

Pengaruh Strategi Komunikasi Politik Paslon Rahmat-Bagus di Media Sosial terhadap Partisipasi Politik dengan Kepercayaan Politik sebagai Variabel Moderasi (Study pada Pemilih Pemula di Kota Balikpapan Kalimantan Timur)

The Influence of Rahmat–Bagus Candidate Pair's Political Communication Strategy on Social Media Toward Political Participation with Political Trust as a Moderating Variable (A Study of First-Time Voters in Balikpapan City, East Kalimantan)

Abdul Jabbar ^{1*}

¹ Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

¹ abduljabbar@gmail.com;

* corresponding author : abduljabbar@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article history: Received : 21 Juni 2026 Revised : 28 Juni 2026 Accepted : 30 Juni 2026 Kata Kunci: Kepercayaan Politik; Partisipasi Politik; Strategi Komunikasi Politik; Media Sosial; Pemilih Pemula; Keywords : Political Trust; Political Participation; Political Communication Strategy; Social Media; First-Time Voters;  This is an open access article under the CC-BY-SA license. Copyright (c) 2026 Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi	Perkembangan ilmu pengetahaun dan teknologi di semua bidang menuntut kita untuk selalu menyesuaikan dengan perkembangan tersebut, termasuk di dunia politik. Penelitian ini merupakan penelitian explanatory reseach yang bertujuan untuk menguji teori komunikasi politik, teori kepercayaan politik dan teori partisipasi politik. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan kepercayaan politik berperan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau justru melemahkan pengaruh komunikasi politik terhadap partisipasi politik pada saat Pemilihan Umum Daerah Kota Balikpapan tahun 2024. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah responden 400 orang pemilih pemula yang dipilih dengan cara accident sampling, Setelah data diperoleh, data dioleh menggunakan aplikasi SMART-PLS4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikais politik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan politik dan keputusan politik. Sedangkan kepercayaan politik berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi politik, namun tidak memoderasi hubungan antara strategi komunikasi politik dengan keputusan politik. Abstract <i>The rapid development of science and technology across various sectors requires continuous adaptation, including in the field of politics. This study is an explanatory research that aims to examine the theories of political communication, political trust, and political participation. The purpose of this research is to investigate whether political trust functions as a moderating variable that can strengthen or weaken the influence of political communication strategies on political participation during the 2024 Balikpapan Regional Head Election. This study employed a quantitative research approach involving 400 first-time voters selected through accidental sampling. The collected data were analyzed using the SMART-PLS 4 application. The findings reveal that the political communication strategy implemented by the Rahmat–Bagus candidate pair through social media has a positive and significant effect on political trust and political participation. Furthermore, political trust also has a positive and significant effect on political participation. However, political trust was found not to moderate the relationship between political communication strategy and political participation. These findings indicate that effective political communication through social media can directly enhance political trust and encourage greater political participation among first-time voters. Nevertheless, political trust does not strengthen or weaken the influence of political communication strategies on political participation.</i>

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara demokrasi menjamin kebebasan berpendapat dan berekspresi sebagai hak dasar setiap warga negara. Hak tersebut diwujudkan melalui berbagai mekanisme politik, salah satunya pemilihan umum (Pemilu) yang diselenggarakan secara periodik untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat dalam menentukan pemimpin dan arah kebijakan pemerintahan. Dalam perkembangannya, pelaksanaan demokrasi modern tidak dapat dipisahkan dari pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin memengaruhi pola interaksi politik antara kandidat dan masyarakat. Perkembangan teknologi digital telah mengubah praktik komunikasi politik dari model konvensional yang bersifat satu arah menjadi komunikasi yang lebih interaktif, partisipatif, dan real-time. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu platform yang banyak digunakan oleh aktor politik untuk membangun citra, menyampaikan program kerja, serta menjalin kedekatan dengan pemilih. Melalui berbagai fitur yang tersedia, media sosial memungkinkan kandidat untuk berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat tanpa harus bergantung pada media massa konvensional.

Meskipun penggunaan media sosial dalam politik semakin meningkat, tingginya intensitas komunikasi digital tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan partisipasi politik masyarakat,

terutama generasi muda. Berbagai studi menunjukkan bahwa sebagian generasi muda cenderung skeptis terhadap janji politik dan citra kandidat yang dibangun melalui media sosial. Kondisi ini menimbulkan tantangan tersendiri bagi kandidat dalam membangun hubungan yang kredibel dan memperoleh kepercayaan publik.

Fenomena tersebut terlihat dalam kontestasi Pilkada Kota Balikpapan Tahun 2024. Kota Balikpapan merupakan salah satu kota strategis di Provinsi Kalimantan Timur yang memiliki tingkat urbanisasi dan penggunaan teknologi digital yang tinggi. Berdasarkan data We Are Social (2024), tingkat penetrasi internet di Kalimantan Timur telah mencapai lebih dari 80%, sementara Balikpapan menjadi salah satu kota dengan aktivitas media sosial yang tinggi di luar Pulau Jawa. Selain itu, generasi milenial dan kelompok pemilih muda memiliki proporsi yang cukup besar dalam struktur pemilih sehingga menjadi kelompok yang sangat potensial untuk dipengaruhi melalui komunikasi politik digital.

Data Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Balikpapan menunjukkan bahwa jumlah pemilih pada Pilkada 2024 mencapai 520.986 orang, dengan sekitar 130.696 di antaranya merupakan pemilih pemula. Besarnya jumlah pemilih muda tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan kandidat dalam menarik perhatian dan partisipasi kelompok ini dapat menjadi faktor penting dalam menentukan hasil pemilihan. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik yang efektif melalui media sosial menjadi kebutuhan bagi setiap pasangan calon.

Salah satu pasangan calon yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi politik adalah pasangan Rahmad Mas'ud dan Bagus Susetyo. Sebagai pasangan petahana, mereka mengusung strategi kampanye berbasis program dan keberlanjutan pembangunan dengan narasi "lanjutkan". Strategi tersebut diperkuat melalui penyampaian berbagai program prioritas yang dikenal sebagai "5 Program Berhasil Cepat", yang mencakup peningkatan penerangan kota, penurunan angka stunting, peningkatan kualitas pendidikan, penguatan lingkungan hidup, dan peningkatan ketangguhan bencana. Berbagai pesan dan program tersebut disebarluaskan melalui media sosial, khususnya Instagram, sebagai upaya membangun citra positif dan memperkuat hubungan dengan masyarakat.

Dalam konteks komunikasi politik digital, kepercayaan politik (political trust) menjadi faktor yang sangat penting. Kepercayaan politik mencerminkan keyakinan masyarakat terhadap integritas, kompetensi, dan kredibilitas kandidat maupun institusi politik. Tingkat kepercayaan yang tinggi dapat memperkuat pengaruh pesan politik terhadap perilaku politik masyarakat, termasuk partisipasi dalam pemilihan. Sebaliknya, rendahnya kepercayaan politik dapat menimbulkan sikap apatis, skeptis, bahkan menurunkan keinginan masyarakat untuk terlibat dalam proses politik.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik masyarakat. Nasrullah (2020) menemukan bahwa penggunaan media sosial mampu meningkatkan kesadaran politik dan partisipasi pemilih muda. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa strategi visualisasi konten politik di Instagram dapat membentuk citra positif kandidat dan meningkatkan keterlibatan politik masyarakat. Namun demikian, beberapa penelitian mengungkapkan bahwa tingginya aktivitas komunikasi politik di media sosial tidak selalu diikuti peningkatan partisipasi politik karena adanya penurunan kepercayaan publik yang dipengaruhi oleh polarisasi politik dan disinformasi. Selain itu, penelitian lain menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial, isi pesan, dan daya tarik konten berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik pemilih pemula.

Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh strategi komunikasi politik pasangan calon kepala daerah melalui Instagram terhadap partisipasi politik pemilih muda dengan kepercayaan politik sebagai variabel moderasi masih relatif terbatas, terutama pada konteks daerah urban di luar Pulau Jawa seperti Kota Balikpapan. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada tingkat nasional atau kota-kota besar lainnya sehingga belum mampu menggambarkan karakteristik sosial dan politik masyarakat Balikpapan secara spesifik.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh strategi komunikasi politik pasangan Rahmad Mas'ud–Bagus Susetyo melalui media sosial Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada Kota Balikpapan Tahun 2024, dengan kepercayaan politik sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi politik digital serta menjadi masukan bagi kandidat, penyelenggara pemilu, dan pembuat kebijakan dalam meningkatkan kualitas partisipasi politik masyarakat di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini didasarkan pada tiga landasan teori utama, yaitu Teori Komunikasi Politik, Teori Partisipasi Politik, dan Teori Kepercayaan Politik, yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara strategi komunikasi politik, kepercayaan politik, dan partisipasi politik generasi milenial.

1. Teori Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan politik oleh aktor politik kepada masyarakat dengan tujuan membentuk opini, sikap, dan perilaku politik. Dalam era digital, komunikasi politik tidak lagi berlangsung secara satu arah, tetapi bersifat interaktif dan partisipatif melalui media sosial. Media digital memungkinkan kandidat politik membangun citra, identitas politik, serta kedekatan emosional dengan pemilih, khususnya generasi milenial yang aktif menggunakan internet.

Menurut Harold D. Lasswell, komunikasi politik dapat dipahami melalui pertanyaan “Who says what, in which channel, to whom, and with what effect.” Konsep ini menekankan pentingnya aktor, pesan, media, audiens, dan dampak komunikasi. Sementara itu, Brian McNair menjelaskan bahwa komunikasi politik merupakan interaksi antara politisi, media, dan masyarakat dalam konteks kekuasaan. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik mencakup perencanaan pesan, segmentasi audiens, pemilihan media, serta pengelolaan citra untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan keterlibatan politik masyarakat.

2. Teori Partisipasi Politik

Partisipasi politik merupakan keterlibatan warga negara dalam aktivitas politik untuk memengaruhi proses pengambilan keputusan. Almond dan Verba menyatakan bahwa partisipasi politik merupakan indikator penting budaya politik suatu masyarakat. Partisipasi dapat berbentuk aktif, seperti memilih dalam pemilu, mengikuti kampanye, dan menjadi anggota organisasi politik, maupun pasif berupa kepatuhan terhadap aturan politik yang berlaku. Tingkat partisipasi dipengaruhi oleh pendidikan, status sosial ekonomi, dan kesadaran politik individu.

Verba, Schlozman, dan Brady mengembangkan konsep *resources model* yang menjelaskan bahwa partisipasi politik dipengaruhi oleh sumber daya berupa waktu, uang, dan keterampilan. Dalam konteks masyarakat digital, bentuk partisipasi politik mengalami perkembangan melalui media sosial. Generasi milenial tidak hanya berpartisipasi melalui pemungutan suara, tetapi juga melalui aktivitas digital seperti memberikan komentar, membagikan konten politik, berdiskusi mengenai isu publik, dan mengikuti kampanye daring. Partisipasi digital ini menjadi bentuk baru keterlibatan politik yang semakin relevan dalam era teknologi informasi.

3. Teori Kepercayaan Politik

Kepercayaan politik (*political trust*) adalah tingkat keyakinan masyarakat terhadap integritas, kompetensi, dan legitimasi aktor maupun institusi politik. Easton menjelaskan bahwa kepercayaan politik terdiri atas *specific support*, yaitu dukungan berdasarkan kinerja pemerintah atau pejabat publik, dan *diffuse support*, yaitu dukungan yang lebih mendalam terhadap sistem politik secara keseluruhan. Tingginya kepercayaan politik menunjukkan legitimasi sistem politik yang kuat dan mendukung stabilitas pemerintahan.

Putnam menambahkan bahwa kepercayaan politik dipengaruhi oleh pengalaman masyarakat terhadap institusi politik serta modal sosial yang dimiliki warga. Sebaliknya, korupsi, ketidakadilan, dan rendahnya kualitas pelayanan publik dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Dalam konteks generasi milenial, kepercayaan politik menjadi faktor penting karena kelompok ini cenderung kritis, melek digital, dan sensitif terhadap isu transparansi serta akuntabilitas. Apabila strategi komunikasi politik mampu menghadirkan pesan yang jujur, transparan, dan responsif, maka kepercayaan politik akan meningkat dan mendorong partisipasi politik yang lebih tinggi, baik secara konvensional maupun digital. Dengan demikian, kepercayaan politik tidak hanya berpengaruh langsung terhadap partisipasi politik, tetapi juga berperan sebagai faktor yang memperkuat efektivitas strategi komunikasi politik dalam meningkatkan keterlibatan generasi milenial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*) untuk menguji hubungan kausal antara Strategi Komunikasi Politik (X) terhadap Partisipasi Politik (Y) dengan Kepercayaan Politik (Z) sebagai variabel moderasi. Penelitian bertujuan menjelaskan pengaruh strategi komunikasi politik terhadap tingkat partisipasi politik pemilih muda di Kota Balikpapan. Populasi penelitian adalah pemilih pemula di Kota Balikpapan yang terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2024 dan aktif menggunakan media sosial, dengan jumlah populasi sekitar 117.436 orang. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error*) 5%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 400 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* karena keterbatasan waktu dan biaya penelitian.

Variabel penelitian terdiri atas: (1) Strategi Komunikasi Politik yang diukur melalui dimensi penyusunan pesan, media komunikasi, dan teknik komunikasi; (2) Kepercayaan Politik yang mencakup integritas, kompetensi, dan akuntabilitas aktor atau lembaga politik; serta (3) Partisipasi Politik yang meliputi partisipasi konvensional, non-konvensional, dan partisipasi responsif. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert 1–5, baik secara daring melalui Google Form maupun secara langsung kepada responden. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dokumen resmi, dan publikasi yang relevan dengan penelitian.

Uji kualitas instrumen dilakukan melalui uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha dengan batas minimal 0,70. Analisis data dilakukan melalui statistik deskriptif dan Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antarvariabel, validitas konstruk, reliabilitas, serta pengaruh moderasi kepercayaan politik. Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping, dengan kriteria signifikansi nilai *t-statistic* > 1,96 pada tingkat kepercayaan 95%. Penelitian dilaksanakan di Kota Balikpapan pada periode September 2025 hingga Januari 2026.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 400 responden pemilih pemula pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Balikpapan. Berdasarkan karakteristik gender, responden perempuan berjumlah 202 orang (50,5%), sedangkan laki-laki sebanyak 198 orang (49,5%). Komposisi tersebut menunjukkan distribusi yang relatif seimbang sehingga mampu merepresentasikan pandangan pemilih pemula dari kedua kelompok gender.

Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden berasal dari lulusan SMA sebanyak 271 orang (67,75%), diikuti SMK sebanyak 105 orang (26,25%), dan Paket C sebanyak 4 orang (1%). Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar pemilih pemula berada pada jenjang pendidikan menengah yang secara umum sedang mengalami proses pembentukan orientasi politik dan partisipasi sosial.

Sementara itu, berdasarkan usia, responden didominasi oleh kelompok usia 19 tahun sebanyak 153 orang (38,25%), diikuti usia 20 tahun sebanyak 135 orang (33,75%), usia 18 tahun sebanyak 88 orang (22%), usia 21 tahun sebanyak 22 orang (5,5%), dan usia 17 tahun sebanyak 2 orang (0,5%). Karakteristik tersebut mengindikasikan bahwa responden berada pada kelompok usia transisi menuju dewasa yang cenderung aktif menggunakan media digital sebagai sumber informasi politik.

Tabel 1. Ringkasan Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Gender	Laki-laki	198	49,5
	Perempuan	202	50,5
Pendidikan	SMA	271	67,75
	SMK	105	26,25
	Paket C	4	1,00
Usia	17 Tahun	2	0,5
	18 Tahun	88	22,0
	19 Tahun	153	38,25
	20 Tahun	135	33,75
	21 Tahun	22	5,5

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan menggunakan Corrected Item Total Correlation dengan nilai r tabel sebesar 0,312. Seluruh indikator pada variabel Strategi Komunikasi Politik (X), Kepercayaan Politik (Z), dan Partisipasi Politik (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat.

Selanjutnya, uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha menunjukkan nilai di atas 0,60 untuk seluruh variabel penelitian. Bahkan sebagian besar indikator memiliki nilai reliabilitas yang sangat tinggi dengan Cronbach Alpha berada pada kisaran 0,95. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

a. Strategi Komunikasi Politik

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap strategi komunikasi politik pasangan calon RB. Nilai rata-rata seluruh indikator berada di atas 3,70 pada skala Likert 1–5. Indikator dengan nilai tertinggi adalah “Pesan politik dikemas dengan cara yang menarik dan mudah diingat” (Mean = 3,850), diikuti “Pesan politik yang disampaikan konsisten dari waktu ke waktu” (Mean = 3,848). Sementara indikator dengan nilai terendah adalah “Komunikasi tatap muka dilakukan secara rutin” (Mean = 3,725).

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pemilih pemula menilai keberhasilan komunikasi politik lebih banyak ditentukan oleh kualitas pesan dan kreativitas penyampaian dibandingkan frekuensi kampanye tatap muka. Hal ini juga menunjukkan pentingnya penggunaan media digital dan strategi branding politik dalam menjangkau pemilih muda.

b. Kepercayaan Politik

Variabel kepercayaan politik memperoleh penilaian yang relatif tinggi dengan rata-rata seluruh indikator berada di atas 3,50. Nilai tertinggi terdapat pada indikator “Pesan politik dikemas dengan cara yang menarik dan mudah diingat” (Mean = 3,903), diikuti indikator “Intensitas komunikasi politik kepada publik cukup tinggi” (Mean = 3,875).

Sementara indikator dengan nilai terendah adalah “Informasi politik disampaikan secara transparan” (Mean = 3,575). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pasangan calon relatif baik, aspek transparansi masih menjadi perhatian utama yang perlu ditingkatkan.

c. Partisipasi Politik

Partisipasi politik responden juga tergolong tinggi. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah “Saya mengikuti kegiatan kampanye politik” (Mean = 3,903), sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator “Saya pernah mengikuti petisi publik atau aksi sosial berkaitan dengan politik” (Mean = 3,580). Data tersebut menunjukkan bahwa bentuk partisipasi konvensional seperti mengikuti kampanye dan memberikan suara masih lebih dominan dibandingkan partisipasi non-konvensional seperti petisi atau gerakan sosial politik. Namun demikian, keterlibatan politik melalui media sosial juga memperoleh skor tinggi yang mencerminkan perubahan pola partisipasi generasi muda menuju ruang digital.

Tabel 2. Ringkasan Nilai Mean Variabel Penelitian

Variabel	Mean Tertinggi	Nilai
Strategi Komunikasi Politik	Pesan menarik dan mudah diingat	3,850
Kepercayaan Politik	Pesan menarik dan mudah diingat	3,903
Partisipasi Politik	Mengikuti kampanye politik	3,903

4. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian outer model dilakukan melalui indicator reliability, convergent validity, discriminant validity, dan internal consistency reliability. Nilai outer loading seluruh indikator berada pada rentang 0,658–0,874. Sebagian besar indikator memiliki nilai di atas 0,70 sehingga memenuhi syarat validitas konvergen. Beberapa indikator yang berada pada rentang 0,60–0,70 tetap dipertahankan karena masih memenuhi ketentuan Hair et al. (2014).

Selanjutnya, hasil pengujian Composite Reliability menunjukkan nilai 0,923 untuk Strategi Komunikasi Politik, 0,949 untuk Kepercayaan Politik, dan 0,929 untuk Partisipasi Politik. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,70 sehingga menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik. Nilai Average Variance Extracted (AVE) masing-masing konstruk juga berada di atas 0,50 yaitu 0,572; 0,674; dan 0,595. Dengan demikian seluruh konstruk memenuhi syarat convergent validity.

Pengujian discriminant validity menggunakan Fornell-Larcker Criterion menunjukkan bahwa akar kuadrat AVE masing-masing variabel lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk lainnya. Hasil ini menegaskan bahwa masing-masing variabel penelitian memiliki karakteristik yang berbeda dan dapat dibedakan secara empiris.

5. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Pengujian multikolinearitas menunjukkan seluruh nilai VIF berada di bawah 5 sehingga tidak terdapat permasalahan multikolinearitas dalam model penelitian. Selanjutnya, nilai R-Square menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Politik mampu menjelaskan variasi Kepercayaan Politik sebesar 48,1%, sedangkan Strategi Komunikasi Politik dan Kepercayaan Politik secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Partisipasi Politik sebesar 14,9%.

Tabel 3. Nilai R-Square

Variabel Endogen	R-Square
Kepercayaan Politik	0,481
Partisipasi Politik	0,149

Nilai tersebut menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi sedang terhadap Kepercayaan Politik dan kemampuan prediksi rendah terhadap Partisipasi Politik. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain di luar model yang turut memengaruhi partisipasi politik pemilih pemula.

6. Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tiga hipotesis diterima dan satu hipotesis ditolak.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

Hubungan Variabel	Koefisien	P-Value	Keputusan
X → Y	0,159	0,007	Diterima
X → Z	0,693	0,000	Diterima
Z → Y	0,264	0,000	Diterima
X*Z → Y	0,006	0,787	Ditolak

Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik berpengaruh positif terhadap partisipasi politik dan kepercayaan politik. Selain itu, kepercayaan politik juga berpengaruh positif terhadap partisipasi politik. Namun, kepercayaan politik tidak terbukti memoderasi hubungan antara strategi komunikasi politik dan partisipasi politik.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Strategi Komunikasi Politik terhadap Partisipasi Politik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi politik dengan koefisien sebesar 0,159 dan nilai p sebesar 0,007. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi komunikasi yang diterapkan oleh pasangan calon, semakin tinggi tingkat partisipasi politik pemilih pemula. Meskipun demikian, nilai koefisien yang relatif kecil menunjukkan bahwa pengaruh langsung strategi komunikasi terhadap partisipasi politik tidak terlalu kuat. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pemilih pemula tidak hanya mempertimbangkan pesan politik yang diterima, tetapi juga faktor-faktor lain seperti pengalaman politik, lingkungan sosial, pendidikan politik, serta tingkat kepercayaan terhadap aktor politik.

Temuan ini sejalan dengan teori komunikasi politik yang menyatakan bahwa komunikasi berfungsi sebagai instrumen mobilisasi politik melalui penyebaran informasi, persuasi, dan pembentukan opini publik. Strategi komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran politik sehingga mendorong individu untuk terlibat dalam berbagai aktivitas politik.

2. Pengaruh Strategi Komunikasi Politik terhadap Kepercayaan Politik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik memiliki pengaruh positif dan sangat kuat terhadap kepercayaan politik dengan koefisien jalur sebesar 0,693 dan p-value 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas komunikasi politik merupakan faktor utama yang membentuk kepercayaan masyarakat terhadap aktor politik. Pesan yang jelas, konsisten, relevan, dan disampaikan melalui media yang tepat mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat.

Dalam konteks pemilih pemula, komunikasi politik yang efektif sangat penting karena kelompok ini masih berada pada tahap pembentukan orientasi politik. Informasi yang mudah dipahami serta penggunaan media digital yang sesuai dengan karakteristik generasi muda menjadi faktor yang memperkuat kepercayaan politik.

Temuan ini juga memperkuat pandangan bahwa komunikasi politik tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai mekanisme pembentukan legitimasi politik. Ketika masyarakat merasa memperoleh informasi yang kredibel dan transparan, tingkat kepercayaan terhadap aktor politik akan meningkat.

3. Pengaruh Kepercayaan Politik terhadap Partisipasi Politik

Kepercayaan politik terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi politik dengan koefisien sebesar 0,264 dan p-value 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi terhadap aktor politik cenderung lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan politik. Kepercayaan tersebut mendorong keyakinan bahwa partisipasi yang dilakukan akan memberikan manfaat dan berdampak terhadap proses politik.

Dalam perspektif teori partisipasi politik, kepercayaan politik merupakan salah satu faktor psikologis yang memengaruhi perilaku politik individu. Ketika masyarakat percaya terhadap sistem politik dan

aktor yang terlibat di dalamnya, mereka akan lebih termotivasi untuk menggunakan hak pilih, mengikuti kampanye, berdiskusi mengenai isu politik, maupun menyampaikan aspirasi kepada pemerintah. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan partisipasi politik pemilih pemula dapat dilakukan melalui penguatan kepercayaan politik. Oleh karena itu, aktor politik perlu membangun komunikasi yang lebih transparan, akuntabel, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

4. Peran Moderasi Kepercayaan Politik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan politik tidak mampu memoderasi hubungan antara strategi komunikasi politik dan partisipasi politik. Nilai koefisien interaksi sebesar 0,006 dengan p-value 0,787 menunjukkan bahwa efek moderasi tidak signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi politik tetap dapat memengaruhi partisipasi politik secara langsung tanpa dipengaruhi oleh tinggi rendahnya tingkat kepercayaan politik. Dengan kata lain, komunikasi politik yang efektif tetap mampu mendorong keterlibatan politik masyarakat meskipun tingkat kepercayaan politik berada pada kondisi yang berbeda.

Hasil ini memperlihatkan bahwa dalam konteks pemilih pemula Kota Balikpapan, kepercayaan politik lebih tepat diposisikan sebagai variabel mediasi atau variabel independen dibandingkan sebagai variabel moderator. Kepercayaan politik berpengaruh langsung terhadap partisipasi politik, namun tidak memperkuat maupun memperlemah pengaruh strategi komunikasi politik terhadap partisipasi politik.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi politik merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan politik dan meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula. Namun, keberhasilan peningkatan partisipasi politik tidak hanya bergantung pada komunikasi politik semata, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor sosial, psikologis, dan lingkungan politik yang lebih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan tentang kajian penelitian yang mengungkapkan pengaruh strategi komunikasi politik terhadap partisipasi politik yang dimoderasi oleh kepercayaan politik, yang mengambil studi penelitian pada pemilih pemula Pemilu Kada Kota Balikpapan tahun 2024, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi politik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan politik pemilih pemula pada saat Pemilu Kada Kota Balikpapan tahun 2024, karena studi ini menegaskan bahwa kualitas pesan, konsistensi narasi, dan intensitas interaksi menjadi faktor penting dalam mendorong keterlibatan pemilih pemula dalam dunia politik.
2. Strategi komunikasi politik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan politik pemilih pemula pada saat Pemilu Kada Kota Balikpapan tahun 2024, karena keberhasilan komunikasi politik bukan hanya ditentukan oleh substansi kebijakan, tetapi juga oleh bagaimana kebijakan tersebut dikomunikasikan secara efektif dan persuasif.
3. Kepercayaan politik berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pemilu Kada Kota Balikpapan tahun 2024, karena kepercayaan merupakan prasyarat psikologis yang memungkinkan individu merasa sistem politik relevan dan layak untuk diikuti.
4. Berdasarkan hasil pengujian secara empiris menunjukkan bahwa efek moderasi kepercayaan politik tidak signifikan berpengaruh terhadap hubungan antara strategi komunikasi politik dengan keputusan politik, hal ini dikarenakan hasil pengujian empiris menunjukkan bahwa efek moderasi tersebut tidak signifikan dalam mempengaruhi hubungan antara strategi komunikasi politik terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pemilu Kada Kota Balikpapan tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahaya, D. V. (2025). 1 , 2 , 3 123. 5(1), 115–124.
- Alodat, A. M., & Al-qora, L. F. (2023). Social Media Platforms and Political Participation : A Study of Jordanian Youth Engagement.
- Andriyendi, D. O., S, N., & Dewi, S. F. (2023). Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 3(1), 101–111. <https://doi.org/10.24036/jecco.v3i1.172>
- Arpandi. (2023). Media Online dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilihan Umum (Pemilu) *Internet Media ' s Role in Boosting General Election Participation from the Community (Elections)*. 3(1), 843–855.
- Asfar, A. S., Ida, R., Sciences, P., Airlangga, U., Province, E. J., Airlangga, U., Province, E. J.,

- Airlangga, U., & Province, E. J. (2025). The effect of social media usage on millennials ' political knowledge and political participation in the presidential election in Indonesia : A structural equation modelling analysis Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengetahuan politik dan partisipasi politik generasi milenial dalam pemilihan presiden di Indonesia : Analisis structural equation modelling. 117–132.
- Barati, M. (2023). Casual Social Media Use among the Youth: Effects on Online and Offline Political Participation.arXiv preprint (2023).
- Bobzien, L. (2023). Income Inequality and Political Trust: Do Fairness Perceptions Matter? Social Indicators Research, 169, 505–528.
- DOI: <https://doi.org/10.1007/s11205-023-03168-9>
- Cawvey, M. (2023). Mobilizing the Shy and Closed-Minded into Politics: The Mediating Role of Political Trust for Conventional Participation in the Americas. Political Science Quarterly, 138(3), 377–400. DOI: <https://doi.org/10.1093/psquar/qqad058>
- Chang, H. H., Haider, S., & Ferrara, E. (2021). Digital Civic Participation and Misinformation during the 2020 Taiwanese Presidential Election.Media and Communication, 9(1).DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3405>
- Hu, Q., & Pu, Y. (2023). Using unofficial media, less trusting of Chinese polity?—An analysis based on the moderated mediation effect. PLOS ONE, 18(6), e0286985. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0286985>
- Imron, & et al., I. A. (2025). Pengaruh Dinamika Politik terhadap Kepercayaan Publik pada Pemilu di Indonesia (Studi Kasus Pemilu 2024 pada Pemilih Pemula di Wilayah Kecamatan Jambangan Kota Surabaya). Jurnal Dialektika Pendidikan IPS, 5(1), 52–68.
- Jandevi, U. (2019). Communication strategy to improve women ' s political participation in Indonesia. 1(2), 68–81.
- Lee, Y. (2021). Social media capital and civic engagement: Does type of connection matter?Information Systems Frontiers, 19(1), 167–189.DOI: <https://doi.org/10.1007/s12208-021-00300-8>
- Juen, C.-M. (2023). The Impact of Government Participation on the Political Trust of Populist Party Supporters.Government and Opposition.DOI tersedia di Cambridge Core (2023).
- Jung, Kim, Y., & De, H. G. (2013). Mass Communication and Society The Mediating Role of Knowledge and Efficacy in the Effects of Communication on Political Participation. June 2013, 37–41.
- Karim, A. M., Wibawa, A., & Arisanto, P. T. (2020). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Media Sosial (Studi Deskriptif Tingkat Dan Pola Politik Partisipatif Gen-Z Kota Yogyakarta Melalui Pemanfaatan Aplikasi Instagram Tahun 2019). Paradigma POLISTAAT: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 3(2), 116–131. <https://doi.org/10.23969/paradigmapolistaat.v3i2.3093>
- Kasih, O. M., & Triadi, I. (2024). Penegakan Hak Asasi Manusia dalam Partisipasi Politik Warga Negara pada Pemilihan Umum di Indonesia. Indonesian Journal of Law and Justice, 1(4), 14. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v1i4.2369>
- Kumlin, S., Nemčok, M., & Hootege, A. Van. (2023). Welfare State Evaluations , Normative Expectations , and Political Trust : Longitudinal Evidence from Germany and Norway. 301443. <https://doi.org/10.1080/14719037.2023.2297292>
- Kuncoro, M. W. (2018). Media Sosial, Trust, dan Partisipasi Politik Pada Pemilih Pemula. Prosiding Seminar Nasional Psikologi Unissula: Penguatan Keluarga Di Zaman Now, 161–168.
- Lilleker, D. G. (2013). Online Political Communication Strategies : MEPs , E- Online Political Communication Strategies : MEPs , E-Representation , and Self-Representation. September 2013, 37–41. <https://doi.org/10.1080/19331681.2012.758071>
- Mahendra, G. A. (2019). Tingkat Partisipasi Politik Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Tengah Di Kabupaten Blora Tahun. 03, 371–393.
- Paulo, F., Marques, J., Miola, E., Paulo, F., & Marques, J. (2021). Annals of the International Communication Association Key concepts , dilemmas , and trends in political communication : a literature review considering the Brazilian landscape literature review considering the Brazilian landscape. Annals of the International Communication Association, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1945479>
- Pratama Putra, D., Rafni, A., Dewi, S. F., & Tiara, M. (2025). Pengaruh media sosial instagram terhadap pembentukan preferensi politik mahasiswa pemilih pemula pada Pilpres 2024. Journal of Education, Cultural and Politics, 5(2), 396–406. <https://doi.org/10.24036/jecco.v5i2.723>
- Rahmadi, A. N., Mubaroq, A., Marga, U. P., Dringu, R., Mayangan, K., Probolinggo, K., & Timur, J. (2024). Peran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik Menghadapi Pemilu 2024. 4(1).

- Ramadan, M. F., Razak, H. A., & Saputra, I. E. (2025). Efektivitas Pelaksanaan Pemilihan Umum Tahun 2024 Dengan Penggunaan Sistem Informasi Rekapitulasi Di Sulawesi Selatan. *I(I)*, 1–18.
- Rambe, A. S., Dinar, Y. P., & Sajida, I. (2025). Hubungan antara Kepemimpinan dan Komunikasi Politik. *5(2)*, 450–457.
- Reveilhac, M., & Reveilhac, M. (2023). The Influences of Political Strategies and Communication Styles on Political Candidates ' Online and Offline Visibility Styles on Political Candidates ' Online and Offline Visibility. *Journal of Political Marketing*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/15377857.2023.2254709>
- Rifai, M., Hariyanto, F., Studi, P., Pemerintahan, I., Karawang, R. T. T.-, Studi, P., Komunikasi, I., Karawang, R. T. T.-, Media, S., Informasi, P., & Pemula, P. (n.d.). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemenuhan. 24–39.
- Rojas, H. (2014). Strategy Versus Understanding. 452–480.
- Schnaudt, C., Hahn, C., & Heppner, E. (2021). Distributive and Procedural Justice and Political Trust in Europe. *3(May)*, 1–18. <https://doi.org/10.3389/fpos.2021.642232>
- Studi, P., Politik, I., Studi, P., Komunikasi, I., Politik, K., & Sosial, M. (2023). Instagram sebagai Media Komunikasi Politik BAGI. *6(1)*, 170–179.
- Suharli, L., Inovasi, M., Sumbawa, U. T., Bioteknologi, F., & Sumbawa, U. T. (2023). Pengaruh Strategi Komunikasi Politik terhadap Partisipasi Politik Masyarakat dengan Perilaku Pemilih sebagai Variabel Moderasi dalam Pemilihan Gubernur Nusa Tenggara Barat Tahun 2018 di Kota Sumbawa. *6(4)*, 2922–2930.
- Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). Teori , Media Dan Strategi.
- Wahyuni, R., & Sharfina Desiandri, Y. (2024). Hak Asasi Manusia (HAM) Pada Kebebasan Berpendapat/Berekspresi dalam Negara Demokrasi di Indonesia. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, *5(3)*, 961–966. <https://doi.org/10.55338/saintek.v5i3.2422>
- Yahya, A. S., & Masrich, A. (2025). The Influence of Information Systems and Political Participation on Simultaneous Regional Head Election Effectiveness During the COVID-19 Pandemic. *13(2)*, 944–963. <https://doi.org/10.33019/society.v13i2.940>
- Zainuddin. (2021). Masyarakat Di Kawasan Pantai (Kasus Pangkajene Dan Galesong Utara) The Study Of Political Participation (Cases in Pangkajene and North Galesong). 253–271.
- Zhang, Y., et al. (2023). Intention to consume news via personal social media network and political trust among young people. *Frontiers in Psychology*, *13*. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.106505>