

Bukan Konten, Melainkan Dialog: Kepercayaan Publik sebagai Mediator Pengaruh Interaktivitas Instagram Pemerintah terhadap Citra Institusional

Achmad Maulana Sirojjudin¹

Abstrak

Lembaga pemerintah semakin bergantung pada media sosial untuk berkomunikasi dengan publik, namun masih belum jelas apakah kualitas konten atau keterlibatan interaktif lebih penting untuk membangun kepercayaan publik dan citra institusional. Literatur yang ada memperlakukan keduanya sebagai anteseden yang komplementer tanpa pernah mengujinya secara kompetitif dalam satu model struktural. Studi ini meneliti pengaruh kualitas konten dan interaktivitas akun Instagram Sekretariat Kabinet Republik Indonesia terhadap kepercayaan publik dan citra institusional di kalangan pengikut Indonesia, menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan *bootstrapping* 10.000 subsampel terhadap 400 responden yang direkrut melalui purposive sampling dengan kuota regional. Hasilnya menunjukkan asimetri yang mencolok, yaitu kualitas konten gagal memprediksi secara signifikan kepercayaan publik maupun citra institusional, sementara interaktivitas sangat memprediksi kepercayaan publik ($\beta = 0,670$, $p < 0,001$), yang pada gilirannya memberikan pengaruh dominan pada citra institusional ($\beta = 0,886$, $p < 0,001$). Kepercayaan publik memediasi sebagian hubungan antara interaktivitas dan citra institusional, sehingga pendorong utama evaluasi warga terhadap lembaga pemerintah adalah komunikasi yang responsif dan dialogis, bukan polesan konten. Temuan ini menunjukkan bahwa instansi pemerintah Indonesia sebaiknya lebih sedikit berinvestasi dalam menyempurnakan estetika konten dan lebih banyak berinvestasi dalam membangun hubungan dua arah yang tulus dengan audiens mereka. Keterbatasan utama penelitian ini adalah rendahnya diskriminasi empiris antara konstruk kepercayaan publik dan citra institusional, yang dilaporkan secara terbuka dan diuji melalui model alternatif.

Kata Kunci: komunikasi media sosial pemerintah, kepercayaan publik, citra institusional, interaktivitas, PLS-SEM.

Abstract

Government institutions increasingly rely on social media to communicate with the public, yet it remains unclear whether content quality or interactive engagement matters more for building public trust and institutional image. Existing literature treats the two as complementary antecedents without ever testing them competitively within a single structural model. This study examines the effects of content quality and interactivity of the Cabinet Secretariat of the Republic of Indonesia Instagram account on public trust and institutional image among Indonesian followers, using *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) with 10,000-subsample bootstrapping on 400 respondents recruited through purposive sampling with regional quotas. The results reveal a striking asymmetry: content quality failed to significantly predict either public trust or institutional image, while interactivity strongly predicted public trust ($\beta = 0.670$, $p < .001$), which in turn exerted a dominant effect on institutional image ($\beta = 0.886$, $p < .001$). Public trust partially mediated the

¹ Program Studi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta am.sirojjudin@gmail.com

interactivity-image relationship, indicating that the primary driver of how citizens evaluate government institutions is responsive and dialogic communication rather than content polish. These findings suggest that Indonesian government agencies should invest less in perfecting content aesthetics and more in building genuine, two-way relationships with their audiences. A principal limitation is the low empirical discrimination between the public trust and institutional image constructs, which is reported openly and probed through an alternative model.

Keywords: *government social media communication, public trust, institutional image, interactivity, PLS-SEM.*

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat media sosial telah secara fundamental mengubah cara pemerintah berkomunikasi dengan warga negara, menggeser manajemen informasi publik dari siaran pers tradisional dan situs web resmi menuju keterlibatan digital interaktif dan *real-time* (Arshad & Khurram, 2020; Mergel et al., 2021). Platform media sosial memungkinkan pemerintah tidak hanya untuk menyiarkan informasi tetapi juga untuk menerima umpan balik, membangun dialog, dan mengelola persepsi publik tentang kinerja dan kredibilitas institusional (Gil De Zúñiga et al., 2024; Hansson & DePaula, 2025). Dalam lanskap yang terus berkembang ini, Instagram telah muncul sebagai salah satu platform paling berpengaruh untuk komunikasi pemerintah-ke-warga negara, menggabungkan penceritaan visual dengan fitur interaktif yang sangat cocok untuk strategi hubungan masyarakat yang digerakkan oleh narasi (Cuşnir, 2025; Sukma & Aji, 2024).

Indonesia menyediakan konteks nasional yang sangat penting untuk studi ini. Pada November 2025, Indonesia memiliki sekitar 106 juta lebih pengguna Instagram, yang mewakili 37,2% dari total populasi. Hal ini menjadikan Indonesia salah satu pasar Instagram terbesar di dunia (Kemp, 2025; The Global Statistics, 2025). Kelompok pengguna terbesar adalah warga berusia 25 hingga 34 tahun, dengan sekitar 44,6 juta pengguna dari kelompok usia ini (NapoleonCat, 2025). Kelompok ini merupakan segmen yang paling terlibat secara politik dan administratif. Karena itu, lembaga pemerintah beroperasi dalam lingkungan di mana akun Instagram mereka menjangkau segmen penduduk yang besar dan bernilai secara demografis. Kondisi ini sekaligus menghadirkan peluang dan menuntut tanggung jawab untuk membangun hubungan masyarakat digital yang efektif.

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia (Setkab) memegang peran yang unik dan strategis dalam pemerintahan Republik Indonesia. Sebagai lembaga resmi pemerintah, Setkab bertanggung jawab mendukung Presiden dan Kabinet dalam merumuskan, mengoordinasikan, dan mengomunikasikan kebijakan pemerintah. Fungsi manajerial kabinet tersebut dijalankan antara lain melalui akun Instagram resminya, @sekretariat.kabinet, yang menyebarkan informasi mengenai keputusan presiden, kegiatan kabinet, dan hasil kebijakan negara (Sekretariat Kabinet RI, 2026). Tidak seperti akun tingkat kementerian yang melayani mandat sektoral tertentu, @sekretariat.kabinet berkomunikasi atas nama kepresidenan dan kabinet secara keseluruhan, menjadikan fungsi hubungan masyarakatnya sangat luas dan bermakna secara simbolis. Di waktu yang hampir bersamaan, penelitian tentang pengembangan *e-government* di Indonesia menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan digital secara umum telah meningkatkan hubungan antara pemerintah dan warga negara, kerap terdapat kesenjangan yang signifikan dalam transparansi, daya tanggap, dan kepercayaan publik tetap ada di berbagai tingkatan pemerintahan (Malizal & Pratama, 2025; Susniwati et al., 2025).

Penelitian sebelumnya tentang media sosial pemerintah secara konsisten mengidentifikasi kualitas konten sebagai pendorong utama kepuasan warga negara, persepsi transparansi, dan kepercayaan

institusional. Berdasarkan model keberhasilan sistem informasi, Delone & McLean (2003) mendefinisikan kualitas informasi melalui dimensi-dimensi termasuk akurasi, relevansi, ketepatan waktu, kelengkapan, dan pemahaman, dan kerangka kerja ini telah banyak diterapkan untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi pemerintah digital (Salisu et al., 2025). Studi empiris terhadap akun Instagram pemerintah Indonesia memberikan bukti langsung tentang hubungan ini: penelitian pada akun pemerintah daerah menunjukkan bahwa persepsi kualitas informasi yang lebih tinggi secara signifikan terkait dengan evaluasi citra pemerintah yang lebih positif dan keterlibatan warga yang lebih kuat (Sukma & Aji, 2024). Temuan ini menggarisbawahi bahwa warga tidak secara pasif menerima konten pemerintah tetapi secara aktif menilai nilai informasinya sebelum membentuk penilaian kelembagaan.

Selain kualitas konten, interaktivitas semakin diakui sebagai dimensi penting dan khas dari media sosial pemerintah yang efektif. Berdasarkan model simetris dua arah hubungan masyarakat Grunig & Hunt, interaktivitas mencakup sejauh mana suatu organisasi memfasilitasi komunikasi dua arah yang tulus, termasuk respons terhadap pertanyaan warga, penggunaan fitur dialogis, dan keterbukaan terhadap umpan balik, dan bukan model penyiaran informasi satu arah (Aji et al., 2023; Grunig & Hunt, 1984). Penelitian tentang akun media sosial pemerintah Indonesia menunjukkan bahwa interaktivitas secara signifikan meningkatkan persepsi publik tentang transparansi dan responsivitas pemerintah, dan bahwa warga yang menganggap akun media sosial sebagai dialogis lebih cenderung mengembangkan kepercayaan pada lembaga di baliknya (Al-Masudi et al., 2025; Lestari et al., 2025). Tinjauan literatur komunikasi pemerintah-ke-warga yang mencakup periode 2015–2023 juga menegaskan bahwa komunikasi dua arah merupakan salah satu prediktor yang paling kuat dan terdokumentasi secara konsisten terhadap sikap publik yang positif terhadap lembaga pemerintah di berbagai konteks nasional (Alenzi & Miskon, 2024; Jin et al., 2025; Zervas et al., 2024). Bukti yang lebih baru dari studi tentang hubungan masyarakat digital di Indonesia lebih lanjut menunjukkan bahwa komunikasi yang transparan dan konten berbasis kinerja adalah strategi yang paling efektif untuk membangun kepercayaan institusional di Instagram (Israh & Farihanto, 2026).

Kepercayaan publik dan citra institusional merupakan dua hasil terpenting dari komunikasi pemerintah di era digital. Kepercayaan terhadap lembaga pemerintah, yang didefinisikan melalui model tiga faktor Mayer et al. (1995) tentang kemampuan, kebajikan, dan integritas yang dirasakan, telah terbukti sangat bergantung pada bagaimana warga negara mengalami dan mengevaluasi kualitas dan interaktivitas komunikasi digital pemerintah (Mansoor, 2021; Migchelbrink & Walle, 2025; Schoorman et al., 2007; Thongpapanl et al., 2026; B. T. Wang, 2023). Sebuah studi tentang tata kelola digital Indonesia, misalnya, menemukan bahwa transparansi informasi dan daya tanggap layanan merupakan dua penentu terkuat legitimasi pemerintah di antara warga negara yang berinteraksi dengan platform pemerintah digital (Alenzi & Miskon, 2024). Citra institusional, yang dikonseptualisasikan sebagai persepsi positif warga secara keseluruhan terhadap profesionalisme, modernitas, dan kompetensi lembaga pemerintah (Cutlip et al., 2006; Gioia & Thomas, 1996), selanjutnya dibentuk oleh pengalaman komunikatif dalam mengikuti dan berinteraksi dengan akun resmi (Sastrawan & Rahmawati, 2025). Yang penting, kepercayaan dan citra bukanlah hasil yang independen: penelitian kepercayaan organisasi sebelumnya secara konsisten menetapkan kepercayaan sebagai anteseden terdekat dari citra institusional, sehingga tingkat kepercayaan warga yang lebih tinggi diterjemahkan menjadi evaluasi keseluruhan yang lebih positif terhadap lembaga pemerintah (Al-Masudi et al., 2025; Mansoor, 2021).

Meskipun bukti mengenai kedua mekanisme ini terus bertambah, literatur yang ada menyisakan persoalan yang belum terjawab. Model keberhasilan sistem informasi dan model hubungan masyarakat simetris sama-sama menempatkan mekanismenya masing-masing sebagai anteseden kepercayaan, dan keduanya lazim diperlakukan sebagai jalur komplementer yang berjalan paralel, namun asumsi

komplementaritas itu jarang diuji karena sebagian besar studi mengukur salah satu jalur secara terpisah. Belum diketahui pula apakah kepercayaan berfungsi sebagai jalur yang menyalurkan pengaruh praktik komunikatif menuju citra institusional, atau sekadar hasil sejajar yang terbentuk secara independen, suatu perbedaan yang menentukan karena jika kepercayaan adalah jalurnya, intervensi komunikasi yang tidak menyentuh kepercayaan tidak akan menggerakkan citra sama sekali. Persoalan ini memiliki taruhan praktis yang jelas, sebab kualitas konten relatif mudah ditingkatkan melalui penambahan sumber daya produksi, sedangkan responsivitas menuntut perubahan prosedur dan kesediaan menanggung risiko dialog terbuka, sehingga tanpa bukti mengenai bobot relatif keduanya, alokasi anggaran komunikasi publik bertumpu pada asumsi. Penelitian ini menguji keduanya secara simultan pada satu model struktural, dengan fokus pada @sekretariat.kabinet yang sebagai saluran komunikasi kabinet pusat belum menjadi subjek penelitian kuantitatif sistematis (Malizal & Pratama, 2025; OECD, 2024).

Studi ini mengatasi kesenjangan tersebut dengan mengembangkan dan menguji model PLS-SEM yang menghubungkan kualitas konten Instagram (X1) dan interaktivitas (X2) dari @sekretariat.kabinet dengan kepercayaan publik (Y1) dan citra institusional (Y2) di kalangan pengikut Indonesia. Kualitas konten dikonseptualisasikan melalui dimensi kualitas informasi Delone & McLean (2003), yang diadaptasi untuk konteks Instagram mengikuti Salisu et al. (2025) dan Sukma & Aji (2024). Interaktivitas dioperasionalkan melalui kerangka kerja hubungan masyarakat simetris dua arah, yang mencakup daya tanggap, ajakan untuk berpartisipasi, penggunaan fitur interaktif, dan peluang untuk berdialog (Aji et al., 2023; Grunig & Hunt, 1984; Lestari et al., 2025). Kepercayaan publik diukur melalui dimensi kemampuan, kebajikan, dan integritas Mayer et al. (1995), ditambah dengan dimensi kepercayaan institusional OECD (2024) yaitu keandalan, transparansi, dan akuntabilitas. Citra institusional didefinisikan sebagai persepsi keseluruhan pengikut terhadap profesionalisme, modernitas, kedekatan dengan publik, dan kompetensi Sekretariat Kabinet yang terbentuk melalui kehadirannya di Instagram (Cutlip et al., 2006; Gioia & Thomas, 1996; Waduha et al., 2026). Studi ini mengejar tiga tujuan: (1) untuk memeriksa pengaruh langsung kualitas konten terhadap kepercayaan publik dan citra institusional; (2) untuk memeriksa pengaruh langsung interaktivitas terhadap kepercayaan publik dan citra institusional; dan (3) untuk menguji peran mediasi kepercayaan publik dalam hubungan antara praktik komunikasi dan citra institusional. Dengan berfokus pada @sekretariat.kabinet dan menggunakan sampel nasional berkuota regional yang dianalisis dengan PLS-SEM, penelitian ini berkontribusi pada literatur tentang hubungan masyarakat pemerintah dan tata kelola digital, serta menawarkan rekomendasi yang dapat ditindaklanjuti untuk mengoptimalkan strategi komunikasi salah satu lembaga pemerintah yang paling strategis di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain penjelasan kuantitatif untuk menguji pengaruh kualitas konten Instagram dan interaktivitas akun resmi @sekretariat.kabinet terhadap kepercayaan publik dan citra institusional Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur daring dan dianalisis menggunakan PLS-SEM melalui SmartPLS 4. PLS-SEM dipilih karena modelnya berorientasi prediktif, semua konstruk diukur dengan indikator persepsi reflektif, dan metode ini kuat terhadap distribusi data non-normal yang umum terjadi pada sampel survei daring (Hair et al., 2022). Pendekatan ini masih jarang diterapkan pada kajian media sosial pemerintah di Indonesia, yang sebagian besar bertumpu pada studi kasus kualitatif atau desain variabel tunggal, sehingga pengujian simultan atas beberapa jalur struktural belum banyak tersedia (Hutahaeen et al., 2023; Waduha et al., 2026).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah pengikut akun @sekretariat.kabinet yang berkewarganegaraan Indonesia, berusia sekurang-kurangnya tujuh belas tahun, dan pernah melihat konten akun tersebut dalam tiga bulan terakhir. Kerangka sampling probabilistik untuk populasi ini tidak tersedia. Daftar pengikut sebuah akun Instagram hanya dapat diakses oleh pemilik akun, tidak dapat diunduh dalam bentuk daftar terenumerasi, dan platform tidak menyediakan data domisili provinsi pengikut kepada pihak mana pun di luar penyelenggara platform. Karena kerangka sampling tidak dapat disusun, probabilitas seleksi setiap anggota populasi tidak dapat dihitung, dan penarikan sampel acak dalam pengertian probabilistik tidak dimungkinkan.

Penelitian ini karena itu menggunakan purposive sampling dengan kuota regional. Responden direkrut secara daring dengan penyaringan awal atas ketiga kriteria di atas, yaitu kewarganegaraan, batas usia, dan keterpaparan konten dalam tiga bulan terakhir. Kuota tiap stratum pulau ditetapkan proporsional terhadap distribusi pengguna internet Indonesia pada tujuh kelompok pulau, yaitu Jawa, Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, Bali dan Nusa Tenggara, Maluku, serta Papua. Kuota berfungsi sebagai batas pengumpulan data pada tiap stratum, bukan sebagai mekanisme seleksi acak.

Ukuran sampel ditetapkan sebanyak empat ratus responden. Angka ini melampaui pedoman PLS-SEM berupa sepuluh kali jumlah jalur struktural terbanyak yang mengarah pada satu konstruk (Hair et al., 2022), dan memenuhi hasil analisis daya statistik untuk mendeteksi efek berukuran kecil pada tingkat signifikansi lima persen dengan daya delapan puluh persen. Perhitungan Slovin yang digunakan pada versi sebelumnya dihapus karena bertumpu pada populasi nasional sebesar 287,2 juta jiwa, bukan pada populasi penelitian yang didefinisikan sebagai pengikut akun, sehingga tidak sesuai dengan kerangka populasi yang dipakai. Karena prosedur pengambilan sampel bersifat non-probabilistik, hasil penelitian berlaku bagi sampel yang diperoleh dan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara statistik ke seluruh populasi pengikut akun.

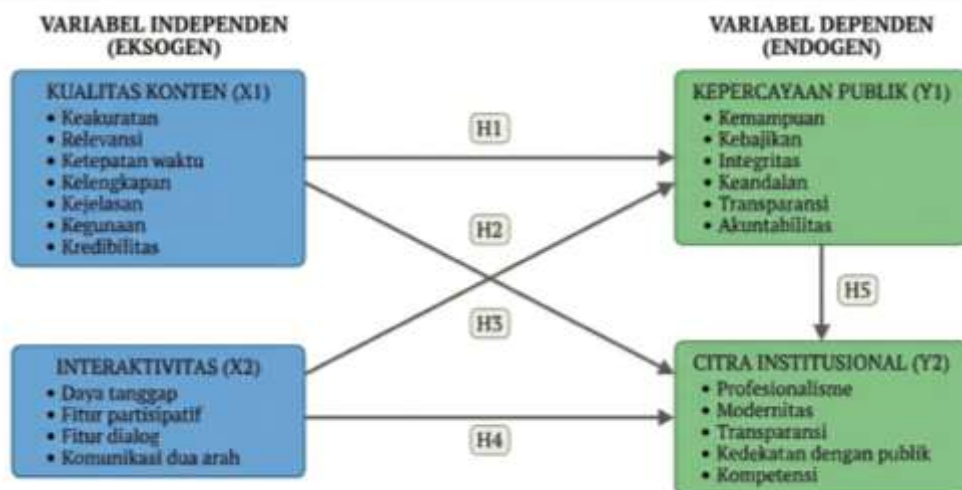
Kerangka Konseptual

Studi ini mengembangkan kerangka konseptual yang mengintegrasikan dua perspektif teoretis yang saling melengkapi untuk menjelaskan bagaimana akun Instagram resmi @sekretariat.kabinet memengaruhi evaluasi pengikut terhadap Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. Perspektif pertama adalah model hubungan masyarakat simetris dua arah Grunig & Hunt (1984), yang menempatkan daya tanggap, dialog timbal balik, dan komunikasi yang seimbang sebagai dasar komunikasi organisasi yang efektif dan etis. Perspektif kedua adalah model keberhasilan sistem informasi Delone & McLean (2003), yang mengidentifikasi kualitas informasi sebagai anteseden inti dari kepuasan pengguna dan kepercayaan pada sistem komunikasi digital.

Berdasarkan landasan ini, empat konstruk laten dimodelkan: kualitas konten (X1), interaktivitas (X2), kepercayaan publik (Y1), dan citra institusional (Y2). Kualitas konten mencakup evaluasi pengikut terhadap keakuratan, relevansi, ketepatan waktu, kelengkapan, kejelasan, kegunaan, dan kredibilitas konten Instagram. Interaktivitas mencerminkan sejauh mana akun tersebut memfasilitasi daya tanggap, fitur partisipatif, dan dialog dua arah dengan publiknya. Kepercayaan publik dioperasionalkan melalui model kepercayaan tiga dimensi Mayer et al. (1995), yaitu kemampuan, kebajikan, dan integritas, yang ditambah dengan keandalan institusional, transparansi, dan akuntabilitas (OECD, 2024). Citra institusional mewakili persepsi keseluruhan pengikut terhadap profesionalisme, modernitas, kedekatan dengan publik, dan kompetensi Sekretariat Kabinet (Cutlip et al., 2006).

Kedua konstruk hasil ini perlu dibedakan secara eksplisit karena keduanya sama-sama merupakan penilaian evaluatif terhadap lembaga dan mudah tumpang tindih. Perbedaan yang dipakai dalam penelitian ini bersifat temporal dan relasional. Kepercayaan publik merujuk pada ekspektasi mengenai perilaku lembaga pada masa mendatang dan kesediaan warga menanggung risiko atas ekspektasi tersebut, sesuai rumusan Mayer et al., (1995). Citra institusional merujuk pada penilaian reputasional atas lembaga sebagaimana dipersepsi pada saat ini, tanpa mensyaratkan kesediaan menanggung risiko. Konsekuensi dari perbedaan ini adalah bahwa indikator transparansi, yang pada versi sebelumnya muncul pada kedua konstruk sekaligus, dikeluarkan dari citra institusional dan dipertahankan hanya pada kepercayaan publik, karena transparansi merupakan dasar ekspektasi terhadap perilaku lembaga dan bukan atribut reputasional yang berdiri sendiri. Konsekuensi empiris dari perubahan ini dilaporkan pada bagian Hasil.

Kerangka kerja ini menyatakan bahwa kualitas konten dan interaktivitas berfungsi sebagai mekanisme hubungan masyarakat digital paralel yang secara langsung membentuk kepercayaan publik dan citra institusional. Kepercayaan publik juga berfungsi sebagai penentu proksimal citra institusional, konsisten dengan bukti sebelumnya bahwa kepercayaan beroperasi sebagai konstruksi perantara yang menghubungkan praktik komunikatif dengan persepsi yang menguntungkan terhadap lembaga publik (Mansoor, 2021). Gambar 1 menyajikan model struktural yang dihasilkan.



Gambar 1. Model Konseptual Penelitian

Hipotesis

Hipotesis yang diturunkan dari kerangka konseptual dapat dinyatakan sebagai berikut, yang menangkap asumsi hubungan positif antara kualitas konten, interaktivitas, kepercayaan publik, dan citra institusional dari akun Instagram resmi Sekretariat Kabinet:

- H1: Kualitas konten berpengaruh positif terhadap kepercayaan publik pada Sekretariat Kabinet.
- H2: Kualitas konten berpengaruh positif terhadap citra institusional Sekretariat Kabinet.
- H3: Interaktivitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan publik pada Sekretariat Kabinet.
- H4: Interaktivitas berpengaruh positif terhadap citra institusional Sekretariat Kabinet.
- H5: Kepercayaan publik berpengaruh positif terhadap citra institusional Sekretariat Kabinet.

Penelitian ini berhipotesis bahwa baik kualitas konten (H1, H2) maupun interaktivitas (H3, H4) dari @sekretariat.kabinet berpengaruh positif terhadap kepercayaan publik dan citra institusional, dan bahwa kepercayaan publik berpengaruh positif terhadap citra institusional (H5).

Instrumen

Skala Likert pilihan paksa 6 poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 6 = Sangat Setuju) digunakan untuk menghilangkan bias kecenderungan sentral dan mendorong respons terarah pada konstruk sikap (Chomeya, 2010). Kuesioner semula terdiri atas 30 item yang mencakup empat konstruk. Setelah indikator transparansi dikeluarkan dari citra institusional sebagaimana dijelaskan pada Kerangka Konseptual, instrumen yang dianalisis terdiri atas 29 item.

Tabel 1. Konstruk Instrumen Penelitian

Konstruk	Kode	Item	Referensi Kunci
Kualitas Konten	X1	8 item (CQ1-CQ8)	Delone & McLean, (2003); Wang & Strong (1996)
Interaktivitas	X2	7 item (IN1-IN7)	Grunig & Hunt (1984); Aji et al. (2023)
Kepercayaan Publik	Y1	7 item (PT1-PT7)	Mayer et al. (1995); OECD (2024)
Citra Institusional	Y2	7 item (II1-II7), satu item transparansi dikeluarkan	Cutlip et al. (2006); Gioia & Thomas (1996)

Sumber: Olahan peneliti

Indikator kualitas konten diadaptasi dari dimensi kualitas informasi (Delone & McLean, 2003), yaitu akurasi, relevansi, ketepatan waktu, kelengkapan, kemudahan pemahaman, kegunaan, dan kredibilitas, yang dilengkapi dengan dimensi daya tarik visual yang sesuai untuk platform berbasis gambar. Indikator interaktivitas didasarkan pada model simetris dua arah Grunig & Hunt (1984), yang dioperasionalkan melalui daya tanggap, undangan partisipatif, penggunaan fitur interaktif, komunikasi dua arah, dan keterbukaan terhadap dialog. Item kepercayaan publik didasarkan pada model kepercayaan tiga dimensi Mayer et al. (1995), yaitu kemampuan, kebajikan, dan integritas serta dimensi kepercayaan institusional OECD (2024), yaitu keandalan, transparansi, dan akuntabilitas. Item citra institusional didasarkan pada konseptualisasi citra organisasi Cutlip et al. (2006) dan kerangka citra fungsional-emosional Kennedy (1977).

Pengendalian Bias Metode Umum

Seluruh konstruk diukur melalui satu instrumen, pada satu waktu, dan dari satu sumber responden, sehingga terdapat potensi bias metode umum. Dua jenis pengendalian diterapkan. Secara prosedural, partisipasi bersifat anonim, responden diberitahu bahwa tidak terdapat jawaban benar atau salah, dan urutan item prediktor dipisahkan dari item kriteria untuk mengurangi kecenderungan responden menyelaraskan jawaban antarkonstruk.

Secara statistik, dua pengujian dilakukan. Pertama, *Harman's single-factor test* melalui analisis faktor eksploratori tanpa rotasi atas seluruh item, dengan ketentuan faktor pertama tidak boleh menjelaskan lebih dari lima puluh persen varians total. Kedua, *full collinearity assessment* mengikuti prosedur Kock (2015), yaitu meregresikan setiap konstruk laten terhadap satu variabel acak dan memeriksa nilai *variance inflation factor* penuh dengan ambang batas 3,3. Nilai di bawah ambang tersebut menunjukkan bahwa model bebas dari ancaman serius bias metode umum.

Analisis Data

Analisis mengikuti prosedur PLS-SEM dua langkah yang direkomendasikan oleh Hair et al. (2022). Langkah 1, model pengukuran luar dinilai menggunakan: *outer loadings* $\geq 0,70$ (reliabilitas indikator); Varians Rata-rata yang Diekstrak (AVE) $\geq 0,50$ (validitas konvergen); Reliabilitas Komposit (CR) dan Cronbach's Alpha $\geq 0,70$ (reliabilitas konstruk); dan rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT) $\leq 0,85$ (validitas diskriminan).

Langkah 2, model struktural dalam dievaluasi menggunakan: koefisien jalur (β) dan signifikansinya melalui *bootstrapping* dengan 10.000 sampel ulang, dengan $t > 1,96$ dan $p < 0,05$ sebagai ambang batas penerimaan pada tingkat kepercayaan 95%; R^2 untuk konstruk endogen (Y1, Y2); Ukuran efek (f^2) menggunakan tolok ukur Cohen (2013), yaitu 0,02 kecil, 0,15 sedang, 0,35 besar; dan relevansi prediktif Q^2 melalui metode *blindfolding*, di mana $Q^2 > 0$ menunjukkan akurasi prediktif yang memadai.

Sebagai tambahan, satu uji ketahanan dijalankan untuk menanggapi rendahnya diskriminasi empiris antara kepercayaan publik dan citra institusional. Model alternatif diestimasi dengan menggabungkan kedua konstruk menjadi satu konstruk evaluasi institusional, lalu koefisien jalur kualitas konten dan interaktivitas pada model alternatif tersebut dibandingkan dengan model utama. Uji ini bertujuan memastikan apakah simpulan mengenai asimetri antara kualitas konten dan interaktivitas bertahan tanpa bergantung pada pemisahan kedua konstruk hasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemeriksaan Bias Metode Umum

Harman's single-factor test menggunakan *principal axis factoring* tanpa rotasi atas seluruh 30 item menunjukkan bahwa faktor pertama menjelaskan 47,511% varians total, berada di bawah ambang batas lima puluh persen (*Total Variance Explained, Extraction Sums of Squared Loadings*). Analisis ini turut mengekstraksi tiga faktor dengan eigenvalue di atas 1 (14,595, 3,310, dan 1,663), menjelaskan 61,149% varians kumulatif, menunjukkan bahwa item-item instrumen membentuk struktur multifaktor dan bukan mengelompok pada satu faktor metode tunggal. *Full collinearity assessment* menghasilkan nilai VIF penuh sebesar 1,129 untuk kualitas konten, 1,733 untuk interaktivitas, 2,141 untuk kepercayaan publik, dan 2,412 untuk citra institusional, seluruhnya di bawah ambang batas 3,3 (Kock, 2015). Kedua hasil ini menunjukkan bahwa bias metode umum tidak menjadi ancaman serius terhadap estimasi model.

Statistik Deskriptif

Sebanyak 400 responden memberikan tanggapan lengkap di semua indikator yang termasuk dalam model, tanpa nilai yang hilang. Sampel dikumpulkan melalui purposive sampling dengan kuota regional, di mana jumlah responden dari setiap stratum ditetapkan proporsional terhadap distribusi pengguna internet Indonesia dan tingkat penetrasi Instagram di seluruh pulau. Komposisi regional sampel mencerminkan proporsionalitas ini, yaitu sebagian besar responden diambil dari Jawa ($n = 224$, 56,0%), konsisten dengan pangsa dominannya dalam populasi nasional Indonesia dan basis pengguna internet. Sumatera menyumbang stratum terbesar kedua ($n = 87$, 21,8%), diikuti oleh Sulawesi ($n = 29$, 7,2%), Kalimantan ($n = 25$, 6,3%), Bali dan Nusa Tenggara ($n = 22$, 5,5%), Maluku ($n = 7$, 1,8%), dan Papua ($n = 6$, 1,5%). Distribusi ini selaras dengan proporsi yang ditetapkan pada kuota regional, sehingga komposisi sampel sesuai dengan rancangan pengumpulan data. Keselarasan komposisi ini tidak dengan sendirinya menunjukkan keterwakilan statistik,

karena prosedur pengambilan sampel bersifat non-probabilistik dan tidak memungkinkan penghitungan *sampling error*.

Dari segi gender, sampel hampir seimbang, dengan responden laki-laki berjumlah 51,5% ($n = 206$) dan responden perempuan 48,5% ($n = 194$). Komposisi gender juga relatif konsisten di berbagai wilayah; misalnya, di Jawa terdapat 117 responden laki-laki dan 107 perempuan, sedangkan di Sumatera terdapat 44 responden laki-laki dan 43 perempuan, menunjukkan tidak adanya bias gender regional yang kuat dalam sampel.

Distribusi usia menunjukkan bahwa kelompok responden terbesar berada dalam rentang usia 25–34 tahun ($n = 110$, 27,5%), diikuti oleh kelompok usia 35–44 tahun ($n = 106$, 26,5%), dan kelompok usia 17–24 tahun ($n = 87$, 21,8%). Responden berusia 45–54 tahun berjumlah 19,3% ($n = 77$), sedangkan responden berusia 55 tahun ke atas berjumlah 5,0% ($n = 20$) dari total sampel. Distribusi ini menunjukkan bahwa basis responden sebagian besar terdiri dari orang dewasa usia produktif, sesuai dengan profil demografis tipikal pengikut media sosial lembaga pemerintah di Indonesia.

Dari segi latar belakang pendidikan, mayoritas responden memiliki gelar sarjana (Sarjana (S1/D4); $n = 135$, 33,8%), diikuti oleh mereka yang memiliki gelar magister (Magister (S2); $n = 89$, 22,3%), diploma (Diploma (D1–D3); $n = 65$, 16,3%), gelar doktor (Doktor (S3); $n = 65$, 16,3%), dan sekolah menengah atas atau setara (SMA/SMK/Sederajat; $n = 46$, 11,5%). Profil pendidikan yang relatif tinggi ini konsisten dengan karakteristik pengguna Instagram aktif yang berinteraksi dengan akun komunikasi pemerintah, yang cenderung memiliki literasi media digital yang lebih tinggi dan pendidikan formal yang lebih tinggi daripada populasi umum (OECD, 2024).

Distribusi pekerjaan menunjukkan bahwa karyawan sektor swasta membentuk kelompok terbesar ($n = 115$, 28,7%), diikuti oleh pegawai negeri sipil, personel militer, atau kepolisian ($n = 68$, 17,0%), dosen dan peneliti ($n = 63$, 15,8%), wirausahawan ($n = 62$, 15,5%), pelajar/mahasiswa ($n = 54$, 13,5%), dan jurnalis/praktisi media ($n = 38$, 9,5%). Kehadiran pegawai negeri sipil, jurnalis, peneliti, dan praktisi media sebagai segmen substansial dari kelompok responden patut diperhatikan, mengingat kelompok-kelompok ini termasuk audiens yang paling mungkin dari akun komunikasi pemerintah yang terkenal seperti @sekretariat.kabinet (Budiana, 2025).

Mengenai keterlibatan dengan akun tersebut, 31,3% responden ($n = 125$) melaporkan telah mengikuti akun tersebut selama lebih dari 12 bulan, sementara 28,2% ($n = 113$) telah mengikuti selama 3 hingga 6 bulan, 20,8% ($n = 83$) selama 10 hingga 12 bulan, dan 19,8% ($n = 79$) selama 7 hingga 9 bulan. Frekuensi interaksi terdistribusi secara relatif merata: 21,8% berinteraksi setiap hari, 21,3% dua hingga tiga kali per minggu, 21,0% sekali per minggu, 19,0% jarang (kurang dari sekali per minggu), dan 17,0% empat hingga enam kali per minggu. Distribusi ini menunjukkan bahwa sampel tersebut mencakup berbagai intensitas keterlibatan, dari pengikut pasif hingga yang sangat aktif, sehingga mencerminkan heterogenitas basis pengikut yang sebenarnya.

Hasil deskriptif lebih lanjut mengungkapkan kontras yang mencolok antara evaluasi responden terhadap konten Instagram dan persepsi mereka terhadap institusi itu sendiri. Indikator kualitas konten mencatat nilai rata-rata tertinggi, berkisar antara 4,705 hingga 4,823 pada skala Likert enam poin, menunjukkan bahwa responden umumnya menganggap konten Instagram @sekretariat.kabinet informatif, dapat diterima secara visual, dan relatif terkelola dengan baik. Sebaliknya, indikator kepercayaan publik berkisar antara 2,185 hingga 2,243, sedangkan indikator citra institusional berkisar antara 2,170 hingga 2,228, menunjukkan bahwa responden cenderung mempertahankan tingkat kepercayaan dan evaluasi citra yang relatif rendah terhadap institusi tersebut meskipun mengakui kualitas kontennya. Indikator

interaktivitas menunjukkan skor rata-rata moderat antara 2,318 dan 2,400, mencerminkan bahwa dimensi interaktif akun tersebut dianggap ada tetapi tidak seragam kuat di antara semua responden.

Statistik distribusi juga menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi secara normal, sebagaimana tercermin dari nilai signifikansi uji Cramér–von Mises sebesar 0,000 di semua indikator. Pola ini mendukung penggunaan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), yang sangat tepat untuk data non-normal dan desain penelitian yang berorientasi pada prediksi (Hair & Alamer, 2022).

Penilaian Model Pengukuran

Model pengukuran reflektif dinilai menggunakan kriteria yang umum direkomendasikan dalam literatur PLS-SEM, termasuk *outer loading*, *average variance extracted* (AVE), *composite reliability* (ρ_c), ρ_A , Cronbach's alpha, dan *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT) (Hair et al., 2020; Hair & Alamer, 2022). Hasilnya menunjukkan bahwa semua indikator memiliki beban yang signifikan pada konstruk masing-masing, dengan nilai p di bawah 0,001. Nilai *outer loading* untuk kualitas konten berkisar dari 0,653 hingga 0,764, untuk citra institusional dari 0,841 hingga 0,858, untuk interaktivitas dari 0,826 hingga 0,859, dan untuk kepercayaan publik dari 0,842 hingga 0,866. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa semua indikator memberikan kontribusi yang memadai terhadap konstruk latennya, dengan sebagian besar muatan melebihi ambang batas yang umum diterima yaitu 0,70, sementara beberapa indikator kualitas konten tetap dapat diterima dalam aplikasi eksploratif atau kontekstual (Hair & Alamer, 2022).

Validitas konvergen didukung oleh nilai AVE. Interaktivitas (AVE = 0,704), kepercayaan publik (AVE = 0,735), dan citra institusional (AVE = 0,719) jelas melebihi ambang batas 0,50. Kualitas konten menghasilkan AVE sebesar 0,498, yang sedikit di bawah ambang batas konvensional, tetapi masih dapat dipertahankan mengingat muatan yang signifikan secara konsisten dan nilai reliabilitas yang kuat (Hair & Alamer, 2022). Secara praktis, ini menunjukkan bahwa konstruk kualitas konten tetap cukup koheren untuk dipertahankan dalam model, terutama karena semua diagnostik reliabilitas memuaskan.

Reliabilitas konsistensi internal juga didukung dengan kuat. Nilai reliabilitas komposit adalah 0,888 untuk kualitas konten, 0,943 untuk interaktivitas, 0,951 untuk kepercayaan publik, dan 0,954 untuk citra institusional. Demikian pula, nilai ρ_A berkisar dari 0,860 hingga 0,944, sedangkan nilai *Cronbach's alpha* berkisar dari 0,856 hingga 0,944, semuanya jauh di atas ambang batas 0,70. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap konstruk diukur dengan konsistensi internal yang kuat dan bahwa indikator menangkap variabel latennya dengan cara yang stabil dan andal (Hair & Alamer, 2022).

Validitas diskriminan diperiksa menggunakan HTMT (Hair et al., 2020). Sebagian besar pasangan konstruk memenuhi ambang batas yang direkomendasikan, dengan nilai 0,406 untuk II–CQ, 0,561 untuk IN–CQ, 0,426 untuk PT–CQ, 0,744 untuk IN–II, dan 0,742 untuk PT–IN. Namun nilai HTMT antara kepercayaan publik dan citra institusional pada model awal (8 item citra institusional) mencapai 1,000 dengan interval kepercayaan 0,987 hingga 1,011, sehingga kedua konstruk tidak terdiskriminasi secara empiris. Temuan ini konsisten dengan tumpang tindih konseptual yang teridentifikasi pada instrumen, khususnya kehadiran indikator transparansi pada kedua konstruk sekaligus. Setelah indikator transparansi (II8) dikeluarkan dari citra institusional sebagaimana dijelaskan pada Kerangka Konseptual, nilai HTMT antara kedua konstruk hanya bergeser menjadi 0,998 dengan interval kepercayaan 0,982 hingga 1,009. Pergeseran ini secara statistik dapat diabaikan, sehingga disimpulkan bahwa tumpang tindih antara kepercayaan publik dan citra institusional bukan disebabkan oleh satu indikator, melainkan oleh struktur konseptual kedua konstruk secara keseluruhan. Berdasarkan hasil ini, upaya membedakan kedua konstruk melalui pengurangan item dihentikan, dan penanganan utama isu ini dialihkan pada uji ketahanan dengan model gabungan yang dilaporkan pada subbagian berikut, serta pada bagian Keterbatasan.

Diagnostik kolinearitas menunjukkan bahwa multikolinearitas bukanlah masalah serius baik dalam model luar maupun dalam. Nilai VIF dalam berkisar dari 1,343 hingga 2,214, tetap di bawah ambang batas konservatif yang digunakan dalam penelitian PLS-SEM. Kesesuaian model secara keseluruhan memuaskan, dengan nilai SRMR sebesar 0,037 untuk model jenuh dan model estimasi, jauh di bawah ambang batas 0,08 (Hair & Alamer, 2022).

Tabel 2. Rangkuman Model Pengukuran

Konstruk	AVE	rho_c	rho_A	Cronbach's α	Loading Range	HTMT Range
Kualitas Konten (CQ)	0,498	0,888	0,860	0,856	0,653–0,764	0,406–0,561
Interaktivitas (IN)	0,704	0,943	0,931	0,930	0,826–0,859	0,561–0,744
Kepercayaan Publik (PT)	0,735	0,951	0,940	0,940	0,842–0,866	0,426–1,000
Citra Institusional (II), 7 item, setelah II8 dikeluarkan	0,727	0,949	0,937	0,937	0,844–0,863	0,399–0,998

Sumber: Olahan peneliti

Catatan. Seluruh *outer loading* signifikan pada $p < 0,001$. SRMR = 0,037. *Bootstrapping*: 10.000 samples, two-tailed, BCa CI.

Uji Ketahanan Model Alternatif

Model alternatif diestimasi dengan menggabungkan kepercayaan publik dan citra institusional (seluruh 15 item, PT1–PT7 dan II1–II8) menjadi satu konstruk evaluasi institusional bernama Trust-Image, sebagaimana dijelaskan pada bagian Analisis Data. Konstruk gabungan ini menunjukkan reliabilitas yang sangat kuat (Cronbach's $\alpha = 0,970$, rho_c = 0,973, AVE = 0,706), bahkan lebih tinggi daripada reliabilitas kedua konstruk asal secara terpisah, menunjukkan bahwa kelima belas item tersebut secara koheren mengukur satu evaluasi institusional yang sama. Validitas diskriminan konstruk gabungan terhadap kedua prediktor eksogen juga terpenuhi, dengan HTMT sebesar 0,416 terhadap kualitas konten dan 0,743 terhadap interaktivitas, keduanya di bawah ambang batas 0,85.

Pada model alternatif ini, kualitas konten menunjukkan koefisien jalur sebesar $\beta = -0,036$ ($t = 0,892$; $p = 0,373$; CI 95% BCa: -0,114 hingga 0,044) terhadap evaluasi institusional, tidak signifikan dan interval kepercayaannya melintasi nol. Interaktivitas menunjukkan koefisien jalur sebesar $\beta = 0,689$ ($t = 20,325$; $p < 0,001$; CI 95% BCa: 0,620 hingga 0,753) terhadap evaluasi institusional, sangat signifikan dengan ukuran efek besar ($f^2 = 0,708$). Model menjelaskan 50,1% varians pada konstruk gabungan ($R^2 = 0,501$). Perbandingan kedua model menunjukkan bahwa asimetri antara kualitas konten dan interaktivitas bertahan sepenuhnya tanpa bergantung pada pemisahan kepercayaan dan citra sebagai dua konstruk terpisah. Hasil ini penting karena menunjukkan bahwa kontribusi utama penelitian, yaitu dominasi interaktivitas atas kualitas konten, tidak bertumpu pada kemampuan membedakan kedua konstruk hasil secara empiris.

Penilaian Model Struktural dan Pengujian Hipotesis

Model struktural dievaluasi menggunakan path coefficients, t-values, p-values, confidence intervals, R-square, dan f-square yang diperoleh melalui bootstrapping dengan 10.000 subsampel, pengujian dua arah, dan interval kepercayaan yang dikoreksi bias dan dipercepat.

Kualitas konten tidak secara signifikan memengaruhi kepercayaan publik maupun citra institusional, sehingga H1 dan H2 ditolak. Jalur dari kualitas konten ke kepercayaan publik negatif dan tidak signifikan, sedangkan jalur ke citra institusional positif tetapi tidak signifikan. Sebaliknya, interaktivitas berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepercayaan publik sehingga mendukung H3, serta berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap citra institusional sehingga mendukung H4, meskipun dengan koefisien yang jauh lebih kecil. Hubungan struktural terkuat ditemukan pada jalur dari kepercayaan publik ke citra institusional, yang mendukung H5. Rincian koefisien disajikan pada Tabel 3.

Di luar efek langsung, efek tidak langsung interaktivitas terhadap citra institusional melalui kepercayaan publik bersifat positif dan sangat signifikan, sedangkan efek tidak langsung kualitas konten melalui kepercayaan publik tidak signifikan. Nilai R^2 sebesar 0,484 untuk kepercayaan publik dan 0,892 untuk citra institusional. Ukuran efek menunjukkan pengaruh interaktivitas terhadap kepercayaan publik sebesar $f^2 = 0,648$, pengaruh kepercayaan publik terhadap citra institusional sebesar $f^2 = 3,736$, pengaruh langsung interaktivitas terhadap citra institusional sebesar $f^2 = 0,035$, dan pengaruh kualitas konten terhadap kedua konstruk endogen sebesar $f^2 = 0,003$.

Tabel 3. Koefisien Jalur Struktural, Ukuran Efek, dan Hasil Hipotesis

Hipotesis	Jalur	β	t	p	f^2	Keputusan
H1	Kualitas Konten $\rightarrow$ Kepercayaan Publik	-0,049	1,182	0,237	0,003	Tidak didukung / ditolak
H2	Kualitas Konten $\rightarrow$ Citra Institusional	0,020	1,062	0,288	0,003	Tidak didukung / ditolak
H3	Interaktivitas $\rightarrow$ Kepercayaan Publik	0,670	18,886	< 0,001	0,648	Didukung / diterima
H4	Interaktivitas $\rightarrow$ Citra Institusional	0,092	3,936	< 0,001	0,035	Didukung / diterima
H5	Kepercayaan Publik $\rightarrow$ Citra Institusional	0,886	55,006	< 0,001	3,736	Didukung / diterima

Sumber: Olahan peneliti

Catatan. Seluruh koefisien pada Tabel 3 berasal dari estimasi model awal. Apabila pengeluaran indikator transparansi dari citra institusional mengubah koefisien secara material, tabel ini harus diperbarui dengan hasil estimasi ulang.

Pembahasan

Apresiasi terhadap Konten yang Tidak Berpindah ke Kepercayaan

Temuan paling menonjol dari penelitian ini adalah terputusnya hubungan antara penilaian atas pesan dan penilaian atas pengirim pesan. Responden menilai konten Instagram @sekretariat.kabinet secara relatif tinggi, sementara kepercayaan dan citra institusional dinilai jauh lebih rendah pada skala yang sama. Kesenjangan ini bukan sekadar variasi rata-rata antarkonstruk, melainkan menunjukkan bahwa kedua penilaian bekerja melalui dasar pertimbangan yang berbeda. Responden dapat mengakui bahwa unggahan lembaga informatif, jelas, dan tertata rapi tanpa menjadikan pengakuan tersebut sebagai alasan untuk mempercayai lembaganya.

Penjelasan yang paling sesuai dengan pola ini bertumpu pada asimetri biaya. Kualitas konten dapat ditingkatkan secara sepihak melalui penambahan sumber daya produksi, tanpa menuntut lembaga membuka diri terhadap pertanyaan yang tidak dikehendaki. Karena dapat dihasilkan tanpa risiko, kualitas konten menjadi sinyal yang lemah mengenai watak lembaga. Audiens yang menyadari hal ini membaca konten yang dipoles sebagai representasi terkurasi, bukan sebagai bukti kredibilitas. Pembacaan semacam itu sejalan dengan kajian mengenai skeptisisme dan sinisme media, yang menunjukkan bahwa paparan terhadap komunikasi institusional tidak dengan sendirinya membangun kepercayaan dan pada kondisi tertentu justru memperkuat kecurigaan (Parr, 2025; Tsfati & Barnoy, 2025; Zhang et al., 2025).

Implikasinya terhadap model keberhasilan sistem informasi perlu dinyatakan secara hati-hati. Model tersebut memperlakukan kualitas informasi sebagai anteseden kepuasan dan kepercayaan pada sistem, dan asumsi itu masuk akal ketika kredibilitas penyedia sistem tidak dipersoalkan. Konteks komunikasi pemerintah berbeda justru pada titik ini. Ketika yang dipertanyakan adalah kredibilitas pengirim, kualitas keluaran berhenti berfungsi sebagai bukti dan berubah menjadi objek yang ikut dinilai secara skeptis (Delone & McLean, 2003; Salisu et al., 2025).

Interaktivitas sebagai Sinyal Berbiaya

Berbeda dengan kualitas konten, interaktivitas menunjukkan pengaruh yang besar terhadap kepercayaan publik. Perbedaan ini menjadi lebih mudah dipahami bila interaktivitas dibaca bukan sebagai fitur teknis platform, melainkan sebagai tindakan yang menuntut biaya. Menjawab komentar, membuka kolom pertanyaan, dan menanggapi keberatan secara terbuka menempatkan lembaga pada posisi yang tidak sepenuhnya dapat dikendalikan. Kesediaan menanggung risiko itulah yang menyampaikan informasi yang tidak dapat disampaikan oleh estetika konten, yaitu bahwa lembaga bersedia berhadapan dengan publiknya.

Pembacaan ini menjelaskan pula struktur pengaruh yang ditemukan. Pengaruh interaktivitas terhadap kepercayaan jauh lebih besar daripada pengaruh langsungnya terhadap citra institusional, dan sebagian besar kontribusinya terhadap citra berjalan melalui kepercayaan. Interaktivitas dengan demikian tidak membentuk citra dengan membuat lembaga tampak modern atau aktif secara teknologis. Interaktivitas membentuk citra karena lebih dahulu mengubah penilaian warga mengenai apakah lembaga tersebut dapat dipercaya, dan penilaian itulah yang kemudian menjadi dasar evaluasi citra (Hastrida & Hendriyani, 2023; Raueta et al., 2024).

Temuan ini memberikan dukungan empiris bagi teori komunikasi dialogis pada konteks yang jarang diuji secara kuantitatif. Timbal balik, keterbukaan, dan saling pengertian yang menjadi inti model simetris dua arah terbukti tidak sekadar bernilai normatif, melainkan memiliki konsekuensi terukur terhadap kepercayaan (Kent & Taylor, 1998; Raueta et al., 2024). Pada sektor publik, konsekuensi tersebut menguat karena kepercayaan warga terikat erat pada persepsi mengenai daya tanggap, keadilan prosedural, dan keterbukaan lembaga (Budiana, 2025; OECD, 2024).

Legitimasi Bersyarat dan Arah Kebijakan Komunikasi

Ketiga temuan di atas menyusun satu hierarki yang jelas. Interaktivitas bernilai karena membangun kepercayaan, dan kepercayaan bernilai karena menjadi dasar pembentukan citra. Citra institusional dengan demikian tidak terbentuk secara mandiri dari penilaian relasional warga, melainkan tertanam di dalamnya (Kent & Taylor, 1998; Tarore et al., 2025).

Pembacaan ini memberi konteks bagi kedudukan Sekretariat Kabinet dalam survei persepsi publik nasional, yang menempatkan lembaga tersebut pada tiga besar dengan skor 86,3 persen (Lantara, 2026; Sujoni, 2026). Visibilitas dan persetujuan yang tinggi pada survei semacam itu tidak identik dengan

kepercayaan komunikatif. Pola yang muncul dari data penelitian ini lebih tepat digambarkan sebagai legitimasi bersyarat, yaitu lembaga tidak ditolak, tetapi juga belum memperoleh kredibilitas komunikatif yang cukup untuk mengubah paparan rutin menjadi kepercayaan yang mendalam (Kurniawan & Wijoyo, 2025).

Bagi praktik komunikasi pemerintah, konsekuensinya bersifat alokatif. Penambahan anggaran produksi konten tidak akan menggerakkan kepercayaan apabila kapasitas menjawab tidak ikut ditambah. Peningkatan responsivitas menuntut hal yang berbeda dari sekadar sumber daya kreatif, yaitu kejelasan kewenangan menjawab, waktu tanggap yang terukur, dan kesediaan menanggapi keberatan tanpa menghapusnya.

Keterbatasan

Terdapat empat keterbatasan yang perlu dicatat pada penelitian ini. Pertama, kepercayaan publik dan citra institusional menunjukkan diskriminasi empiris yang sangat rendah pada sampel ini (HTMT = 1,000 pada model penuh, dan tetap 0,998 setelah indikator transparansi dikeluarkan dari citra institusional). Responden tampaknya menilai keduanya sebagai satu penilaian evaluatif yang terpadu terhadap lembaga, dan pengeluaran satu indikator terbukti tidak cukup untuk mengatasinya. Karena itu, klaim mediasi kepercayaan publik terhadap citra institusional (H5) perlu dibaca dengan hati-hati, dan diperkuat oleh uji ketahanan yang menunjukkan bahwa kesimpulan substantif penelitian tidak bertumpu pada keberhasilan memisahkan kedua konstruk. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengukur kepercayaan pada tingkat perilaku, misalnya kesediaan bertindak berdasarkan informasi lembaga, dan citra pada tingkat perbandingan eksplisit dengan lembaga lain, agar kedua konstruk terpisah secara konseptual sejak tahap perancangan instrumen.

Kedua, prosedur pengambilan sampel bersifat non-probabilistik karena kerangka sampling pengikut Instagram tidak dapat disusun, sehingga hasil tidak dapat digeneralisasi secara statistik ke seluruh pengikut akun. Ketiga, desain penelitian bersifat lintas seksi sehingga arah kausal antarkonstruk tidak dapat ditetapkan secara definitif, dan kemungkinan bahwa warga yang telah memercayai lembaga cenderung menilai interaksinya lebih positif tidak dapat dikesampingkan. Keempat, seluruh data berasal dari satu instrumen dan satu sumber, sehingga berpotensi terpapar bias metode umum; hasil pengujian Harman's single-factor test dan full collinearity VIF dilaporkan pada bagian Hasil dan perlu dibaca bersama keterbatasan ini, dan terlepas dari hasilnya, desain multisumber atau multiwaktu tetap akan memberikan dasar inferensi yang lebih kuat pada penelitian selanjutnya.

SIMPULAN

Studi ini meneliti efek kualitas konten dan interaktivitas akun Instagram Sekretariat Kabinet terhadap kepercayaan publik dan citra institusional, menggunakan kerangka kerja PLS-SEM yang dievaluasi melalui bootstrapping 10.000 subsampel (Hair et al., 2022; Hair & Alamer, 2022). Temuan tersebut memberikan jawaban empiris yang jelas untuk pertanyaan penelitian dan membawa implikasi bagi kajian komunikasi publik dan praktik tata kelola digital.

Studi ini menunjukkan bahwa kualitas konten saja tidak cukup untuk membangun kepercayaan publik atau citra institusional dalam konteks komunikasi Instagram pemerintah. Baik H1 dan H2 ditolak, karena jalur struktural dari kualitas konten ke kepercayaan publik ($\beta = -0,049$, $p = 0,237$) dan dari kualitas konten ke citra institusional ($\beta = 0,020$, $p = 0,288$) tidak signifikan, dengan ukuran efek yang dapat diabaikan ($f^2 = 0,003$ untuk setiap jalur) (Hair & Alamer, 2022). Temuan ini menantang asumsi bahwa investasi dalam

kualitas konten informasional atau estetika sudah cukup untuk mengubah sikap publik terhadap lembaga publik.

Sebaliknya, interaktivitas terbukti menjadi prediktor yang kuat dan menentukan baik untuk kepercayaan publik maupun citra institusional. H3 dan H4 keduanya didukung, dengan interaktivitas memberikan pengaruh besar pada kepercayaan publik ($\beta = 0,670$, $f^2 = 0,648$) dan pengaruh langsung yang lebih kecil namun signifikan pada citra institusional ($\beta = 0,092$), yang menegaskan bahwa praktik komunikasi yang responsif dan dialogis merupakan hal sentral dalam pengembangan kepercayaan di media sosial sektor publik (Hastrida & Hendriyani, 2023; Kent & Taylor, 1998; Raueta et al., 2024).

Kepercayaan publik muncul sebagai penentu dominan citra institusional (H5: $\beta = 0,886$, $f^2 = 3,736$, $p < 0,001$), dan berfungsi sebagai mediator parsial dalam hubungan antara interaktivitas dan citra institusional. Simpulan mengenai peran mediasi ini perlu dibaca bersama keterbatasan diskriminasi empiris antara kedua konstruk hasil, yang telah dilaporkan secara terbuka pada bagian Hasil dan diuji melalui model alternatif. Secara bersama-sama, ketiga prediktor tersebut menjelaskan 89,2% varians dalam citra institusional dan 48,4% varians dalam kepercayaan publik, yang menegaskan daya penjas yang tinggi dari model yang berpusat pada kepercayaan (Hair et al., 2022; Hair & Alamer, 2022). Hasil ini secara kolektif menunjukkan bahwa dalam konteks media sosial pemerintah Indonesia, citra institusional bukanlah produk utama dari kualitas keluaran komunikasi, tetapi dari kepercayaan yang dihasilkan oleh praktik komunikasi interaktif dan responsif dari waktu ke waktu (Budiana, 2025; OECD, 2024).

Dari sudut pandang teoretis, studi ini berkontribusi pada literatur tentang komunikasi dialogis, hubungan masyarakat digital, dan tata kelola publik dengan menempatkan kepercayaan sebagai jembatan penjelasan utama antara praktik komunikasi interaktif dan pembentukan citra institusional (Hutahaeen et al., 2023; Kent & Taylor, 1998; Tarore et al., 2025). Temuan ini juga menawarkan pembacaan yang lebih bernuansa tentang kedudukan kelembagaan Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, sementara data survei nasional menunjukkan bahwa lembaga tersebut memiliki peringkat tinggi dalam hal visibilitas dan persepsi publik (Lantara, 2026), bukti struktural menunjukkan bahwa kedudukan positif ini mencerminkan legitimasi bersyarat daripada kepercayaan komunikatif yang berakar kuat. Mempertahankan dan memperkuat kedudukan tersebut akan membutuhkan pergeseran yang disengaja dan sistematis dari strategi komunikasi yang berpusat pada konten menuju strategi komunikasi yang berpusat pada interaksi, yang didasarkan pada transparansi, daya tanggap, dan dialog publik yang tulus (OECD, 2024; Budiana, 2025; Kurniawan dkk., 2025).

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, G., Sukardani, P., Setianingrum, V. M., & Indrajayani, G. G. (2023). Interactivity on Government Social Media to Improve Public Services. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 4(1), 12. <https://doi.org/10.37535/103004120232>
- Alenzi, H. A., & Miskon, S. (2024). Government to Citizens Communication via Social Media Platforms: Literature Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(5), Pages 1020--1035. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i5/21610>
- Al-Masudi, S. N., Efkelin, R., & Lamba, H. (2025). Gambaran Persepsi Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) terhadap Efektivitas dan Peningkatan Layanan Mobile JKN di Kantor BPJS Kesehatan Cabang Jakarta Utara. *Jurnal Kesehatan Amanah*, 9(2), 462–475. <https://doi.org/10.57214/jka.v9i2.956>
- Arshad, S., & Khurram, S. (2020). Can government's presence on social media stimulate citizens' online political participation? Investigating the influence of transparency, trust, and responsiveness. *Government Information Quarterly*, 37(3), 101486. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101486>

- Budiana, M. (2025). Building Government Legitimacy: The Role of Public Trust, Transparency, and Social Media Effectiveness in the Dynamics of Public Perception. *International Journal of Educational Research Excellence*, 4(2), 608–618. <https://doi.org/10.55299/ijere.v4i2.1460>
- Chomeya, R. (2010). Quality of Psychology Test Between Likert Scale 5 and 6 Points. *Journal of Social Sciences*, 6, 399–403. <https://doi.org/10.3844/jssp.2010.399.403>
- Cohen, J. (2013). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Cuşnir, C. (2025). Public Institutions Meet TikTok: Communication Strategies and the Rise of Govtainment. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.10434>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Prentice Hall.
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Gil De Zúñiga, H., Goyanes, M., & Mateos, A. (2024). Twitter Communication Among Democracy Actors: How Interacting With Journalists and Elected Officials Influence People's Government Performance Assessment and Trust. *Social Media + Society*, 10(1), 1–17. <https://doi.org/10.1177/20563051241232907>
- Gioia, D. A., & Thomas, J. B. (1996). Identity, Image, and Issue Interpretation: Sensemaking During Strategic Change in Academia. *Administrative Science Quarterly*, 41(3), 370. <https://doi.org/10.2307/2393936>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Hair, J. F., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2019.11.069>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE.
- Hansson, S., & DePaula, N. (2025). Government Communication on Social Media: Research Foci, Domains, and Future Directions. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.10697>
- Hastrida, A., & Hendriyani. (2023). Pengaruh Komunikasi Dialogis Terhadap Kepercayaan Pada Pemerintah. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 27(2), 141–160. <https://doi.org/10.17933/jskm.2023.5144>
- Hutahaean, J., Nugroho, F., Kraugusteeliana, D. A., & Aini, Q. (2023). *Sistem Pendukung Keputusan*. Yayasan Kita Menulis.
- Israh, A., & Farihanto, M. N. (2026). Digital Public Relations on Instagram in Building Public Trust: A Content Analysis Study of the @damkarjogjaistimewa Account. *Journal of Social Research*, 5(4), 1569–1581. <https://doi.org/10.55324/josr.v5i4.3109>
- Jin, M., Yang, Z., Freling, T. L., & Janakiraman, N. (2025). The Human Superiority Effect in Advice Taking: A Multimethod Exploration and Implications for Policy Makers and Governmental Organizations. *Journal of Public Policy & Marketing*, 44(3), 350–369. <https://doi.org/10.1177/07439156251320314>
- Kemp, S. (2025). *DIGITAL 2025: INDONESIA*. DataReportal – Global Digital Insights.
- Kennedy, S. H. (1977). Nurturing Corporate Images. *European Journal of Marketing*, 11(3), 119–164. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005007>

- Kent, M. L., & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the World Wide Web. *Public Relations Review*, 24(3), 321–334.
- Kock, N. (2015). Common Method Bias in PLS-SEM. *International Journal of E-Collaboration*, 11(4), 1–10. <https://doi.org/10.4018/ijec.2015100101>
- Kurniawan, A., & Wijoyo, S. (2025). Strategic Public Relations for Strengthening Public Trust in Government. *International Research Journal of Business Studies*, 18(1), 43–51. <https://doi.org/10.21632/IRJBS.18.1.43-51>
- Lantara, F. (2026, April 19). *Survei Cyrus Network: Setkab 3 Besar, komunikasi Teddy kunci kepercayaan publik*. ANTARA. <https://megapolitan.antaranews.com/berita/524633/survei-cyrus-network-setkab-3-besar-komunikasi-teddy-kunci-kepercayaan-publik>
- Lestari, M. L., Asmaria, A., Perdana, M. H. G., & Putubasai, E. (2025). PENGARUH RESPONSIVITAS DAN AKUNTABILITAS LAYANAN PANDAWA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PADA BPJS KESEHATAN KOTA BANDAR LAMPUNG. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 2(5), 193–203. <https://doi.org/10.69714/z1bhr167>
- Malizal, Z. Z., & Pratama, M. A. (2025). Digital Bureaucracy and Public Trust in Indonesia: A Governance Analysis of EGDI Trends and Regional Disparities. *Politeia : Journal of Public Administration and Political Science and International Relations*, 3(2), 1–14. <https://doi.org/10.61978/politeia.v3i2.829>
- Mansoor, M. (2021). Citizens' trust in government as a function of good governance and government agency's provision of quality information on social media during COVID-19. *Government Information Quarterly*, 38(4), 101597. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101597>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Mergel, I., Ganapati, S., & Whitford, A. B. (2021). Agile: A New Way of Governing. *Public Administration Review*, 81(1), 161–165. <https://doi.org/10.1111/puar.13202>
- Migchelbrink, K., & Walle, S. Van de. (2025). Public officials' trust in citizens: a review of the literature. In *Handbook on Trust in Public Governance* (pp. 344–358). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781802201406.00028>
- NapoleonCat. (2025). *Instagram users in Indonesia November 2025*. NapoleonCat. <https://stats.napoleoncat.com/instagram-users-in-indonesia/2025/11/>
- OECD. (2024). *OECD Survey on Drivers of Trust in Public Institutions – 2024 Results*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9a20554b-en>
- Parr, C. S. (2025). Does social media undermine trust? Institutional trust in civil society and governance institutions. *Journal of Public Policy*, 45(4), 737–760. <https://doi.org/10.1017/S0143814X25100834>
- Raueta, R., David Ramdansyah, A., & Nupus, H. (2024). Increase Public Trust With Interaction Quality and Outcome Quality Through Satisfaction and Social Media. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 5(5), 1280–1289. <https://doi.org/10.38142/IJESS.V5I5.1165>
- Salisu, I., Sappri, M. M., Omar, M. F., Nasir, A., Ejaz, S., & Hossain, M. B. (2025). Social media applications through the lens of DeLone and McLean's information system success model: does perceived privacy matter? *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1028. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05010-8>
- Sastrawan, A., & Rahmawati, D. E. (2025). Building Public Trust Through Government Communication Strategies: A Case Study Of Tapera Policies In Indonesia. *JURNAL TRIAS POLITIKA*, 9(2), 249–264. <https://doi.org/10.33373/jtp.v9i2.8098>

- Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (2007). An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present, and Future. *Academy of Management Review*, 32(2), 344–354. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.24348410>
- Sekretariat Kabinet RI. (2026). *Tentang Setkab*. Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. <https://setkab.go.id/tentang-setkab/>
- Sujoni. (2026, April 19). *Setkab Tembus 3 Besar, Komunikasi Teddy Dinilai Kunci Kepercayaan Publik*. SindoNews. <https://nasional.sindonews.com/read/1697915/12/setkab-tembus-3-besar-komunikasi-teddy-dinilai-kunci-kepercayaan-publik-1776593096>
- Sukma, A., & Aji, G. G. (2024). East Java Government Instagram Content Analysis: Unpacking the Relationship Between Content Types and Public Engagement in 2023. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 5(2), 181–196. <https://doi.org/10.24042/revenue.v5i2.23712>
- Susniwati, Sukorina, D., & Nadzri, F. A. (2025). The Role of Public Policy in Building Public Trust in the Digital Era: A Case of Digital Transformation in Indonesia. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, IX(IX), 8287–8394. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.909000676>
- Tarore, S. V., Mantiri, J., & Hardiyanti, H. (2025). Analysis of the Role of Social Media in Shaping Public Trust in Minahasa Regency Government Policies. *Iapa Proceedings Conference*, 398. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2025.1343>
- The Global Statistics. (2025). *Instagram Users Statistics in Indonesia 2025 | Insta Active Users*. The Global Statistics. <https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-instagram-users-statistics/>
- Thongpapanl, N., Ashraf, A., Hultman, M., & Chohan, R. (2026). How and When Trustworthiness Beliefs Influence Digital Commerce Behavior: A Regulatory Focus Perspective. *Journal of Interactive Marketing*, 61(2), 155–172. <https://doi.org/10.1177/10949968251365181>
- Tsfati, Y., & Barnoy, A. (2025). Media Cynicism, Media Skepticism and Automatic Media Trust: Explicating Their Connection with News Processing and Exposure. *Communication Research*. https://doi.org/10.1177/00936502251327717/SUPPL_FILE/SJ-DOCX-1-CRX-10.1177_00936502251327717.DOCX
- Waduha, S., Ramli, M. R., Amalia, K. L., Nasution, M. Q., & Putri, D. D. (2026). Social Media-Based Public Relations Strategies for Strengthening Institutional Image in Educational Institutions. *SAFE: Strategic Advancement in Future Educational Research*, 1(1), 1–17.
- Wang, B. T. (2023). An Updated Model of Trust and Trustworthiness for the use of Digital Technologies and Artificial Intelligence in City Making. *Proceedings of the 6th Media Architecture Biennale Conference*, 69–80. <https://doi.org/10.1145/3627611.3627618>
- Wang, R. Y., & Strong, D. M. (1996). Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Data Consumers. *Journal of Management Information Systems*, 12(4), 5–33. <https://doi.org/10.1080/07421222.1996.11518099>
- Zervas, I., Stiakakis, E., Athanasiadis, I., & Tsekouropoulos, G. (2024). A Holistic Approach to Define Important Digital Skills for the Digital Society. *Societies*, 14(7), 127. <https://doi.org/10.3390/soc14070127>
- Zhang, X., Peng, T. Q., & Zhu, Q. (2025). Social Media Misinformation Wars: How Message Features, Political Cynicism, and Conspiracy Beliefs Shape Government-Led Public Health Debunking Effectiveness. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/10776990251334107>