



Komunikasi Politik Digital Sayap Partai di Indonesia dalam Penguatan Kaderisasi Partai

Raymundus Anthony Samadi^{1*}, Andi Faisal Bakti²

¹⁻² Program Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta, Indonesia

*Penulis korespondensi: raymond.samadi@gmail.com

Abstract. *The transformation of political communication in the digital era has fundamentally altered the ways political parties and their affiliated wing organizations interact with party cadres and the broader public. In Indonesia, party wing organizations such as Angkatan Muda Pembaharuan Indonesia (AMPI), Angkatan Muda Partai Golkar (AMPG), and other youth wings increasingly rely on social media as the primary medium for political cadre formation. However, this shift has not only created new opportunities for participation but has also generated structural problems, including the dominance of symbolic communication, the personalization of political elites, and the subordination of ideological discourse to the algorithmic logic of digital platforms. This article aims to critically examine how the digital political communication of party wing organizations operates within the context of Indonesia's representative democracy, the extent to which it constitutes a deliberative public sphere for young cadres, and how such practices affect the quality of political cadre formation. Employing a critical paradigm and a transdisciplinary qualitative approach, the study integrates Habermas's theory of the public sphere, Aeron Davis's evaluation of democratic communication, and the concept of the mediatization of politics. The findings indicate that the digital communication of party wings tends to function primarily as an instrument of symbolic consolidation and loyalty mobilization rather than as an arena for dialogical political education. Consequently, digital cadre formation produces representational identities more than critical political consciousness. This article therefore recommends a reorientation of the digital political communication of party wing organizations toward deliberative and emancipatory models in order to strengthen internal party democracy and promote substantive political regeneration.*

Keywords: *Digital Political Communication; Party Wings Organizations; Political Cadre Formation; Public Sphere; Representative Democracy.*

Abstrak. Transformasi komunikasi politik di era digital telah mengubah secara mendasar cara partai politik dan organisasi sayapnya berinteraksi dengan kader serta publik. Di Indonesia, organisasi sayap partai seperti Angkatan Muda Pembaharuan Indonesia (AMPI), Angkatan Muda Partai Golkar (AMPG), dan organisasi kepemudaan partai lainnya semakin mengandalkan media sosial sebagai medium utama kaderisasi politik. Namun, pergeseran ini tidak hanya membawa peluang partisipasi, tetapi juga memunculkan problem struktural berupa dominasi komunikasi simbolik, personalisasi elite, dan subordinasi diskursus ideologis oleh logika algoritmik platform digital. Artikel ini bertujuan menganalisis secara kritis bagaimana komunikasi politik digital organisasi sayap partai beroperasi dalam konteks demokrasi representatif Indonesia, sejauh mana ia membentuk ruang publik deliberatif bagi kader muda, serta bagaimana praktik tersebut memengaruhi kualitas kaderisasi politik. Dengan menggunakan paradigma kritis dan pendekatan kualitatif transdisipliner, penelitian ini mengintegrasikan teori ruang publik Habermas, evaluasi demokrasi komunikasi Aeron Davis, serta konsep mediatization of politics. Temuan menunjukkan bahwa komunikasi digital sayap partai cenderung berfungsi sebagai instrumen konsolidasi simbolik dan mobilisasi loyalitas, bukan sebagai arena pendidikan politik dialogis. Akibatnya, kaderisasi digital lebih membentuk identitas representasional daripada kesadaran politik kritis. Artikel ini merekomendasikan reorientasi komunikasi politik digital sayap partai menuju model deliberatif dan emansipatoris guna memperkuat demokrasi internal partai dan regenerasi politik yang substantif.

Kata kunci: Demokrasi Representative; Kaderisasi Politik; Komunikasi Politik Digital; Organisasi Sayap Partai; Ruang Publik.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi ekosistem komunikasi politik global, termasuk di Indonesia. Media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai saluran distribusi pesan, melainkan telah berkembang menjadi ruang produksi makna, arena perebutan legitimasi politik, serta medium utama pembentukan citra dan identitas kolektif

aktor politik (Castells, 2015; Fuchs, 2014). Dalam ruang digital, pesan politik diproduksi, disirkulasikan, dan dikonsumsi dalam tempo cepat dengan jangkauan yang melampaui batas geografis dan struktural organisasi. Transformasi ini mengubah secara fundamental relasi antara elite politik, organisasi, dan basis pendukungnya (McNair, 2018).

Perubahan tersebut berdampak langsung pada cara partai politik dan organisasi sayapnya membangun hubungan dengan kader dan publik. Organisasi tidak lagi hanya mengandalkan mekanisme komunikasi konvensional seperti rapat, pelatihan tatap muka, atau kampanye langsung, tetapi semakin bergantung pada platform digital sebagai ruang utama interaksi politik (Chadwick, 2017). Media sosial menjadi sarana untuk mempertahankan eksistensi organisasi, membangun loyalitas, serta mengartikulasikan posisi politik dalam ruang publik yang semakin kompetitif dan terdigitalisasi (Davis, 2019).

Dalam konteks ini, organisasi sayap partai khususnya sayap pemuda, memegang posisi strategis. Secara historis, organisasi-organisasi ini berfungsi sebagai “kawah candradimuka” bagi pembentukan ideologi, disiplin organisasi, militansi politik, dan kader kepemimpinan masa depan (Omara, 2019; Kushandajani, 2019). Melalui proses kaderisasi berjenjang, sayap partai membentuk identitas politik generasi muda sekaligus memastikan kesinambungan ideologis partai induk (Sari et al., 2021).

Namun digitalisasi telah menggeser pola kaderisasi tersebut dari interaksi tatap muka yang intensif menuju interaksi yang termediasi oleh platform digital. Proses pembelajaran politik yang sebelumnya berlangsung melalui diskusi panjang, pelatihan ideologis, dan pengalaman organisasi langsung kini semakin sering digantikan oleh konsumsi konten singkat, visual, dan simbolik (Fuchs, 2014; Meifilina, 2021). Perubahan ini melahirkan paradoks: di satu sisi memperluas jangkauan komunikasi dan mempercepat konsolidasi organisasi, tetapi di sisi lain berpotensi mereduksi kaderisasi menjadi proses representasi identitas tanpa pendalaman ideologi.

Aeron Davis (2019) menegaskan bahwa demokrasi kontemporer sedang mengalami krisis komunikasi, di mana rasionalitas strategis secara bertahap menggantikan rasionalitas komunikatif. Ruang publik tidak lagi didominasi oleh diskursus rasional kritis yang terbuka, melainkan oleh praktik manajemen citra, algoritmisasi perhatian, dan komodifikasi pesan politik (Habermas, 1989; Davis, 2019). Komunikasi politik bergeser dari arena pembentukan kehendak kolektif menjadi instrumen pengelolaan persepsi publik (McNair, 2018).

Dalam konteks Indonesia, dinamika ini menjadi semakin kompleks karena demokrasi representatif masih dibayangi oleh relasi patronase, oligarki partai, serta struktur organisasi yang hierarkis dan sentralistik (Mietzner, 2015; Omara, 2019). Artikel ini fokus pada kajian

komunikasi politik digital organisasi sayap partai sebagai locus strategis regenerasi politik. Dengan menempatkan sayap partai sebagai aktor perantara antara elite partai dan basis pemilih muda, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana praktik komunikasi digital membentuk pola kaderisasi, struktur relasi kuasa internal, serta kualitas deliberasi politik dalam tubuh organisasi kepemudaan partai (Davis, 2019; Habermas, 1989).

2. KAJIAN TEORITIS

Untuk memahami bagaimana pendekatan kritis berhubungan dan relevan dengan sistem kaderisasi berbasis digital, penulis menyusun beberapa konsep yang saling terkait satu sama lain.

Evaluasi Komunikasi Politik dalam Demokrasi Representatif (Aeron Davis)

Aeron Davis (2019) mengajukan suatu kerangka evaluatif kritis untuk memahami komunikasi politik dalam konteks demokrasi kontemporer dengan membandingkan ideal normatif komunikasi publik dengan praktik nyata dalam apa yang disebut sebagai *actually existing democracies*. Dalam kerangka normatif, komunikasi politik seharusnya menjamin kebebasan berekspresi, kesetaraan akses terhadap informasi, transparansi proses politik, serta terbentuknya solidaritas sipil melalui pertukaran argumen rasional. Komunikasi publik dalam pandangan ini berfungsi sebagai mekanisme utama pembentukan kehendak kolektif warga negara (*public will formation*).

Namun Davis menunjukkan bahwa dalam praktik demokrasi representatif modern, komunikasi politik justru semakin didominasi oleh rasionalitas strategis. Institusi politik, partai, dan aktor elite lebih memprioritaskan pengelolaan persepsi publik, pengendalian narasi, dan stabilisasi dukungan elektoral daripada membuka ruang dialog substantif dengan warga. Media massa dan platform digital diperlakukan sebagai instrumen manajemen citra politik, bukan sebagai arena deliberasi. Akibatnya, komunikasi politik bergeser dari proses argumentatif menjadi proses teknokratis dan manipulatif yang menekankan efektivitas pesan, bukan kualitas diskursus.

Dalam konteks organisasi sayap partai terutama sayap pemuda, kerangka Davis membantu menjelaskan mengapa komunikasi digital sering kali diarahkan pada konsolidasi loyalitas organisasi, reproduksi identitas simbolik partai, dan penguatan legitimasi elite. Media sosial dimanfaatkan untuk memastikan visibilitas organisasi dan kohesi internal, bukan untuk membangun kapasitas reflektif kader. Kader diposisikan terutama sebagai audiens politik dan agen distribusi pesan, bukan sebagai subjek

diskursif yang memiliki ruang untuk berargumentasi, mengkritik, dan membentuk agenda politik secara mandiri.

Dengan demikian, kaderisasi politik digital berlangsung dalam kerangka demokrasi representatif yang pragmatis, di mana partisipasi politik direduksi menjadi keterlibatan simbolik dan kesetiaan organisasi. Pendidikan politik substantif yang seharusnya menumbuhkan kesadaran kritis dan kemampuan deliberatif menjadi subordinat terhadap kepentingan stabilitas organisasi dan efektivitas komunikasi strategis. Kondisi inilah yang oleh Davis dipandang sebagai salah satu bentuk krisis komunikasi demokrasi kontemporer.

Ruang Publik dan Rasionalitas Komunikatif (Jürgen Habermas)

Jürgen Habermas (1989) memformulasikan konsep ruang publik sebagai arena diskursif rasional kritis tempat warga negara dapat berpartisipasi secara setara dalam pembentukan opini publik melalui pertukaran argumen yang bebas dari dominasi. Dalam ruang publik ideal, kekuasaan tidak ditentukan oleh status sosial, otoritas, atau kepemilikan sumber daya, melainkan oleh kekuatan argumen terbaik (*the force of the better argument*). Rasionalitas komunikatif menjadi fondasi utama legitimasi demokratis.

Namun Habermas juga mengemukakan kritik historis terhadap proses yang ia sebut sebagai “refeudalisasi ruang publik,” yaitu ketika ruang diskursus publik dikolonisasi oleh kepentingan ekonomi dan politik. Komersialisasi media, profesionalisasi komunikasi politik, serta dominasi aktor institusional menyebabkan warga tidak lagi menjadi partisipan aktif, melainkan konsumen pesan politik. Ruang publik berubah dari arena debat menjadi panggung representasi kekuasaan.

Dalam konteks ruang digital kontemporer, organisasi sayap partai menghadapi dilema yang serupa dalam bentuk baru. Media sosial secara teknologis membuka kemungkinan komunikasi horizontal, partisipasi luas, dan ekspresi politik yang lebih inklusif. Namun dalam praktiknya, struktur algoritmik platform, budaya organisasi yang hierarkis, serta kepentingan strategis elite membatasi terwujudnya deliberasi sejati. Ruang digital internal organisasi sering kali hanya menampilkan kesan keterbukaan, tetapi tetap dikendalikan melalui moderasi konten, norma loyalitas, dan agenda organisasi.

Akibatnya, ruang publik digital organisasi sayap partai cenderung bersifat simulatif. Kader diberi ruang untuk hadir dan bereaksi, tetapi tidak sepenuhnya untuk berdebat secara setara atau mengartikulasikan posisi politik alternatif. Dalam perspektif Habermas, kondisi ini menunjukkan kegagalan rasionalitas komunikatif dan reproduksi

dominasi struktural dalam medium digital. Demokrasi internal organisasi menjadi prosedural, bukan deliberatif.

Mediatization of Politics dan Logika Media

Konsep *mediatization of politics* menjelaskan bagaimana logika media secara bertahap meresap ke dalam struktur, praktik, dan rasionalitas organisasi politik (McNair, 2018). Politik tidak lagi mengendalikan sepenuhnya bentuk komunikasinya sendiri, melainkan harus menyesuaikan diri dengan tuntutan media seperti kecepatan, dramatisasi, personalisasi, simplifikasi, dan daya tarik visual.

Christian Fuchs (2014) memperdalam analisis ini dengan menunjukkan bahwa dalam kapitalisme digital, komunikasi politik menjadi bagian dari ekonomi perhatian (*attention economy*). Pesan politik dikemas sebagai komoditas yang bersaing dalam pasar klik, likes, dan viralitas. Akibatnya kompleksitas ideologis dan diskursus kebijakan sering dikorbankan demi keterjangkauan dan popularitas.

Bagi organisasi sayap partai, kondisi ini memiliki implikasi langsung terhadap kaderisasi politik. Proses pembinaan ideologis harus bersaing dengan tuntutan produksi konten yang ringan, emosional, dan mudah dikonsumsi. Pendidikan politik yang bersifat reflektif dan argumentatif dianggap tidak kompatibel dengan algoritma platform. Akibatnya, komunikasi organisasi lebih menekankan simbol, figur pemimpin, dan narasi kebersamaan daripada analisis struktural atau perdebatan kebijakan.

Dalam situasi ini, substansi politik dikalahkan oleh performativitas digital. Kader dilatih untuk tampil, membagikan, dan mereproduksi simbol organisasi, bukan untuk mengembangkan kapasitas berpikir kritis. Mediatization tidak hanya mengubah cara organisasi berkomunikasi, tetapi juga mengubah orientasi kaderisasi itu sendiri dari proses pembentukan kesadaran ideologis menjadi proses integrasi simbolik dalam jaringan komunikasi strategis partai.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan teori kritis, dengan menempatkan konsep-konsep utama dari Mazhab Frankfurt seperti dominasi ideologis, reifikasi komunikasi, alienasi politik, dan emansipasi demokratis sebagai landasan analitis dalam mengkaji praktik komunikasi politik digital organisasi sayap partai di Indonesia (Horkheimer, 1982; Marcuse, 1964; Fuchs, 2014). Kerangka teori kritis dipilih karena kemampuannya untuk mengungkap relasi kuasa yang tersembunyi di balik praktik komunikasi politik digital, khususnya bagaimana media sosial dan struktur organisasi partai dapat mereproduksi dominasi elite

serta membatasi kapasitas reflektif kader muda dalam proses kaderisasi politik (Habermas, 1984; Davis, 2019).

Dengan memanfaatkan konsep-konsep tersebut, penelitian ini berupaya menelusuri bagaimana komunikasi politik digital organisasi sayap partai dapat menciptakan keterasingan politik (alienasi) di kalangan kader, ketika mereka diposisikan terutama sebagai konsumen pesan dan agen simbolik loyalitas organisasi, serta bagaimana proses reifikasi komunikasi terjadi ketika interaksi politik direduksi menjadi komoditas perhatian dalam logika algoritmik platform digital. Pada saat yang sama, penelitian ini juga mengidentifikasi potensi komunikasi digital sebagai ruang bagi emansipasi politik, yaitu pembentukan kesadaran kritis, partisipasi deliberatif, dan subjek politik yang otonom di lingkungan organisasi kepemudaan partai.

Data penelitian diperoleh melalui pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan sumber primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan elite organisasi sayap partai (termasuk pimpinan nasional), observasi terhadap akun resmi media sosial organisasi, serta dokumentasi aktivitas kaderisasi digital. Data sekunder diperoleh dari literatur akademik, artikel jurnal, buku teori komunikasi politik dan demokrasi, serta dokumen organisasi dan publikasi partai yang relevan dengan praktik komunikasi politik digital dan kaderisasi.

Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis tematik kritis sebagaimana dikembangkan oleh Braun dan Clarke (2006), dengan tujuan mengidentifikasi pola-pola konseptual seperti dominasi simbolik, personalisasi elite, keterbatasan deliberasi, serta orientasi strategis komunikasi dalam teks, visual, dan narasi digital organisasi. Analisis ini kemudian diperdalam melalui pembacaan wacana kritis untuk mengungkap ideologi, kepentingan politik, dan struktur kekuasaan yang bekerja dalam praktik komunikasi digital organisasi sayap partai.

Pendekatan teoretis ini memungkinkan peneliti untuk menilai sejauh mana komunikasi politik digital organisasi sayap partai telah mendukung tujuan ideal kaderisasi politik, yaitu membentuk kader yang tidak hanya loyal secara organisatoris, tetapi juga memiliki kapasitas reflektif, kesadaran ideologis, dan kemampuan deliberatif dalam ruang publik demokratis (Habermas, 1989; Davis, 2019). Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi area-area di mana praktik komunikasi digital belum sepenuhnya mencerminkan nilai-nilai demokratis dan emansipatoris, misalnya dalam keterbatasan ruang kritik internal, dominasi figur elite, serta subordinasi pendidikan politik oleh tuntutan popularitas media sosial.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan model komunikasi politik digital organisasi sayap partai yang lebih adil, partisipatif, dan berorientasi pada pembebasan politik generasi muda dari struktur dominasi simbolik dan hierarki internal partai. Pendekatan ini sejalan dengan cita-cita demokrasi deliberatif, penguatan kaderisasi substantif, serta pembangunan budaya politik yang tidak hanya representasional, tetapi juga kritis dan emansipatoris dalam konteks demokrasi Indonesia kontemporer.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis terhadap praktik komunikasi politik digital organisasi sayap partai di Indonesia, dengan fokus pada pola produksi konten media sosial, kualitas ruang publik digital internal organisasi, serta implikasinya terhadap proses kaderisasi politik. Data diperoleh melalui observasi sistematis terhadap akun resmi organisasi sayap partai (terutama sayap pemuda) pada platform Instagram selama periode penelitian.

Pola Produksi Konten Komunikasi Politik Digital Sayap Partai

Hasil observasi menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi medium utama komunikasi organisasi sayap partai dengan kader muda. Platform digital dimanfaatkan secara intensif untuk menampilkan aktivitas organisasi, agenda politik partai induk, dukungan terhadap elite partai, serta representasi simbolik identitas organisasi.

Konten yang diproduksi didominasi oleh dokumentasi kegiatan lapangan, pertemuan struktural, konsolidasi internal, peringatan hari besar politik, serta unggahan visual yang menampilkan atribut organisasi seperti logo, seragam, dan slogan partai. Pesan politik disampaikan dalam format singkat, visual, dan emosional, dengan penggunaan desain grafis, video pendek, dan narasi afirmatif.

Sebaliknya, konten yang mengandung pembahasan ideologi partai, analisis kebijakan publik, atau diskursus politik substantif relatif jarang ditemukan. Jika muncul, konten tersebut umumnya dikemas secara sangat ringkas dan tidak mengundang diskusi mendalam. Pola ini menunjukkan bahwa komunikasi digital organisasi sayap partai lebih diarahkan pada penguatan eksistensi simbolik dan kohesi organisasi dibandingkan pada fungsi pendidikan politik kritis.

Temuan ini sejalan dengan Meifilina (2021) yang menemukan bahwa media sosial Partai Golkar lebih banyak digunakan sebagai sarana pencitraan dan sosialisasi satu arah daripada sebagai ruang dialog politik. Pola serupa juga dicatat oleh Arisha dan

Kosandi (2025) dalam studi mereka mengenai strategi komunikasi digital Golkar di Jawa Barat.

Dominasi Logika Algoritmik dan Mediatization of Politics

Analisis terhadap karakteristik konten menunjukkan kuatnya pengaruh logika algoritmik platform digital terhadap strategi komunikasi organisasi sayap partai. Konten dengan potensi viral tinggi seperti visual tokoh elite, narasi emosional, dan simbol kebersamaan lebih sering diproduksi dibandingkan konten analitis atau reflektif.

Fenomena ini mengindikasikan terjadinya proses *mediatization of politics*, di mana organisasi politik menyesuaikan bentuk dan substansi komunikasinya dengan tuntutan media (McNair, 2018). Dalam konteks kapitalisme digital, pesan politik diproduksi sebagai komoditas perhatian yang harus bersaing dengan konten hiburan dan komersial lainnya (Fuchs, 2014).

Akibatnya, komunikasi politik mengalami penyederhanaan struktural. Isu kompleks direduksi menjadi slogan singkat dan simbol visual, sementara perdebatan kebijakan dan konflik ideologis tidak mendapatkan ruang yang memadai. Politik ditampilkan sebagai pertunjukan citra dan loyalitas, bukan sebagai arena pertarungan gagasan.

Dalam konteks kaderisasi, kondisi ini menjadikan kader lebih sering berperan sebagai audiens dan distributor pesan organisasi daripada sebagai subjek diskursif yang aktif membentuk wacana politik. Partisipasi politik kader terbatas pada aktivitas simbolik digital, seperti membagikan unggahan dan mengekspresikan dukungan visual.

Keterbatasan Ruang Publik Digital Internal Organisasi

Meskipun media sosial secara teknologis menyediakan ruang interaksi dua arah, hasil observasi menunjukkan bahwa ruang publik digital internal organisasi sayap partai belum berkembang sebagai arena deliberatif. Kolom komentar pada unggahan organisasi sebagian besar diisi oleh ekspresi dukungan, slogan organisasi, dan simbol loyalitas. Diskusi kebijakan, perdebatan ideologis, atau kritik terhadap arah politik partai jarang ditemukan. Interaksi berlangsung dalam pola afirmatif dan homogen.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa ruang publik digital internal organisasi lebih menyerupai *ruang representasi* daripada *ruang deliberasi*. Dalam istilah Habermas (1989), komunikasi tidak berlangsung dalam kondisi bebas dominasi, melainkan berada dalam struktur hierarkis yang membatasi kemungkinan kritik terbuka. Dengan demikian, ruang publik digital organisasi sayap partai dapat dikategorikan

sebagai *pseudo-public sphere*: tampak terbuka secara teknis, tetapi tertutup secara struktural dan kultural.

Kaderisasi Digital sebagai Konstruksi Identitas Simbolik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kaderisasi politik berbasis digital dalam organisasi sayap partai cenderung berorientasi pada pembentukan identitas simbolik kader sebagai “pemuda partai” daripada pada pembentukan kesadaran politik kritis. Kader direpresentasikan sebagai bagian dari komunitas politik melalui atribut visual, partisipasi dalam kegiatan digital, dan kedekatan simbolik dengan elite partai. Identitas politik dibangun melalui representasi visual dan narasi loyalitas, bukan melalui pemahaman ideologis yang sistematis.

Temuan ini sejalan dengan Sari et al. (2021) yang menunjukkan bahwa organisasi sayap partai berfungsi sebagai jalur struktural rekrutmen kader, tetapi belum optimal sebagai ruang pendidikan politik deliberatif. Kushandajani (2019) dan Omara (2019) juga menegaskan bahwa organisasi sayap partai di Indonesia lebih berfungsi sebagai instrumen organisasi induk daripada sebagai arena produksi ideologi alternatif. Sebagai organisasi kepemudaan, sayap partai memiliki basis sosial yang luas (Risqi & Tanjung, 2023; Syahputra et al., 2020). Namun basis ini belum dimobilisasi untuk membangun budaya diskursus politik digital yang reflektif. Sebaliknya, komunikasi digital lebih diarahkan pada stabilisasi organisasi dan perluasan simbol politik partai.

Diskusi Teoretis: Komunikasi Strategis dan Krisis Demokrasi Digital

Secara teoretis, temuan ini menguatkan argumen Aeron Davis (2019) bahwa komunikasi politik dalam demokrasi kontemporer semakin dikuasai oleh rasionalitas strategis. Media digital digunakan untuk mengelola persepsi, menjaga loyalitas, dan memperluas visibilitas, bukan untuk membangun kehendak kolektif melalui deliberasi rasional. Komunikasi politik digital organisasi sayap partai beroperasi dalam kerangka demokrasi representatif yang pragmatis, di mana partisipasi politik direduksi menjadi dukungan simbolik dan reproduksi citra organisasi.

Dalam perspektif Habermas, kondisi ini menunjukkan kegagalan realisasi ruang publik deliberatif di tingkat organisasi kepemudaan partai. Demokrasi internal organisasi berjalan secara prosedural, tetapi miskin kualitas diskursus. Dengan demikian, komunikasi politik digital sayap partai di Indonesia mencerminkan krisis komunikasi demokrasi kontemporer: teknologi memperluas jangkauan komunikasi, tetapi tidak memperdalam kualitas demokrasi internal dan pendidikan politik kader.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi politik digital organisasi sayap partai di Indonesia telah menjadi instrumen utama dalam menjaga eksistensi organisasi, memperluas jangkauan kader muda, serta memperkuat kohesi struktural partai induk dalam lanskap politik yang semakin terdigitalisasi. Media sosial berfungsi sebagai ruang representasi organisasi, tempat identitas kolektif dikonstruksi melalui simbol, visualisasi kegiatan, dan narasi loyalitas politik. Dalam konteks praktis organisasi, fungsi ini berkontribusi pada stabilitas internal dan kesinambungan regenerasi struktural.

Namun, di balik efektivitas tersebut, penelitian ini menemukan bahwa komunikasi digital sayap partai beroperasi dominan dalam kerangka rasionalitas strategis demokrasi representatif, sebagaimana dikritik oleh Aeron Davis. Praktik komunikasi lebih diarahkan pada pengelolaan citra, stabilisasi dukungan, dan konsolidasi simbolik daripada pada pembentukan diskursus ideologis dan ruang deliberatif kader. Media digital diperlakukan sebagai alat manajemen persepsi politik, bukan sebagai medium pendidikan demokratis.

Ruang publik digital internal organisasi sayap partai belum berkembang sebagai arena deliberasi rasional kritis. Interaksi kader bersifat afirmatif, homogen, dan minim perdebatan substansial. Kondisi ini menunjukkan terjadinya distorsi ruang publik sebagaimana diperingatkan oleh Habermas, di mana komunikasi berlangsung dalam struktur hierarkis dan relasi dominasi simbolik, bukan dalam kesetaraan argumentatif.

Kaderisasi politik berbasis digital cenderung mengalami reduksi makna. Proses pembinaan kader lebih menekankan pembentukan identitas representasional sebagai “kader partai” melalui simbol, atribut, dan kedekatan dengan elite, daripada pengembangan kesadaran ideologis, pemahaman kebijakan publik, dan kapasitas berpikir kritis. Dengan demikian, kaderisasi digital lebih menghasilkan loyalitas struktural daripada subjek politik deliberatif.

Dominasi logika algoritmik dan proses *mediatization of politics* semakin memperkuat kecenderungan tersebut. Organisasi sayap partai menyesuaikan strategi komunikasinya dengan tuntutan viralitas, personalisasi, dan simplifikasi pesan. Akibatnya, substansi politik dikalahkan oleh performativitas digital, dan pendidikan politik menjadi subordinat terhadap kebutuhan visibilitas.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi politik digital organisasi sayap partai di Indonesia bersifat ambivalen: efektif dalam memperluas jangkauan dan konsolidasi organisasi, tetapi problematis dalam memperdalam kualitas demokrasi internal dan kaderisasi substantif. Fenomena ini mencerminkan krisis komunikasi demokrasi

kontemporer, di mana teknologi mempercepat sirkulasi pesan, tetapi tidak otomatis meningkatkan kualitas deliberasi politik.

Berdasarkan temuan dan simpulan tersebut, penelitian ini mengajukan beberapa rekomendasi normatif dan praktis bagi pengembangan komunikasi politik digital organisasi sayap partai di Indonesia:

- 1) Organisasi sayap partai perlu melakukan reorientasi paradigma komunikasi digital dari model representasional strategis menuju model deliberatif edukatif. Media sosial seharusnya tidak hanya digunakan sebagai etalase organisasi dan sarana mobilisasi simbolik, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran politik kolektif. Pengembangan konten diskursif seperti forum daring, diskusi tematik, kelas ideologi digital, dan debat kebijakan internal dapat menjadi langkah konkret menuju demokratisasi komunikasi internal.
- 2) Perlu dikembangkan desain kaderisasi digital yang sistematis dan berbasis pendidikan politik. Modul kaderisasi hendaknya memasukkan materi ideologi partai, sejarah politik, analisis kebijakan publik, serta pelatihan argumentasi kritis. Dengan demikian, kader tidak hanya dibentuk sebagai pendukung organisasi, tetapi sebagai aktor politik reflektif yang mampu berpartisipasi secara substantif dalam ruang publik.
- 3) Organisasi sayap partai perlu membangun mekanisme perlindungan terhadap kebebasan berpendapat internal dalam ruang digital. Norma organisasi sebaiknya mendorong perbedaan pandangan sebagai bagian dari pembelajaran demokrasi, bukan sebagai ancaman terhadap stabilitas. Moderasi konten hendaknya diarahkan untuk menjaga etika diskusi, bukan membatasi kritik substantif.
- 4) Strategi komunikasi digital perlu diseimbangkan antara tuntutan algoritmik dan tanggung jawab pendidikan politik. Meskipun viralitas dan jangkauan tetap penting, organisasi harus secara sadar memproduksi konten ideologis dan analitis secara berkelanjutan agar ruang digital tidak sepenuhnya dikuasai logika pasar perhatian.
- 5) Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan studi komparatif lintas organisasi sayap partai atau mengombinasikan pendekatan kualitatif dengan analisis big data media sosial. Hal ini penting untuk memahami secara lebih luas bagaimana digitalisasi memengaruhi regenerasi politik dan kualitas demokrasi internal partai di Indonesia.

Dengan menerapkan rekomendasi tersebut, komunikasi politik digital organisasi sayap partai diharapkan dapat bergerak dari sekadar instrumen konsolidasi simbolik menuju sarana pembentukan kesadaran politik kritis, penguatan demokrasi internal, dan regenerasi politik yang substantif serta berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisha, M. J., & Kosandi, M. (2025). Political communication strategy of Golongan Karya Party (Golkar) in the 2024 general election in West Java Province. *International Journal of Humanities Education and Social Sciences*, 5(1).
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age* (2nd ed.). Polity Press.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Davis, A. (2019). *Political communication: An introduction for crisis times* (2nd ed.). Polity Press.
- Fuchs, C. (2014). Social media and capitalism. *Critical Sociology*, 40(1), 1–25. <https://doi.org/10.1177/0896920514522544>
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. Sage Publications.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). MIT Press. (Original work published 1962)
- Kharisma, B., & Zaenuri, M. (2025). Building a political image through digital space: Study of the three heads of the Gerindra, Golkar, and Democratic Party. *Journal of Governance and Public Policy*, 12(1), 68–82.
- Kushandajani. (2019). *Eksistensi organisasi sayap partai dalam pergulatan kekuasaan di Indonesia*. Universitas Diponegoro.
- Marcuse, H. (1964). *One-dimensional man: Studies in the ideology of advanced industrial society*. Beacon Press.
- McNair, B. (2018). *An introduction to political communication* (6th ed.). Routledge.
- Meifilina, A. (2021). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam melakukan pendidikan politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101–110.
- Mietzner, M. (2015). Reinventing Asian populism: Jokowi's rise, democracy, and political contestation in Indonesia. *Policy Studies*, 72, 1–38.

- Omara, A. (2019). Eksistensi organisasi sayap partai politik dalam sistem politik di Indonesia. Fakultas Hukum.
- Putra, B. R., Adnan, I. Z., & Hermawandi, Y. (2024). Golkar Party's political communication strategy in winning the 2024 Garut Regency DPRD legislative elections. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 12(4), 578–587.
- Risqi, A., & Tanjung, D. (2023). Upaya pemerintah dalam penyelesaian konflik antar organisasi kemasyarakatan pemuda (OKP) di Kota Medan. *Law Development Journal*, 5(1), 140–155.
- Sari, D. A., Darmawan, W. B., & Manan, F. (2021). Rekrutmen calon legislatif muda Partai Golongan Karya untuk DPR RI periode 2019–2024. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences*, 3(3), 987–995.
- Syahputra, B., et al. (2020). Konflik antar organisasi kemasyarakatan pemuda di Kota Medan dan upaya penyelesaiannya. *Jurnal Antropologi Sumatera*, 16(2).