. (2002). Metodologi penelitian. Bumi Aksara.

Covey, S. M. R., & Merrill, R. R. (2006). The speed of trust: The one thing that changes everything. Free Press.

- Departemen Urusan Ekonomi dan Sosial Perserikatan Bangsa-Bangsa. (2024). Survei e-pemerintahan PBB 2024: Mempercepat transformasi digital untuk pembangunan berkelanjutan (Dengan addendum kecerdasan buatan). UN-ILibrary. <https://doi.org/10.18356/9789211067286>
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. Free Press.
- Grimmelikhuijsen, S. G., & Meijer, A. J. (2014). The effects of transparency on the perceived trustworthiness of a government organization: Evidence from an online experiment. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 24(1), 137–157. <https://doi.org/10.1093/jopart/mus048>
- Haning, M., dkk. (2008). *Manajemen pemerintahan: Dari perumusan kebijakan sampai pelaksanaan di era digital*. Deepublish.
- Irawan, I. (2024, October 11). Kepercayaan masyarakat pada penegakan hukum. Binus Higher Education.
- Kim, S. H. (2010). Public trust in government in Japan and South Korea: Does the rise of critical citizens matter? *Public Administration Review*, 70(5), 801–810.
- Luhmann, N. (1979). *Trust and power*. John Wiley & Sons.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- OECD. (2021). *Government at a glance 2021*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/1c258f55-en>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Ummah, M. S. (2019). Trust and power in public administration. *Sustainability*, 11(1), 1–15.
- Yovinus. (2018). Peran komunikasi publik media sosial dalam implementasi kebijakan keterbukaan informasi publik di Kota Bandung. *Jurnal Academia Praja*, 1(1), 1–14.