

ANALISIS PENGARUH TRANSPARANSI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DIGITAL TERHADAP PERSEPSI DAN KEPERCAYAAN PUBLIK ATAS KEBIJAKAN EKONOMI MENTERI KEUANGAN DI INDONESIA TAHUN 2025: PENDEKATAN PLS-SEM

ABSTRAK

Kepercayaan publik terhadap kebijakan ekonomi pemerintah merupakan factor penting dalam mendukung efektivitas implementasi kebijakan, terutama pada masa transisi pemerintahan tahun 2025 yang ditandai dengan tingginya dinamika informasi di ruang digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh transparansi informasi dan komunikasi digital terhadap kepercayaan publik atas kebijakan ekonomi Kementerian Keuangan Republik Indonesia dengan persepsi masyarakat sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 455 responden dan dianalisis menggunakan SmartPLS, kemudian divalidasi menggunakan Python berbasis *bootstrapping*. Untuk memperkuat interpretasi hasil, penelitian juga menerapkan triangulasi data melalui observasi terhadap website resmi, media sosial (Instagram, TikTok, dan YouTube), serta laporan resmi Kementerian Keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan publik ($\beta = 0,420$; $t = 7,363$) dan persepsi masyarakat ($\beta = 0,409$; $t = 9,287$). Transparansi informasi tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepercayaan publik ($\beta = 0,070$; $t = 1,100$), tetapi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat ($\beta = 0,442$; $t = 9,497$). Persepsi masyarakat juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan publik ($\beta = 0,310$; $t = 5,442$) serta memediasi secara signifikan pengaruh komunikasi digital dan transparansi informasi terhadap kepercayaan publik. Hasil analisis Python menunjukkan temuan yang konsisten dengan SmartPLS. Temuan triangulasi menunjukkan bahwa Kementerian Keuangan telah menerapkan transparansi informasi dan komunikasi digital secara komprehensif, namun efektivitasnya masih dipengaruhi oleh persepsi masyarakat, algoritma media sosial, misinformasi, framing informasi, dan literasi digital. Penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kepercayaan publik tidak hanya bergantung pada keterbukaan informasi, tetapi juga pada strategi komunikasi digital yang mampu membentuk persepsi masyarakat secara positif.

Kata Kunci: Transparansi Informasi, Komunikasi Digital, Persepsi Masyarakat, Kepercayaan Publik, PLS-SEM.

ANALYSIS OF THE EFFECT OF INFORMATION TRANSPARENCY AND DIGITAL COMMUNICATION ON PUBLIC PERCEPTION AND PUBLIC TRUST IN THE ECONOMIC POLICIES OF THE MINISTER OF FINANCE IN INDONESIA IN 2025: A PLS-SEM APPROACH

ABSTRACT

Public trust in government economic policies is essential for effective policy implementation, particularly during Indonesia's 2025 governmental transition amid rapid digital information flows. This study analyzes the effects of information transparency and digital communication on public trust in the economic policies of the Ministry of Finance of the Republic of Indonesia, with public perception as a mediating variabel. A quantitative approach using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was employed. Primary data were collected from 455 respondents through questionnaires, analyzed using SmartPLS, and validated using Python-based bootstrapping. Data triangulation was conducted through observations of the Ministry of Finance's official website, social media platforms (Instagram, TikTok, and YouTube), and official reports. The results reveal that digital communication significantly improves public trust ($\beta = 0.420$; $t = 7.363$) and public perception ($\beta = 0.409$; $t = 9.287$). Information transparency does not directly affect public trust ($\beta = 0.070$; $t = 1.100$) but significantly enhances public perception ($\beta = 0.442$; $t = 9.497$). Public perception also significantly strengthens public trust ($\beta = 0.310$; $t = 5.442$) and mediates the effects of digital communication and information transparency on public trust. Python validation produced results consistent with SmartPLS. Triangulation indicates that the Ministry of Finance has comprehensively implemented information transparency and digital communication. However, their effectiveness remains influenced by public perception, social media algorithms, misinformation, information framing, and digital literacy. These findings indicate that strengthening public trust requires not only transparent information but also effective digital communication strategies that foster positive public perception.

Keywords: Information Transparency, Digital Communication, Public Perception, Public Trust, PLS-SEM.