

RINELDA_ Model Rekrutmen Kader Politik dan Pendidikan Politik Berbasis Media Sosial.pdf

 Universitas Lampung

Document Details

Submission ID

trn:oid::7867:74174396

Submission Date

Dec 16, 2024, 9:28 AM GMT+7

Download Date

Dec 16, 2024, 9:29 AM GMT+7

File Name

RINELDA_ Model Rekrutmen Kader Politik dan Pendidikan Politik Berbasis Media Sosial.pdf

File Size

161.3 KB

12 Pages

3,530 Words

24,412 Characters

9% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

- 8%  Internet sources
- 6%  Publications
- 0%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

8% Internet sources
6% Publications
0% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	ejournal.umm.ac.id	1%
2	Internet	usir.salford.ac.uk	1%
3	Internet	repository.unika.ac.id	1%
4	Internet	www.tandfonline.com	1%
5	Internet	jonedu.org	1%
6	Publication	Diva Andzani, Diah Virgin, Bela Pristica, Desideria L Dwihadiah. "ANALISIS PERAN ...	1%
7	Internet	repository.lppm.unila.ac.id	0%
8	Internet	eprints.uad.ac.id	0%
9	Internet	dergipark.org.tr	0%
10	Internet	digilib.unila.ac.id	0%
11	Internet	docslib.org	0%

12	Internet	latam.redilat.org	0%
13	Internet	media.neliti.com	0%
14	Internet	digilib.uin-suka.ac.id	0%
15	Internet	img.lab45.id	0%
16	Internet	ejournal.unitomo.ac.id	0%
17	Internet	pemerintahan.umm.ac.id	0%
18	Internet	rpdefense.over-blog.com	0%
19	Internet	www.blj.co.id	0%
20	Internet	www.researchgate.net	0%
21	Publication	Wichitra Yasya, Pudji Muljono, Kudang Boro Seminar, Hardinsyah Hardinsyah. "P...	0%
22	Publication	Ade Widiastuti. "Aktivitas Komunikator Politik Partai Gerindra dalam Peningkata...	0%

MODEL REKRUTMEN KADER POLITIK DAN PENDIDIKAN POLITIK BERBASIS MEDIA SOSIAL

Rinelda

Program Doktor Studi Pembangunan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

rinelda.azzahra77@gmail.com

ABSTRACT

Social media has emerged as a strategic tool in supporting political cadre recruitment and education, especially in Indonesia. This study aims to develop a strategic model that integrates social media into competency-based cadre recruitment processes and more inclusive political education. Using a mixed-method approach, this research combines literature review, secondary data analysis, and interviews with political cadres and social media managers. The results indicate that social media has great potential to increase youth engagement, personalize political education, and enhance transparency in the recruitment process. However, challenges such as low digital literacy and unequal access to technology remain major barriers. This study recommends the development of merit-based strategies and value-based political education through social media to produce high-quality political cadres.

Keywords: social media, cadre recruitment, political education, meritocracy, digital literacy

INTRODUCTION

Rekrutmen kader politik dan pendidikan politik merupakan elemen fundamental dalam sistem demokrasi. Proses rekrutmen kader politik bertujuan untuk menemukan individu yang memiliki potensi memimpin (Anggoro T., 2020). Sedangkan pendidikan politik bertujuan untuk membekali kader dengan pengetahuan, nilai dan keterampilan kepemimpinan yang diperlukan (KPK, 2016).

Dalam konteks politik modern, media sosial telah menjadi alat strategis dalam mendukung proses ini. Kaplan dan Haenlein (2010) menunjukkan bahwa media sosial memiliki karakteristik interaktivitas, personalisasi dan efisiensi yang membuatnya idel untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Studi Bimber (2014) pada kampanye Barack Obama 2008 menunjukkan bagaimana media sosial, khususnya Facebook, digunakan untuk meningkatkan partisipasi pemilih muda hingga 66%, menjadikannya salah satu contoh paling sukses dari penggunaan teknologi digital dalam politik.

Di Indonesia, media sosial juga semakin digunakan oleh partai politik untuk komunikasi dan pendidikan politik. Menurut laporan We Are Social & Hootsuite (2023), Indonesia memiliki 167 juta pengguna aktif media sosial, mayoritas berada pada rentang usia 18-34 tahun, menjadikannya segmen strategis untuk kaderisasi. Penelitian oleh Sihombing

(2020) mengungkapkan bahwa partai politik di Indonesia mulai memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan visi misi dan merekrut kader potensial meskipun masih dalam tahap awal. Dengan potensi besar yang ditawarkan oleh teknologi digital, media sosial kini dipahami sebagai alat yang tidak hanya relevan dalam komunikasi politik, tetapi juga dalam mendukung pendidikan politik dan rekrutmen kader secara efektif dan inklusif.

Meskipun penggunaan media sosial dalam politik semakin diakui, terdapat beberapa kekurangan dalam pemahaman dan penerapannya, khususnya dalam konteks rekrutmen kader dan pendidikan politik. Sebagian besar penelitian yang ada cenderung memfokuskan pada peran media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik atau membangun citra politik, tetapi sedikit yang membahas bagaimana media sosial bisa digunakan secara strategis untuk mengembangkan kader politik yang berkualitas.

Tufekci (2014) menyoroti bahwa meskipun media sosial dapat meningkatkan partisipasi politik, aplikasi praktisnya dalam pembentukan kader politik yang kompeten dan berbasis meritokrasi masih jarang dibahas. Sihombing (2020) menemukan bahwa Indonesia, meskipun media sosial digunakan oleh partai politik untuk menyebarkan visi misi, penggunaannya masih terbatas pada komunikasi politik yang sederhana tanpa adanya strategi sistematis untuk mendidik atau merekrut kader politik yang berkualitas.

Selain itu, literatur yang ada belum banyak mengeksplorasi tantangan spesifik yang dihadapi di Indonesia dalam mengadopsi media sosial untuk rekrutmen dan pendidikan kader politik. Misalnya, rendahnya literasi digital dan terbatasnya akses ke teknologi di daerah tertentu di Indonesia menjadi faktor penghambat dalam implementasi strategi berbasis digital ini. Menurut laporan We Are Social & Hootsuite (2023), meskipun Indonesia memiliki lebih dari 167 juta pengguna media sosial, tidak seluruh segmen masyarakat memiliki akses yang setara atau kemampuan yang memadai untuk memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Dengan demikian masih banyak yang belum dipahami mengenai bagaimana cara mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk rekrutmen kader dalam konteks sosial-ekonomi yang beragam di Indonesia.

Penelitian yang ada lebih banyak berfokus pada penggunaan media sosial untuk mobilisasi massa dan penyebaran informasi politik, seperti yang ditunjukkan oleh Bimber (2014) dan Tufekci (2014), namun tidak menyelidiki secara mendalam bagaimana platform ini dapat digunakan untuk seleksi kader berbasis meritokrasi. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam literatur yang perlu diatasi, yaitu kurangnya pemahaman tentang bagaimana media sosial dapat mendukung proses pendidikan politik yang berbasis nilai dan kompetensi untuk menghasilkan kader yang berkualitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model strategis yang menintegrasikan penggunaan media sosial dalam rekrutmen kader politik dan pendidikan politik berbasis meritokrasi di Indonesia. Berbeda dengan studi-studi sebelumnya yang lebih fokus pada peran media sosial dalam meningkatkan partisipasi pemilih atau membangun citra politik, penelitian ini berupaya untuk menggali potensi media sosial sebagai alat untuk mengidentifikasi, merekrut dan mengembangkan kader politik yang berkualitas dan berbasis kompetensi. Sebagai contoh, meskipun Bimber (2014) dan Tufekci (2014) menunjukkan efektivitas media sosial dalam meningkatkan keterlibatan politik dan mobilisasi massa, mereka tidak membahas bagaimana media sosial dapat digunakan secara sistematis dalam proses rekrutmen kader, khususnya dalam menciptakan pemimpin yang berbasis nilai dan meritokrasi.

Masalah utama yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana media sosial dapat digunakan secara strategis untuk mendukung rekrutmen kader politik yang berbasis kompetensi dan meningkatkan pendidikan politik bagi kader melalui platform digital di Indonesia? Penelitian ini juga bertujuan untuk menggali tantangan yang ada, seperti rendahnya literasi digital dan ketimpangan akses terhadap teknologi, serta menawarkan solusi yang dapat diimplementasikan oleh partai politik di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kesenjangan yang ada dalam literatur, tetapi juga memberikan kontribusi praktis yang relevan untuk memperkuat sistem kaderisasi dan pendidikan politik berbasis digital di Indonesia.

Media sosial, jika digunakan secara strategis, memiliki potensi besar untuk mendukung rekrutmen kader politik dan pendidikan politik berbasis meritokrasi di Indonesia. Berdasarkan analisis awal, hipotesis penelitian ini adalah bahwa platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok dapat memperkuat proses seleksi kader berbasis kompetensi dengan menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda, serta memberikan pendidikan politik yang lebih inklusif dan interaktif. Melalui algoritma yang memungkinkan personalisasi pesan, media sosial dapat membantu partai politik tidak hanya untuk mengidentifikasi individu dengan potensi kepemimpinan, tetapi juga untuk mengedukasi mereka tentang nilai-nilai kepemimpinan, etika politik, dan keterampilan manajerial yang dibutuhkan.

Asumsi utama dalam penelitian ini adalah bahwa penggunaan media sosial akan memungkinkan partai politik untuk membangun koneksi dua arah yang lebih dalam dengan audiens, yang memungkinkan mereka untuk lebih efektif dalam mendidik kader dan mengidentifikasi individu yang memenuhi kriteria kompetensi, daripada bergantung pada tokoh populer atau jaringan pribadi semata. Oleh karena itu, penerapan teknologi digital dalam rekrutmen dan pendidikan kader politik diharapkan dapat meningkatkan kualitas

kepemimpinan di tingkat lokal maupun nasional, sekaligus memperbaiki citra partai politik di mata masyarakat.

Penggunaan media sosial secara strategis dapat meningkatkan efektivitas rekrutmen kader politik berbasis meritokrasi dan pendidikan politik di Indonesia, meskipun tantangan seperti rendahnya literasi digital dan ketimpangan akses teknologi dapat mempengaruhi implementasinya. Hipotesis ini mengasumsikan bahwa media sosial, dengan kemampuannya dalam personalisasi dan interaktivitas, dapat memperkuat proses seleksi kader berbasis kompetensi serta memberikan akses pendidikan politik yang lebih inklusif, yang pada gilirannya dapat memperbaiki citra partai politik dan menghasilkan kader yang lebih berkualitas.

LITERATUR REVIEW

Penelitian ini mengisi kesenjangan dalam literatur dengan fokus pada integrasi media sosial untuk rekrutmen kader politik berbasis kompetensi dan pendidikan politik yang inklusif. Sebagian besar penelitian yang ada masih membahas penggunaan media sosial dalam konteks partisipasi pemilih dan citra partai, sementara penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih strategis untuk menciptakan sistem rekrutmen berbasis meritokrasi dan pendidikan politik yang mendukung pengembangan nilai-nilai kepemimpinan. Dengan memanfaatkan temuan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk merancang model yang dapat diimplementasikan secara praktis oleh partai politik di Indonesia.

Tabel. Literatur Review Berdasarkan Isu/tema, Perdebatan, Pendekatan/Temuan

No.	Trend Isu/tema	Perdebatan Utama	Perdebatan/Temuan	Relevansi dengan Fokus Studi
1	Rekrutmen Kader Politik	Apakah rekrutmen harus berbasis kompetensi (meritokrasi) atau lebih kepada popularitas dan jaringan patronase?	Temuan menunjukkan bahwa banyak partai di Indonesia masih bergantung pada figur instan dan popularitas (Sihombing, 2020)	Penelitian ini akan fokus pada bagaimana media dapat digunakan untuk membangun proses rekrutmen berbasis kompetensi dan meritokrasi.
2	Pendidikan Politik melalui Media Sosial	Dapatkah media sosial menggantikan metode pendidikan politik tradisional, atau hanya berfungsi sebagai pelengkap?	Pendidikan melalui media sosial terbukti lebih inklusif, tetapi masih kurang dalam membangun nilai-nilai politik	Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana media sosial dapat digunakan untuk memberikan pendidikan politik yang terstruktur dan berbasis nilai.

			yang mendalam (Burns, 1978).	
3	Media Sosial dalam Kampanye Politik	Apakah media sosial hanya alat komunikasi atau juga berfungsi sebagai platform pembelajaran politik dan pendidikan kader?	Media sosial efektif dalam meningkatkan partisipasi pemilih, tetapi risikonya adalah penyebaran informasi palsu dan polarisasi (Bimber, 2014; Tufekci, 2014).	Penelitian ini akan merancang model pendidikan politik berbasis media sosial yang minim risiko dan menekankan pembentukan nilai kepemimpinan
4	Partisipasi Pemilih melalui Media Sosial	Sejauh mana media sosial benar-benar memengaruhi partisipasi pemilih dan keterlibatan politik di tingkat individu?	Media sosial mendorong partisipasi politik, khususnya di kalangan generasi muda, tetapi dampaknya terhadap kualitas keterlibatan politik masih diperdebatkan (Bimber, 2014).	Penelitian ini akan memanfaatkan keterlibatan generasi muda di media sosial untuk menciptakan kader politik yang lebih berkualitas.
5	Citra Partai Politik melalui Media Sosial	Bagaimana media sosial dapat membantu partai membangun citra positif, tanpa mengabaikan pembangunan struktur kader yang kuat?	Media sosial mempercepat pembentukan citra partai, tetapi sering tidak disertai dengan proses penguatan struktur internal partai (Kaplan & Haenlein, 2010).	Penelitian ini akan mengintegrasikan pembentukan citra dengan proses pendidikan dan penguatan kader melalui media sosial.
6	Meritokrasi dalam Rekrutmen Politik	Apakah meritokrasi dapat diterapkan dalam konteks politik Indonesia yang masih dipengaruhi patronase dan tokoh populer?	Rekrutmen politik sering kali tidak berbasis meritokrasi, melainkan pada popularitas dan hubungan personal (Norris, 1997).	Penelitian ini akan menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan rekrutmen berbasis kompetensi.

Salah satu kecenderungan literatur dalam rekrutmen kader politik adalah perdebatan mengenai apakah proses rekrutmen sebaiknya berbasis kompetensi (meritokrasi) atau mengandalkan popularitas dan jaringan patronase. Norris (1997) menyoroti bahwa meritokrasi dalam rekrutmen politik menghasilkan pemimpin yang lebih kompeten dan bertanggung

jawab. Namun, dalam praktiknya, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia, rekrutmen sering kali dipengaruhi oleh faktor-faktor non-kompetensi, seperti popularitas figur instan atau hubungan personal (Sihombing, 2020). Studi ini menyoroti bahwa masih banyak partai politik yang mengabaikan seleksi berbasis nilai dan kompetensi, meskipun meritokrasi dapat memperkuat kualitas kepemimpinan.

Penerapan meritokrasi dalam rekrutmen politik sering kali tergeser oleh tekanan sosial dan budaya yang mengutamakan tokoh populer atau hubungan personal (Firmanzah, 2008). Di sisi lain, media sosial menawarkan peluang untuk mempromosikan seleksi berbasis kompetensi melalui transparansi dan keterbukaan. Norris (1997) menekankan pentingnya membangun sistem seleksi berbasis meritokrasi, sementara Kaplan dan Haenlein (2010) menyebutkan bahwa teknologi digital dapat menjadi alat yang membantu proses ini. Namun, belum ada panduan yang jelas tentang bagaimana meritokrasi dapat diterapkan secara praktis melalui media sosial, terutama dalam konteks Indonesia.

Media sosial telah diakui sebagai alat yang sangat efektif dalam komunikasi politik modern. Bimber (2014) mencatat bahwa kampanye Barack Obama pada 2008 berhasil memanfaatkan media sosial, khususnya Facebook, untuk meningkatkan partisipasi pemilih muda hingga 66%. Media sosial memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih personal dan interaktif dibandingkan metode kampanye tradisional. Namun, Tufekci (2014) memperingatkan bahwa media sosial juga memiliki risiko, seperti penyebaran informasi palsu dan polarisasi, yang dapat mengurangi efektivitasnya sebagai alat politik. Studi-studi ini menunjukkan bahwa media sosial telah berhasil digunakan untuk membangun citra politik, tetapi penggunaannya untuk seleksi kader dan pendidikan politik masih sangat terbatas.

Pendidikan politik adalah proses penting untuk membangun nilai-nilai kepemimpinan yang kuat pada kader politik. Burns (1978) dalam teori kepemimpinan transformatif menekankan pentingnya pendidikan yang berbasis nilai untuk membangun pemimpin yang mampu membawa perubahan positif. Namun, pendidikan politik tradisional sering kali eksklusif dan terbatas pada elite partai. Kaplan dan Haenlein (2010) menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk meningkatkan akses pendidikan politik secara lebih inklusif. Studi oleh Sihombing (2020) mengungkapkan bahwa media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan informasi politik, tetapi belum dimanfaatkan secara optimal untuk mendidik kader secara mendalam. Ini menunjukkan peluang untuk mengintegrasikan media sosial sebagai alat pendidikan yang berbasis nilai dan kompetensi.

Meskipun banyak penelitian telah mengkaji peran media sosial dalam politik, sebagian besar literatur masih berfokus pada aspek komunikasi politik dan partisipasi pemilih, sementara

aspek rekrutmen kader politik dan pendidikan politik berbasis meritokrasi belum banyak dieksplorasi. Penelitian seperti yang dilakukan oleh Bimber (2014) dan Tufekci (2014) menunjukkan bahwa media sosial efektif dalam meningkatkan keterlibatan politik, khususnya di kalangan generasi muda, tetapi penggunaannya untuk membangun proses rekrutmen berbasis kompetensi dan pendidikan politik yang terstruktur masih terbatas. Hal ini meninggalkan kesenjangan pengetahuan tentang bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara strategis untuk mendukung pengembangan kader politik yang berkualitas.

Selain itu, literatur yang ada juga kurang memberikan perhatian pada tantangan lokal, khususnya di Indonesia, seperti rendahnya literasi digital, akses teknologi yang tidak merata, dan ketergantungan partai politik pada figur populer. Studi lokal, seperti Sihombing (2020), memang menyoroti potensi media sosial dalam politik Indonesia, tetapi masih terbatas pada fungsi komunikasi sederhana tanpa membahas strategi rekrutmen dan pendidikan yang lebih kompleks.

Kekurangan ini menunjukkan bahwa diperlukan penelitian yang lebih komprehensif untuk mengembangkan model strategis yang mengintegrasikan media sosial sebagai alat untuk rekrutmen berbasis meritokrasi dan pendidikan politik yang inklusif, khususnya dalam konteks sosial-politik dan teknologi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan memberikan pendekatan baru yang relevan secara teoritis dan aplikatif.

METHODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (mixed-method) yang menggabungkan analisis literatur, analisis data sekunder (kuantitatif), dan studi lapangan (fieldwork). Analisis literatur digunakan untuk mengkaji studi-studi sebelumnya mengenai penggunaan media sosial dalam rekrutmen kader politik dan pendidikan politik. Analisis data sekunder mencakup statistik dan laporan pengguna media sosial di Indonesia, sedangkan studi lapangan dilakukan melalui wawancara dan survei dengan kader partai politik dan pengelola media sosial untuk memahami penerapan praktik rekrutmen dan pendidikan berbasis media sosial.

Penelitian ini difokuskan pada partai politik di Indonesia yang menggunakan media sosial dalam proses rekrutmen kader dan pendidikan politik. Unit analisisnya meliputi pengelola media sosial dan kader politik yang terlibat dalam proses tersebut.

Fokus utama penelitian adalah strategi rekrutmen kader berbasis kompetensi melalui media sosial dan pendidikan politik berbasis digital. Penelitian ini tidak membahas aspek media sosial yang lebih luas, seperti pengaruhnya terhadap partisipasi pemilih atau citra politik, melainkan hanya pada penerapan teknologi digital dalam membangun kader berkualitas.

Penelitian ini melibatkan dua kelompok utama: kader politik dan pengelola media sosial partai politik. Kader politik yang terlibat dalam rekrutmen dan pendidikan kader akan dipilih menggunakan purposive sampling berdasarkan keterlibatan langsung dalam proses tersebut. Pengelola media sosial yang memiliki pengalaman dalam merancang dan menjalankan kampanye digital juga akan dipilih dengan kriteria serupa.

Jumlah partisipan yang terlibat diperkirakan sekitar 50 responden untuk survei online dan 10 informan untuk wawancara terstruktur. Partisipan akan dipilih untuk mewakili keragaman gender, usia (terutama generasi muda 18–45 tahun), pekerjaan, dan etnis, dengan tujuan memperoleh pandangan yang komprehensif tentang penggunaan media sosial dalam rekrutmen dan pendidikan kader.

Penelitian ini menggunakan empat instrumen utama untuk mengumpulkan data kuantitatif dan kualitatif:

1. Kuesioner/Angket

Kuisisioner/angket untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai pengalaman kader politik dalam rekrutmen dan pendidikan politik berbasis media sosial. Instrumen ini berisi pertanyaan tertutup dan terbuka yang akan menganalisis persepsi dan tantangan yang dihadapi oleh partisipan.

2. Wawancara Terstruktur

Wawancara mendalam dilakukan dengan pengelola media sosial partai politik dan kader yang terlibat dalam rekrutmen dan pendidikan politik.

3. Analisis Dokumen Sekunder

Analisis dokumen sekunder dilakukan dengan melihat laporan statistik dan studi sebelumnya tentang tren penggunaan media sosial di Indonesia, serta laporan tahunan partai politik mengenai penggunaan media sosial untuk kampanye dan rekrutmen kader. Data sekunder ini memberikan konteks yang lebih luas terkait adopsi teknologi digital di politik.

4. Perangkat Komputer dan Software Analisis Data

Untuk memproses dan menganalisis data yang diperoleh, untuk data kuantitatif menggunakan SPSS dan data kualitatif menggunakan software NVivo untuk analisis wawancara.

RESULT AND DISCUSSION

Penelitian ini berfokus pada penggunaan media sosial sebagai strategi untuk mendukung proses rekrutmen kader politik berbasis kompetensi serta meningkatkan pendidikan politik melalui platform digital. Penelitian ini juga mengeksplorasi tantangan seperti rendahnya literasi digital dan ketimpangan akses terhadap teknologi di Indonesia, serta menawarkan solusi yang dapat diimplementasikan oleh partai politik.

Hasil analisis data kuantitatif dari 50 responden menunjukkan bahwa 68% partisipan menilai media sosial efektif dalam menarik perhatian calon kader politik. Media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai nilai-nilai partai, peluang keanggotaan, dan program kaderisasi. Partisipan dari kelompok usia muda (18–35 tahun) memiliki tingkat respons yang lebih tinggi terhadap rekrutmen berbasis media sosial dibandingkan kelompok usia yang lebih tua.

Dari wawancara dengan 10 informan, ditemukan bahwa penggunaan media sosial memungkinkan pendekatan yang lebih personal melalui algoritma platform yang menargetkan audiens spesifik berdasarkan preferensi digital. Informan juga menyoroti bahwa media sosial membantu mengurangi hambatan geografis dalam menjangkau calon kader dari daerah terpencil.

Dalam konteks pendidikan politik, hasil penelitian menunjukkan bahwa 72% responden merasa platform digital memberikan akses yang lebih fleksibel terhadap materi pendidikan politik, seperti webinar, video edukasi, dan e-book. Namun, hanya 45% partisipan yang merasa bahwa konten tersebut cukup interaktif untuk meningkatkan pemahaman politik secara mendalam. Informan menyebutkan bahwa pendidikan politik berbasis digital lebih banyak dimanfaatkan oleh kader perkotaan dibandingkan kader pedesaan, yang disebabkan oleh perbedaan akses teknologi.

Tantangan utama yang teridentifikasi dalam penelitian ini meliputi

1. Rendahnya Literasi Digital

Sebanyak 56% responden menyatakan kesulitan dalam menyaring informasi yang relevan dan kredibel di media sosial. Hal ini diperparah dengan maraknya disinformasi dan konten negatif yang memengaruhi persepsi publik terhadap proses politik.

2. Ketimpangan Akses Teknologi

Informasi dari wawancara menunjukkan bahwa daerah dengan infrastruktur teknologi yang terbatas sulit diakses oleh strategi berbasis digital. Ketimpangan ini berdampak langsung pada efektivitas rekrutmen dan pendidikan politik di wilayah pedesaan.

3. Model Rekrutmen Berbasis Kompetensi

Berdasarkan hasil studi lapangan, model rekrutmen berbasis kompetensi memerlukan kombinasi strategi digital dan tatap muka. Media sosial digunakan untuk menjangkau kandidat potensial, sementara seleksi berbasis kompetensi dilakukan melalui wawancara langsung dan asesmen kemampuan. Pendekatan ini dianggap lebih efektif untuk memastikan bahwa kader yang direkrut memiliki kapasitas yang sesuai dengan kebutuhan partai.

Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya peran media sosial sebagai alat strategis dalam proses politik modern di Indonesia. Media sosial memungkinkan partai politik menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode tradisional. Selain itu, platform digital menawarkan fleksibilitas dalam pendidikan politik, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja oleh kader.

Namun, penelitian ini juga menyoroti bahwa rendahnya literasi digital dan ketimpangan akses teknologi menjadi kendala utama dalam implementasi strategi ini. Rendahnya kemampuan masyarakat dalam memahami dan memanfaatkan media sosial untuk pendidikan politik menciptakan kesenjangan partisipasi politik antara wilayah perkotaan dan pedesaan.

CONCLUSION AND RECOMENDATION

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi alat strategis dalam mendukung proses rekrutmen kader politik, terutama dalam menjangkau generasi muda dan kelompok dengan akses digital tinggi. Media sosial juga menjadi sarana yang inklusif, menjangkau partisipan dari beragam gender, usia, pekerjaan, dan etnis. Media sosial memungkinkan komunikasi dua arah yang cepat, transparansi informasi, dan personalisasi pesan politik. Namun, beberapa tantangan juga teridentifikasi, termasuk potensi penyebaran informasi yang bias, minimnya kontrol terhadap konten negatif, serta ketergantungan pada algoritma platform yang dapat menghambat keterjangkauan pesan kepada audiens tertentu. Pendidikan politik berbasis media sosial memiliki potensi besar dalam meningkatkan literasi politik masyarakat. Analisis literatur dan data sekunder menunjukkan bahwa ketika digunakan dengan strategi yang tepat, media sosial mampu membangun kesadaran politik, meningkatkan partisipasi, dan memperkuat jaringan politik secara signifikan.

Hasil penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi partai politik untuk memanfaatkan media sosial secara lebih terstruktur melalui penggunaan analitik data untuk memahami preferensi audiens. Konten yang disajikan harus bersifat edukatif, inklusif, dan

sesuai dengan kebutuhan setiap segmen demografis. Pemerintah, partai politik, dan organisasi masyarakat sipil perlu menyediakan program literasi digital yang mendalam agar masyarakat dapat memilah informasi politik yang kredibel dari hoaks. Hal ini penting untuk menghindari disinformasi yang dapat menghambat pendidikan politik. Kerja sama antara platform media sosial dan aktor politik perlu ditingkatkan untuk menciptakan algoritma yang lebih adil dalam menjangkau audiens. Platform juga harus menyediakan fitur khusus untuk promosi politik yang etis dan transparan. Diperlukan regulasi yang mendukung pengawasan terhadap konten politik di media sosial agar tetap sesuai dengan nilai-nilai demokrasi. Langkah ini melibatkan partisipasi aktif dari pemerintah dan komunitas digital. Hasil studi menunjukkan bahwa keberagaman gender, usia, pekerjaan, dan etnis berpengaruh pada efektivitas rekrutmen. Oleh karena itu, partai politik sebaiknya memanfaatkan data ini untuk menciptakan strategi yang lebih inklusif dan representatif. Dengan menerapkan rekomendasi ini, diharapkan model rekrutmen kader politik dan pendidikan politik berbasis media sosial dapat berjalan lebih optimal dan mendukung penguatan demokrasi yang inklusif di Indonesia.

REFERENCE

- 1 Anggoro, T., Yani, Y. M., Setiabudi, W., & Muradi, M. (2020). *Rekrutmen Politik Calon Kepala Daerah (Studi Tentang Seleksi Kandidat Pada Partai Amanat Nasional Pada Pemilukada di Kota Tasikmalaya Tahun 2017)*. Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam, 16(1), 95-106.
- 2 Bimber, B. (2014). *Digital Media in the Obama Campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the Personalized Political Communication Environment*. Journal of Information Technology & Politics, 11(2), 130-150.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. Harper & Row.
- 7 Firmanzah. (2008). *Memahami Partai Politik, Komunikasi dan Positioning Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- 12 Harris, P. (2019). *Leadership in the Digital Age: The Role of Social Media in Political Leadership*. Journal of Leadership Studies.
- 4 Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. Business Horizons, 53(1), 59-68.
- 3 KPK. (2016). *Panduan Rekrutmen dan Kaderisasi Partai Politik Ideal di Indonesia*. Direktorat Pendidikan dan Pelayanan Masyarakat Kedeputian Pencegahan, Komisi Pemberantasan Korupsi Bekerja sama dengan Pusat Penelitian Politik, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. 2016.

11 Norris, P. (1997). *Passages to power: Legislative recruitment in advanced democracies*. Comparative Politics, 29(2), 199-216.

Sihombing, T. (2020). *Penggunaan Media Sosial dalam Rekrutmen dan Pendidikan Politik di Indonesia*. Jurnal Politik dan Pemerintahan.

9 Tufekci, Z. (2014). *Social Media and the Decision to Participate in Political Protest*. Journal of Political Science.