EROSI KEPERCAYAAN PUBLIK TERHADAP KADER PARTAI POLITIK DI ERA POLITIK DIGITAL: ANTARA REPRESENTASI DAN PENCITRAAN

Maria Gabriel Oktriana Tangkas[1], Yosefina Simanjuntak[2],
Anjuwita Putri Adela Nababan[3], Christina Kenika Br. Keliat ,Prawira Wibawa H[4],
Parlaungan Gabriel Siahaan[5]
Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan
[1]maria.7233250003@mhs.unimed.ac.id

ABSTRACT

This study examines the erosion of public trust in political party cadres in the era of digital politics, where social media has become a dominant platform for political communication. Political parties increasingly utilize digital media for image building, branding, and influencing public opinion. However, excessive political imaging often creates a gap between public expectations and actual political representation. This study aims to analyze the influence of digital political communication on declining public trust in political parties. Using a qualitative library research approach, data were collected from books, journals, articles, and related documents. The findings show that public trust has declined due to political imaging, disinformation, propaganda, low digital literacy, and political polarization. Consequently, political parties tend to prioritize popularity and electability over substantive public representation.

Keywords: digital politics, social media, political imaging, political representation, public trust

ABSTRAK

Penelitian ini membahas erosi kepercayaan publik terhadap kader partai politik di era politik digital, ketika media sosial menjadi sarana utama komunikasi politik. Partai politik semakin memanfaatkan media digital untuk membangun citra, branding politik, dan memengaruhi opini publik. Namun, dominasi pencitraan politik sering kali menimbulkan kesenjangan antara harapan masyarakat dan representasi politik yang sebenarnya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh komunikasi politik digital terhadap menurunnya kepercayaan publik kepada partai politik. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan melalui berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan kepercayaan publik dipengaruhi oleh pencitraan politik, disinformasi, propaganda, rendahnya literasi digital, serta polarisasi politik di ruang digital.

Kata Kunci: politik digital, media sosial, pencitraan politik, representasi politik, kepercayaan publik

A. Pendahuluan

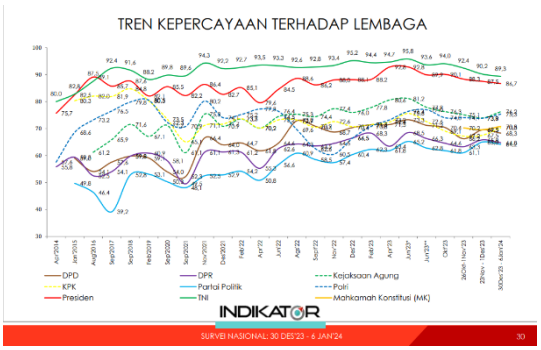
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar terhadap pola komunikasi politik di Indonesia. Kehadiran media sosial sebagai bagian dari politik digital mengubah cara partai politik dan kader partai berinteraksi dengan masyarakat. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi media pembentukan citra politik, kampanye digital, serta alat untuk memengaruhi opini publik.

Menurut Asari et al. (2023), komunikasi digital merupakan proses penyampaian informasi melalui media digital, sedangkan kemampuan komunikasi yang efektif menjadi faktor penting dalam membentuk opini publik (Hanafi et al., 2024). Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai instrumen strategis bagi partai politik untuk meningkatkan popularitas, elektabilitas, dan dukungan masyarakat.

Pemanfaatan media sosial dalam komunikasi politik terus berkembang seiring meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Hayat et al. (2021) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang lebih interaktif antara masyarakat, politisi, dan partai politik dibandingkan media tradisional. Melalui media sosial, masyarakat dapat memberikan tanggapan, kritik, maupun dukungan secara langsung terhadap berbagai isu politik. Di sisi lain, partai politik memanfaatkan media sosial untuk membangun branding politik, memperluas jangkauan kampanye, dan membentuk persepsi publik terhadap kader maupun partai politik.

Namun, perkembangan politik digital tidak selalu memberikan dampak positif. Dominasi pencitraan politik melalui media sosial sering kali menciptakan kesenjangan antara citra yang ditampilkan dengan realitas politik yang dirasakan masyarakat. Nurwati (2024) menyatakan bahwa teknologi informasi merupakan “pedang bermata dua” karena selain memberikan manfaat, juga berpotensi menjadi sarana penyalahgunaan. Dalam konteks politik digital, kondisi tersebut terlihat melalui maraknya disinformasi, propaganda politik, ujaran kebencian, manipulasi opini publik, dan kampanye negatif yang

tersebar melalui media sosial. Fenomena tersebut menyebabkan masyarakat semakin sulit membedakan antara representasi politik yang nyata dengan pencitraan politik yang sengaja dibangun untuk kepentingan tersendiri. Suwarsono (2025) menjelaskan bahwa ruang demokrasi digital memang membuka peluang partisipasi politik yang lebih luas, tetapi juga dapat menurunkan kualitas demokrasi apabila dipenuhi oleh informasi yang tidak akurat dan manipulatif. Akibatnya, masyarakat cenderung membentuk penilaian politik berdasarkan citra, popularitas, dan narasi emosional daripada kualitas representasi politik yang sesungguhnya.



Gambar 1Tren Kepercayaan Terhadap Lembaga

Fenomena tersebut tercermin dalam berbagai hasil survei nasional mengenai tingkat kepercayaan publik terhadap lembaga negara. Berdasarkan survei nasional yang dirilis oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI), tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai politik berada pada posisi yang lebih rendah dibandingkan lembaga negara lainnya seperti Presiden, TNI, dan Polri (Lembaga Survei Indonesia, 2024). Data tren kepercayaan publik periode 2014–2024 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap partai politik cenderung stagnan pada kisaran 60–70 persen dan bahkan pernah mengalami penurunan hingga sekitar 39,2 persen. Pada survei Desember 2023–Januari 2024, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai politik hanya mencapai sekitar 64,8 persen, jauh di bawah tingkat kepercayaan terhadap Presiden dan TNI yang berada di atas 86 persen (Lembaga Survei Indonesia, 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa partai politik masih menghadapi persoalan serius terkait legitimasi dan kepercayaan publik.

Rendahnya tingkat kepercayaan tersebut mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara citra politik yang dibangun melalui media sosial dengan representasi aspirasi masyarakat yang diwujudkan melalui

kebijakan dan tindakan nyata. Masyarakat cenderung menilai bahwa partai politik lebih fokus pada pencitraan dan peningkatan elektabilitas dibandingkan menjalankan fungsi representasi secara substantif. Padahal, dalam sistem demokrasi, partai politik memiliki peran penting sebagai sarana penyaluran aspirasi masyarakat dan penghubung antara rakyat dengan pemerintah.

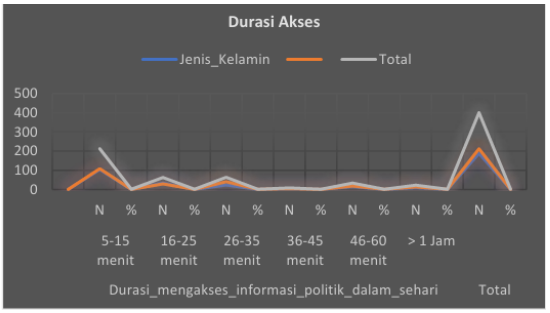
Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan pada kajian erosi kepercayaan publik terhadap kader partai politik di era politik digital, khususnya dalam melihat hubungan antara representasi politik dan pencitraan politik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepercayaan publik terhadap kader partai politik, mengidentifikasi dampak kesenjangan antara pencitraan digital dan representasi politik, serta mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi menurunnya kepercayaan masyarakat. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi politik digital serta menjadi bahan evaluasi bagi partai politik dalam membangun komunikasi politik yang lebih transparan, akuntabel, dan berorientasi pada kepentingan masyarakat.

B. Metode Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka dan dokumentasi dengan menelusuri berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku, jurnal nasional maupun internasional, artikel ilmiah, dan publikasi akademik yang berkaitan dengan komunikasi politik, kepercayaan publik, representasi politik, pencitraan politik, media sosial, dan politik digital. Penelusuran literatur menggunakan kata kunci komunikasi politik, kepercayaan publik, representasi politik, pencitraan politik, media sosial, politik digital, dan partai politik. Dalam penelitian ini digunakan 20 referensi buku dan 15 artikel jurnal yang dipilih berdasarkan tingkat relevansi dengan fokus penelitian. Literatur yang dianalisis merupakan publikasi tahun 2020–2026, sedangkan literatur sebelum tahun 2020 hanya digunakan sebagai teori dasar yang masih relevan dengan penelitian.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola komunikasi politik di Indonesia. Media sosial tidak lagi berfungsi hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang pembentukan opini publik, pencitraan politik, serta arena pertarungan narasi politik. Kondisi ini menyebabkan hubungan antara masyarakat dan partai politik semakin dipengaruhi oleh aktivitas komunikasi politik yang berlangsung di ruang digital. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Samsudin, Putri, dan Zamora (2024) dalam artikel jurnal "Tren Penggunaan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Politik di Kalangan Generasi Muda Pekanbaru" terhadap 400 responden berusia 15–24 tahun, media sosial menjadi sumber utama informasi politik bagi generasi muda. Platform seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, Twitter, Facebook, dan YouTube digunakan secara intensif untuk memperoleh informasi mengenai isu politik, tokoh politik, maupun aktivitas partai politik. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakses informasi politik melalui media sosial dengan durasi rata-rata 5–25 menit per hari, yang



menunjukkan tingginya ketergantungan generasi muda terhadap media digital sebagai sumber informasi politik.

Gambar 2 Durasi mengakses media sosial dalm sehari

Kondisi ini mengindikasikan bahwa pembentukan persepsi politik masyarakat semakin bergantung pada informasi yang beredar di ruang digital. Meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap media sosial berdampak langsung pada tingkat kepercayaan publik terhadap partai politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai politik cenderung lebih rendah dibandingkan lembaga negara lainnya. Data tren kepercayaan publik menunjukkan bahwa partai politik secara konsisten berada pada tingkat kepercayaan yang relatif rendah dan fluktuatif. Pada survei Desember 2023–Januari 2024,

tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai politik hanya mencapai sekitar 64,8%, sedangkan tingkat kepercayaan terhadap Presiden dan TNI berada di atas 86% (Indikator Politik Indonesia, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa masyarakat masih menaruh keraguan terhadap kemampuan partai politik dalam menjalankan fungsi representasi dan memperjuangkan kepentingan rakyat secara optimal.

Rendahnya tingkat kepercayaan tersebut tidak dapat dilepaskan dari fenomena berkembangnya politik digital yang lebih menekankan pencitraan dibandingkan representasi politik yang substantif. Dalam praktik politik kontemporer, media sosial dimanfaatkan secara luas oleh partai politik dan kader politik untuk membangun popularitas, elektabilitas, dan citra positif di mata publik. Aktivitas politik dikemas dalam bentuk konten visual, video pendek, slogan, maupun narasi emosional yang dirancang untuk menarik perhatian masyarakat. Akibatnya, masyarakat lebih mudah mengenal figur dan popularitas tokoh politik dibandingkan memahami program, gagasan, maupun kualitas representasi politik yang diperjuangkan. Menurut Arifin (2014), citra politik merupakan persepsi yang terbentuk dalam benak masyarakat dan tidak selalu mencerminkan realitas yang sebenarnya. Bahkan, dalam politik modern, penampilan yang menarik sering kali lebih efektif dibandingkan gagasan atau program yang substantif.

Temuan penelitian juga menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup besar antara pencitraan politik digital dan representasi politik yang nyata. Partai politik cenderung lebih aktif membangun opini publik dan meningkatkan keterlibatan digital dibandingkan memperjuangkan aspirasi masyarakat secara langsung. Kondisi ini menyebabkan fungsi partai politik sebagai sarana representasi rakyat menjadi kurang optimal. Aspirasi masyarakat sering kali kalah oleh kepentingan elektoral, popularitas, dan strategi pencitraan politik yang berkembang di media sosial. Akibatnya, muncul persepsi bahwa partai politik lebih berorientasi pada kepentingan elite dan pencitraan daripada memperjuangkan kebutuhan masyarakat secara substantif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahayu, Ayuningsih, dan Aulia (2024)

yang menyatakan bahwa efektivitas partai politik dalam menjalankan fungsi representasi merupakan faktor penting dalam menentukan kualitas demokrasi.

Selain persoalan representasi, penelitian ini menemukan beberapa faktor utama yang memperkuat erosi kepercayaan publik terhadap partai politik. Faktor-faktor tersebut meliputi dominasi pencitraan politik di media sosial, maraknya penyebaran hoaks dan propaganda politik, rendahnya literasi digital masyarakat, polarisasi politik di ruang digital, serta budaya politik yang masih berorientasi pada popularitas dan simbol politik. Dalam konteks politik Indonesia, media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi politik, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan opini publik dan mobilisasi dukungan politik (Putri & Astini, 2024). Pada saat yang sama, perkembangan ruang digital juga mempercepat penyebaran disinformasi dan memperkuat polarisasi politik yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap partai politik dan proses demokrasi secara umum (Al Fatih, 2024). Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat semakin sulit membedakan antara informasi yang objektif dengan informasi yang bersifat manipulatif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa politik digital memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap tingkat kepercayaan publik terhadap kader partai politik. Media sosial memang memberikan peluang bagi partai politik untuk memperluas komunikasi dan partisipasi politik masyarakat. Namun, ketika komunikasi politik lebih berorientasi pada pencitraan dibandingkan representasi aspirasi masyarakat secara nyata, maka kepercayaan publik cenderung mengalami penurunan. Oleh karena itu, partai politik perlu memperkuat fungsi representasi, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas politik, serta membangun komunikasi politik yang lebih substantif agar kepercayaan masyarakat terhadap institusi politik dapat kembali meningkat di era digital.

D. Kesimpulan

Perkembangan politik digital dan media sosial telah mengubah pola komunikasi politik di Indonesia serta memengaruhi tingkat kepercayaan publik terhadap kader partai politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

kepercayaan publik cenderung mengalami penurunan akibat tingginya penggunaan media sosial, penyebaran disinformasi, polarisasi politik, konflik digital, serta dominasi pencitraan politik dibandingkan representasi aspirasi masyarakat secara nyata. Media sosial tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi politik, tetapi juga ruang pembentukan opini publik dan citra politik yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap partai politik.

Penelitian ini menemukan adanya kesenjangan antara pencitraan politik digital dan kinerja nyata kader partai politik. Penilaian masyarakat lebih banyak dibentuk oleh popularitas, simbol, dan narasi media dibandingkan kualitas representasi politik yang sebenarnya. Akibatnya, fungsi partai politik sebagai sarana penyaluran aspirasi masyarakat menjadi kurang optimal karena lebih berfokus pada peningkatan elektabilitas dan popularitas daripada penyelesaian persoalan publik secara substantif. Kondisi tersebut memunculkan sikap skeptis masyarakat terhadap partai politik dan memperlemah kualitas demokrasi.

Selain itu, faktor-faktor seperti dominasi pencitraan politik, penyebaran hoaks dan propaganda, rendahnya literasi digital, polarisasi politik, serta budaya politik yang berorientasi pada popularitas turut memperkuat erosi kepercayaan publik. Oleh karena itu, partai politik perlu membangun komunikasi politik yang lebih transparan, edukatif, akuntabel, dan berorientasi pada kepentingan masyarakat. Dengan demikian, kepercayaan publik terhadap kader partai politik dapat dipulihkan dan fungsi representasi politik dalam sistem demokrasi dapat berjalan lebih efektif di era politik digital.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Arifin, A. (2014). *Politik pencitraan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). *Komunikasi digital*.

Darmanto. (2023). *Kepemimpinan birokrasi dan kepercayaan publik*. Jakarta: Gramedia.

Deni, A., Deni, S., Badjodah, A., Kristanto, B., Mantoti, A., Husen, M., Hulahi, E., Musa, S. S., Djaguna, A. A., Hermanto, A., &

Fitriani, R. N. (2024). *Demokrasi dan komunikasi politik* (Vol. 2).

Hanafi, Reza, F., Ilham, Y., Sugiarta, N., & Lestari, A. (2024). *Komunikasi politik (Teori dan praktik)*.

Haning, M. T., Hasniati, & Tahili, M. H. (2020). *Public trust: Dalam pelayanan organisasi publik konsep, dimensi dan strategi*.

Hutapea, E. B. T. (2020). *Komunikasi politik: Lingkup kajian, konsep dan pendekatan*. Depok: Gibon Books.

Nurwati. (2024). *Hukum teknologi informasi dan komunikasi* (Vol. 2).

Poernomo, M. I. (2023). *Buku ajar komunikasi politik*.

Rahman. (2024). *Komunikasi politik kontemporer*.

Rijal, R., Jusman, J., Suleman, S., Syamel, S. S., Rahman, A., Wahid, A. I., Hasim, D., Nasrullah, N., Amiruddin, A., & Mappiwali, H. (2024). *Kebijakan publikasi 5.0* (Vol. 2).

Sakti, F. T. (2020). *Pengantar ilmu politik* (Vol. 2).

Samosir, O. (2021). *Buku materi pembelajaran statistik*. Jakarta: Universitas Kristen Indonesia.

Sari, A., Dahlan, Tuhumury, R. A. N., Prayitno, Y., Siegers, W. H., Supiyanto, & Werdhani, A. S. (2023). *Dasar-dasar metodologi penelitian*.

Sumarna, Maulana, & Widjaja. (n.d.). *Dinamika isu-isu sosial politik*.

Sutisna, N. (2024). *Digital marketing for politics*.

Syauket, A., Indriasari, R., Mendrofa, K. E. D., & Cabui, E. C. (2024). *Komunikasi politik pemerintahan*.

Widaningsih, T. (2025). *Buku ajar ekonomi politik media*.

Artikel in Press :

Indikator Politik Indonesia. (2026). Rilis survei nasional: Evaluasi publik atas kondisi ekonomi, politik, penegakan hukum, dan pemberantasan korupsi (8 Februari 2026). Jakarta: Indikator Politik Indonesia.

Jurnal :

Dewi, M. I. K., Widiantara, I. K. A., & Arinatha, I. D. A. W. (2024). Eksistensi media massa pada pencitraan bakal calon presiden Pemilu 2024 (studi kasus pada Kota Denpasar). Communicare, 4(1), 31–40.

Dewi, R. A. U., & Pratiwi, A. (2025). Popularitas vs realitas elektoral: Strategi komunikasi digital dalam Pemilu Presiden Indonesia 2024. Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi, 11(2), 450–462.

Dharmajaya, M. A., Abdurrohman, H., & Harmonis, H. (2025). Komunikasi politik dalam lanskap digital: Inovasi hingga disinformasi berita politik. Warta ISKI, 8(1), 230–235.

Fatih, I. Z. Al. (2024). Peran media sosial dalam kampanye politik di Indonesia lima tahun terakhir: Antara demokrasi dan manipulasi informasi. COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, 4(7), 2227–2237.

Febrianto, A., Siroj, R. A., & Hartatiana. (2024). Studi literatur: Landasan dalam memilih metode penelitian yang tepat. Journal Educational Research and Development, 1(2), 259–263.

Hari, S. (2025). Krisis kepercayaan masyarakat terhadap lembaga publik di era disinformasi digital. Journal of Social, Educational and Religious Studies, 1(1), 38–52.

Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. I. (2021). Peran media sosial dalam komunikasi publik. Jurnal Indonesia Sosial Teknologi, 2(1).

Hidayat, M. D. J., Nurbaity, M., Kirana, B. I., Hermawan, M. N., & Mahesa, M. A. (2025). Analisis model kampanye digital partai politik jelang Pemilu 2024: Studi komparatif konten Instagram PDI Perjuangan dan PSI. Politeia: Jurnal Ilmu Politik, 17(2), 94–104.

Judijanto, L., Wandan, H., Ayu, N., Triyantoro, A., & Suroso, S. (2024). Pengaruh politik identitas dan penggunaan media sosial terhadap partisipasi politik digital pemilih milenial dan Gen Z di Indonesia. Sanskara Ilmu Sosial dan Humaniora, 2(1), 24–35.

Majid, N., & Hidayah, A. N. (2023). Strategi komunikasi politik dalam pemilihan umum di era digital. PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 1(2), 53–61.

Prasetiyo, S. H., Pawito, & Anggreni, L. S. (2026). Kampanye digital partai politik dalam menarik generasi milenial antara retorika dan realita.

Putri, I. M., & Astini, B. (2024). Pengaruh terpaan informasi media sosial terhadap tingkat kepercayaan publik pada Pemilihan Umum 2024. Jurnal Komunikasi Universitas Garut, 10(2), 333–350.

Rahayu, N. P., Ayuningsih, N., & Aulia, V. (2024). Partai politik dan representasi kepentingan: Analisis peran partai dalam mewakili beragam kelompok masyarakat. Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik, 1(3), 558–569.

Samsudin, D., Putri, I. M., & Zamora, R. (2024). Tren penggunaan media sosial sebagai sumber informasi politik di kalangan generasi muda Pekanbaru. SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 3(2), 228–238.

Syamsiani, I. N., & Addiansyah, M. N. R. (2025). Komunikasi politik digital: Relasi antara media, civil society, dan keterlibatan politik. Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM), 8(2), 370–385.