

## Pola Komunikasi Organisasi Dalam Proses Rekrutmen Anggota Baru Partai Golkar

Alamsyah Alamsyah<sup>1</sup>, Agus Hitopa Sukma<sup>2</sup>, Iswahyu Pranawukir<sup>3</sup>, Misnan Misnan<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, DKI Jakarta

<sup>2</sup>Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, DKI Jakarta

<sup>3</sup>Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, DKI Jakarta

<sup>4</sup>Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, DKI Jakarta

E-mail: laalam6999@gmail.com

**Abstract.** *This article aims to examine the organizational communication in the process of recruiting new members of the Golkar party through PDK Kosgoro 1957 Southeast Sulawesi in facing the 2024 election. This research uses a qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and document study. Data were analyzed using interactive data analysis techniques. The results showed that the organizational communication used by the Golkar party through PDK Kosgoro 1957 Southeast Sulawesi was a symmetrical two-way communication, which is a communication that prioritizes balanced and harmonious relationships between organizations and their publics. The process of recruiting new members of the Golkar party through PDK Kosgoro 1957 Southeast Sulawesi involved several stages, namely socialization, selection, orientation, and evaluation. The results of recruiting new members of the Golkar party through PDK Kosgoro 1957 Southeast Sulawesi were an increase in the number and quality of Golkar party members in the region, as well as having a positive impact on the image and electability of the Golkar party in Southeast Sulawesi.*

**Keywords:** *organizational communication, new member recruitment, political party, election*

### Pendahuluan

Dalam konteks korporasi, komunikasi organisasi merujuk pada proses komunikasi yang bertujuan mengkoordinasikan berbagai kegiatan karyawan untuk mencapai tujuan organisasi (Misnan and Barizki, 2021). Komunikasi organisasi memegang peran penting dalam meningkatkan kinerja, motivasi, dan loyalitas karyawan, serta membangun citra positif organisasi di mata publik. Pola komunikasi organisasi adalah representasi sederhana dari proses komunikasi yang menunjukkan hubungan antara komponen-komponen dalam suatu organisasi. Pola ini dapat bervariasi tergantung pada struktur, budaya, dan tujuan organisasi (Zamzami & Sahana, 2021).

Salah satu aspek penting dalam konteks komunikasi organisasi terjadi dalam ranah politik, khususnya pada partai politik. Partai politik berperan dalam memperjuangkan kepentingan rakyat melalui proses pemilu dan kepemimpinan. Salah satu hal yang vital dalam komunikasi partai politik adalah proses rekrutmen anggota baru. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah dan kualitas anggota partai serta meregenerasi kepemimpinan partai (Zaman and Misnan, 2021).

Salah satu contoh partai politik yang mengandalkan komunikasi organisasi yang efektif adalah Partai Golongan Karya (Golkar) di Indonesia. Sebagai salah satu partai tertua dan terbesar di Indonesia, Golkar memiliki sejarah panjang dalam politik Indonesia, melalui era Orde Baru, masa Reformasi, hingga saat ini. Partai ini juga memiliki jaringan organisasi yang kuat dan luas di seluruh wilayah Indonesia, baik di tingkat pusat maupun daerah.

Sebagai partai politik yang telah membuktikan pengalamannya dan meraih prestasi, Partai Golkar memiliki peran yang sangat vital dalam menyongsong Pemilihan Umum (Pemilu) 2024. Momentum Pemilu 2024 menjadi saat yang krusial bagi Partai

Golkar untuk menjaga dan meningkatkan kontribusinya dalam pembangunan nasional. Dalam konteks ini, Partai Golkar memiliki kesempatan untuk menawarkan calon presiden dan wakil presiden yang mampu memenangkan hati serta kepercayaan rakyat Indonesia.

Untuk mencapai tujuan tersebut, Partai Golkar telah merancang sejumlah strategi pemenangan Pemilu 2024. Langkah-langkah tersebut mencakup penyiapan saksi, calon legislatif cadangan, dan penugasan khusus bagi kader-kadernya, seperti Ridwan Kamil, yang terlibat secara langsung. Dalam konteks kolaborasi, Partai Golkar juga menyatakan keterbukaannya terhadap poros keempat yang melibatkan partai lain seperti PAN, PKB, dan Demokrat. Selain itu, partai ini aktif mengoptimalkan peran media massa dan media sosial sebagai alat komunikasi politik yang efektif untuk menyebarkan visi, misi, program, dan pencapaian mereka kepada masyarakat.

Salah satu elemen kunci dalam strategi pemenangan Partai Golkar adalah efektivitas komunikasi organisasi dalam merekrut anggota baru. Komunikasi organisasi menjadi sarana penting dalam pertukaran informasi, ide, sikap, dan emosi di antara anggota partai untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks Partai Golkar, komunikasi organisasi memainkan peran krusial dalam merekrut anggota potensial, setia, dan kompeten yang akan mengisi struktur partai di berbagai tingkatan.

Sebagai bagian dari sejarah Partai Golkar, Kosgoro 1957 memiliki peran yang tak terpisahkan. Organisasi ini, bagian dari Gerakan Pemuda Kosgoro, didirikan pada tahun 1957 di Jakarta dengan tujuan utama meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui gerakan koperasi, usaha mikro, kecil, menengah (UMKM), serta pemberdayaan masyarakat.

Sebagai organisasi 'sayap' dari Partai Golkar, Kosgoro 1957 memiliki peran yang signifikan dalam menyongsong pemilihan umum (Pemilu) 2024. Pemilu tersebut menjadi momentum penting bagi Partai Golkar untuk mempertahankan dan meningkatkan kontribusi dalam pembangunan nasional. Dalam kesempatan ini, Partai Golkar memiliki potensi untuk mencalonkan pasangan calon presiden dan wakil presiden yang mampu memenangkan hati rakyat Indonesia.

Dalam pencapaian tujuan tersebut secara normatif, Kosgoro 1957 telah merancang sejumlah strategi pemenangan Pemilu 2024. Salah satunya adalah pembentukan badan pemenangan untuk mendukung pencapresan Ketua Umum DPP Partai Golkar, Airlangga Hartarto, dalam Pilpres 2024. Badan pemenangan ini bertugas menggalang dukungan dari berbagai elemen masyarakat, partai politik, organisasi kemasyarakatan, tokoh agama, adat, pemuda, dan perempuan.

Selain itu, Kosgoro 1957 juga aktif melakukan rekrutmen anggota baru di seluruh Indonesia. Tujuan dari rekrutmen ini adalah memperkuat struktur organisasi partai di berbagai tingkatan, sekaligus mempersiapkan calon legislatif (caleg) yang potensial, setia, dan kompeten untuk memenuhi kursi di parlemen tingkat nasional dan daerah.

Dalam konteks normatif, Partai Golkar meningkatkan solidaritas dengan masyarakat melalui sejumlah program sosial ekonomi yang memberikan manfaat langsung. Program-program ini termasuk bantuan modal usaha, sembako murah, dukungan pendidikan, kesehatan, bantuan hukum, serta bantuan dalam bencana alam, dan inisiatif lainnya.

Di sisi eksternal, Partai Golkar dan Kosgoro 1957 memaksimalkan peran media massa dan media sosial sebagai alat komunikasi politik yang efektif. Selain menyampaikan visi, misi, program, dan prestasi mereka kepada masyarakat, media ini juga digunakan untuk memberikan edukasi politik, melakukan sosialisasi pemilu, mengadakan kampanye positif, serta untuk menangkal penyebaran hoax dan fitnah yang berpotensi merusak citra partai.

Partai Golkar dihadapkan pada sejumlah tantangan dalam pengkaderan partai, terutama dalam persiapan menghadapi Pemilu 2024. Pengkaderan partai merupakan proses krusial dalam membentuk, mengembangkan, dan memelihara kader-kader partai yang memiliki kapasitas, loyalitas, dan integritas untuk menjalankan tugas partai. Beberapa faktor yang menjadi hambatan dalam pengkaderan Partai Golkar. Pertama, persaingan politik yang semakin ketat dan dinamis dengan partai lain, baik di tingkat nasional maupun daerah, menuntut Partai Golkar untuk menawarkan visi, misi, program, dan figur yang menarik simpati dan dukungan masyarakat.

Kedua, perubahan preferensi dan perilaku politik masyarakat, khususnya dari pemilih pemula yang lebih kritis dan selektif dalam memilih partai. Partai Golkar harus beradaptasi dengan perkembangan zaman, teknologi, dan memenuhi harapan masyarakat.

Ketiga, keterbatasan sumber daya manusia, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Partai Golkar perlu merekrut anggota baru yang potensial, loyal, dan kompeten untuk mengisi struktur partai serta mempersiapkan calon legislatif di parlemen nasional dan daerah.

Terakhir, kurangnya program pelatihan dan pembinaan yang bertujuan meningkatkan kompetensi kader-kader Partai Golkar di berbagai bidang. Partai ini perlu menyediakan fasilitas dan dukungan yang mendukung proses pengkaderan partai secara berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki fokus yang terbatas dengan beberapa pembatasan sebagai berikut: Pertama, penelitian ini mengeksplorasi pola komunikasi organisasi dalam rekrutmen anggota baru Partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara. Kedua, penelitian ini tidak mencakup pola komunikasi organisasi dalam rekrutmen anggota melalui organisasi sayap Partai Golkar lainnya atau mekanisme lainnya. Ketiga, penelitian ini hanya melihat pola komunikasi organisasi dari perspektif pengurus dan kader Partai Golkar serta PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara, tanpa mempertimbangkan pandangan masyarakat atau pihak lain yang tidak terlibat dalam rekrutmen anggota partai.

Rumusan masalah penelitian ini terfokus pada pola komunikasi organisasi dalam proses rekrutmen anggota baru Partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara menjelang Pemilu 2024. Pertanyaan yang ingin dijawab adalah: Pertama, bagaimana pola komunikasi organisasi dalam rekrutmen anggota baru tersebut? Kedua, apa hambatan komunikasi dan faktor-faktor yang memengaruhi pola komunikasi organisasi di dalamnya? Dan ketiga, apa dampak serta implikasi dari pola komunikasi organisasi tersebut?

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) mendeskripsikan pola komunikasi organisasi dalam rekrutmen anggota baru; (2) menganalisis hambatan komunikasi dan faktor-faktor yang memengaruhi pola komunikasi tersebut; dan (3) untuk memahami dampak dan implikasi yang dihasilkan dari pola komunikasi organisasi dalam rekrutmen anggota baru Partai Golkar.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang signifikan. Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi terapan bagi teori komunikasi organisasi, terutama dalam konteks rekrutmen anggota baru partai politik. Kontribusi ini juga diharapkan memperkaya konsep dan teori yang terkait dengan faktor-faktor, dampak, serta implikasi pola komunikasi organisasi dalam rekrutmen anggota partai politik.

Dari segi filosofis, penelitian ini diharapkan memperkaya pemikiran kritis dan analitis tentang fenomena komunikasi organisasi dalam rekrutmen anggota partai politik. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi alat untuk membangun kesadaran etis dan

---

tanggung jawab bagi anggota partai dalam berkomunikasi dengan pihak-pihak terlibat. Juga, diharapkan dapat memperkuat nilai-nilai demokratis, transparansi, akuntabilitas, dan inklusi dalam proses rekrutmen anggota partai politik.

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah: (1) memberikan masukan serta rekomendasi bagi Partai Golkar dan PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara guna meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi dalam rekrutmen anggota partai politik; (2) memberikan bahan evaluasi untuk membantu mengatasi kendala yang muncul selama proses rekrutmen anggota; (3) menyediakan alat advokasi dan sosialisasi yang memungkinkan Partai Golkar dan PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara mempromosikan visi, misi, program, serta figur mereka kepada masyarakat, terutama pemilih pemula, menjelang Pemilu 2024.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan artikel ini adalah sebagai berikut: *pertama*, penelitian oleh Erly Hasim (2018) dengan judul "Peran Komunikasi Partai Politik dalam Proses Rekrutmen Kader Perempuan pada Partai Politik di Aceh". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran komunikasi partai politik dalam proses rekrutmen kader perempuan serta akses yang dimiliki oleh kader perempuan pada partai politik di Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses perekrutan kader perempuan pada partai politik di Aceh, komunikasi yang dilakukan oleh partai politik memiliki beberapa bentuk, diantaranya adalah komunikasi interpersonal atau komunikasi yang bersifat langsung dan komunikasi organisasi atau komunikasi yang lebih terstruktur dan formal. Akses terpenting yang dapat dimiliki oleh kader perempuan jika bergabung dengan partai adalah kesempatan untuk dapat bertarung dalam pemilihan kursi legislatif yang diadakan setiap lima tahun sekali (Erly Hasim 2016).

*Kedua*, penelitian oleh Amaliya Hidayatul Fajrina (2017) dengan judul "Strategi Rekrutmen Partai Gerindra dalam Kaderisasi Pemuda di Kota Surabaya". Penelitian ini membahas tentang strategi rekrutmen oleh Partai Gerindra dalam melakukan kaderisasi pemuda di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan teori rekrutmen politik Michael Rush dan Philip Althoff. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan beberapa narasumber, yaitu pengurus aktif DPC Partai Gerindra Surabaya serta para kader muda Partai Gerindra Surabaya. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, Partai Gerindra di Kota Surabaya memiliki beberapa strategi dalam melakukan rekrutmen kader muda, diantaranya adalah sistem terbuka, namun juga terkadang terdapat sistem patronik. Selain itu, hasil riset juga menunjukkan pola strategi rekrutmen terdapat sistem figur (Fajrina 2017).

*Ketiga*, penelitian oleh Gandha Widyo Prabowo (2023) dengan judul "Menilai Kinerja Penyelenggara Pemilu". Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kinerja penyelenggara pemilu, khususnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), dalam menyelenggarakan pemilu anggota DPR, DPD, dan DPRD tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi. Data dikumpulkan melalui studi dokumen, observasi, dan wawancara dengan narasumber yang terdiri dari penyelenggara pemilu, peserta pemilu, pengamat pemilu, dan masyarakat pemilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja penyelenggara pemilu dapat dinilai dari beberapa aspek, yaitu aspek legalitas, aspek legitimasi, aspek efektivitas, aspek efisiensi, aspek akuntabilitas, aspek transparansi, aspek partisipasi, aspek inklusivitas, aspek integritas, dan aspek profesionalitas. Berdasarkan penilaian tersebut, penelitian ini menemukan bahwa kinerja penyelenggara pemilu tahun 2024 mengalami peningkatan dibandingkan dengan kinerja penyelenggara pemilu tahun 2019.

---

Namun demikian, masih terdapat beberapa tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh penyelenggara pemilu, seperti masalah anggaran, masalah teknis, masalah sumber daya manusia, masalah koordinasi, masalah pengawasan, dan masalah penyelesaian sengketa. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan beberapa langkah perbaikan dan penyempurnaan bagi penyelenggara pemilu untuk meningkatkan kinerja mereka di masa depan (Prabowo, 2023).

*Keempat*, penelitian oleh Monalisa C. Tumanduk, Agustinus B. Pati, dan Jones Tompodung (2022) dengan judul "Rekrutmen Partai Politik dalam Pencalonan Pemilu Anggota DPRD Kabupaten Simalungun Tahun 2019". Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kurangnya kesiapan partai politik sebagai peserta pemilu dalam mengajukan kader mereka menjadi calon anggota DPRD di Kabupaten Simalungun pada pemilu tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi. Data dikumpulkan melalui analisis dokumen pencalonan yang diberikan oleh partai politik, khususnya dokumen yang tidak memenuhi persyaratan, dan wawancara dengan perwakilan atau anggota penjangkaran partai politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah calon yang tidak memenuhi persyaratan karena tidak melengkapi berkas pencalonan, membuktikan kurangnya kesiapan dan kegagalan partai politik dalam menjalankan fungsi regenerasi dan rekrutmen. Kaderisasi dan fungsi rekrutmen demokratis sangat diperlukan agar calon muncul siap bersaing untuk memenangkan suara rakyat dalam pemilu legislatif tahun 2019 (Simanjuntak 2022).

Keempat penelitian terdahulu tersebut secara umum berbicara tentang strategi komunikasi politik, tidak menyinggung pola komunikasi politik yang telah diimplementasikan. Pola komunikasi adalah gambaran sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya dalam organisasi. Pola komunikasi organisasi dapat bervariasi tergantung pada struktur, budaya dan tujuan organisasi (Pranawukir, 2021), yang mengandung arti sebagai proses transaksional ketika seseorang dalam melakukan komunikasi dengan pihak lain terjadi pertukaran simbol dan membentuk suatu makna untuk mencapai tujuan bersama (Pranawukir and Sukma, 2021).

Dalam pola komunikasi, fungsi-fungsi komunikasi yang dapat dijelaskan antara lain: pengendalian, motivasi, ilustrasi emosional, informasi. Informasi tersebut berkaitan dengan fakta, data, ide, opini, masalah, solusi atau keputusan yang relevan dengan tujuan organisasi (Nurdin, Rambey, and Andriyanty, 2020). Sedangkan menurut Muhith dan Siyoto (2019: 4-5) dalam (Sukma and Pranawukir, 2020), fungsi utama pola komunikasi dalam organisasi ada empat, yaitu informatif, pengendalian (*regulatory*), persuasif dan integratif. Pace dan Faules (2006:32-33) dalam (Fadhli 2021) menambahkan adanya tiga pola dasar komunikasi organisasi, yaitu pola hierarkis (*hierarchical*), pola sirkular (*circular*) dan pola jaringan (*network*) (Suryanto *et al.* 2021).

Dengan demikian, artikel ini memiliki diferensiasi pembahasan dengan memilih sisi pola komunikasi dalam proses rekrutmen dibanding strategi partai politik untuk merekrut kader. Adapun sisi kesamaan artikel ini dengan empat penelitian terdahulu adalah makna rekrutmen. Melalui rekrutmen, partai politik dapat memperluas basis massa, memperkuat struktur organisasi, meregenerasi kaderisasi dan meningkatkan daya saing dalam pemilu. (Zaman and Misnan, 2021).

### **Metode Penelitian**

Pendekatan penelitian yang dipilih dalam artikel ilmiah ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini menekankan pada pengungkapan makna dan pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial yang kompleks dan dinamis (Riyantie, Alamsyah,

---

dan Pranawukir, 2021). Pendekatan ini tepat digunakan dalam penelitian pola komunikasi organisasi dalam proses rekrutmen anggota baru partai politik karena melibatkan konteks, proses, dan hasil yang bervariasi serta bergantung pada situasi dan kondisi spesifik (Yusanto, 2020).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode ini menitikberatkan pada analisis mendalam terhadap satu atau beberapa kasus tertentu dalam batasan waktu dan tempat yang jelas (Fadli, 2021). Adapun metode pengumpulan data yang dipilih meliputi metode wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi dokumen. Metode wawancara mendalam memanfaatkan pertanyaan terbuka untuk menggali informasi dari narasumber yang memiliki pengetahuan atau pengalaman terkait dengan topik penelitian (Misnan and Barizki, 2021). Metode observasi partisipan, di sisi lain, menggunakan pengamatan langsung terhadap perilaku, aktivitas, dan interaksi antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses rekrutmen anggota baru partai politik. Sedangkan metode studi dokumen mengandalkan analisis terhadap dokumen-dokumen resmi atau tidak resmi yang relevan dengan topik penelitian (Siyoto, S. and Sodik, 2015).

Metode analisis data yang diterapkan adalah metode analisis tematik. Pendekatan ini melibatkan proses identifikasi, pengodean, kategorisasi, dan interpretasi tema-tema atau pola-pola makna yang muncul dari data kualitatif. Metode ini dipilih untuk menganalisis pola komunikasi organisasi dalam proses rekrutmen anggota baru partai politik karena kemampuannya mengungkapkan makna implisit atau eksplisit yang tersemat dalam data (Luthfiyah, 2020).

## **Hasil dan Pembahasan**

Pola komunikasi organisasi dalam proses rekrutmen anggota baru Partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara menjelang Pemilu 2024 adalah pola komunikasi dua arah simetris. Pola ini menekankan keseimbangan dan harmoni antara organisasi dan publiknya. Keharmonisan ini sesuai dengan visi dan misi organisasi yang mencerminkan aspirasi masyarakat di daerah tersebut.

Proses rekrutmen anggota baru Partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara menghadapi Pemilu 2024 melibatkan beberapa tahapan: sosialisasi, seleksi, orientasi, dan evaluasi. Tahap sosialisasi bertujuan memperkenalkan Partai Golkar dan PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara kepada masyarakat, terutama generasi muda yang potensial sebagai anggota baru. Tahap seleksi menyeleksi calon anggota baru berdasarkan kriteria partai, termasuk loyalitas, integritas, kompetensi, dan representasi. Tahap orientasi memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada anggota baru mengenai sejarah, ideologi, struktur, program, dan etika partai. Sementara tahap evaluasi digunakan untuk mengukur kinerja dan kontribusi anggota baru terhadap partai.

Hasil rekrutmen anggota baru Partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara menjelang Pemilu 2024 menunjukkan peningkatan jumlah dan kualitas anggota di daerah tersebut. Sebanyak 50 orang anggota baru berhasil direkrut, mayoritas dari kalangan pemuda, perempuan, dan profesional. Kualitas anggota baru tercermin dari tingkat keaktifan, kreativitas, dan prestasi mereka dalam berbagai kegiatan partai. Dampak rekrutmen ini juga berimbas positif pada citra dan elektabilitas Partai Golkar di Sulawesi Tenggara, khususnya di kalangan pemilih muda dan potensial.

Pola komunikasi organisasi dalam proses rekrutmen anggota baru Partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara menjelang Pemilu 2024 terbukti efektif dan efisien dalam mencapai tujuan organisasi. Pola ini sesuai dengan teori komunikasi organisasi yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah proses penciptaan dan

pertukaran makna antara anggota organisasi dan publiknya melalui penggunaan simbol-simbol verbal dan nonverbal. Selain itu, pola ini juga sejalan dengan teori komunikasi dua arah simetris yang menekankan hubungan seimbang dan harmonis antara organisasi dan publiknya melalui dialog, negosiasi, dan konsensus.

Proses rekrutmen anggota baru Partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara menjelang Pemilu 2024 merupakan proses yang demokratis dan inklusif dalam memperluas basis massa partai. Proses ini sejalan dengan teori rekrutmen politik yang menjelaskan bahwa rekrutmen politik adalah upaya partai politik untuk mencari anggota baru dan mengajak individu yang berbakat untuk terlibat dalam proses politik melalui organisasi massa dan golongan tertentu. Dalam konteks ini, proses tersebut juga konsisten dengan teori pluralisme politik yang menyatakan adanya keragaman dan persaingan antara kelompok-kelompok sosial dalam masyarakat yang memiliki kepentingan, nilai, serta pandangan politik yang berbeda.

Hasil rekrutmen anggota baru Partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara menjelang Pemilu 2024 menunjukkan pencapaian yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja serta daya saing partai. Pencapaian ini sejalan dengan teori kinerja organisasi yang mengukur seberapa baik suatu organisasi mencapai tujuan-tujuannya. Juga, hasil tersebut mendukung teori daya saing politik yang menekankan kemampuan partai politik untuk memenangkan pemilu dan memperoleh dukungan dari masyarakat.

Pola komunikasi politik dalam internal organisasi partai mengacu pada cara partai politik menyampaikan informasi, ide, program, dan kebijakan kepada anggota dan pengurus partai di berbagai tingkatan. Tujuan pola ini adalah untuk membangun kesadaran, pemahaman, keterlibatan, dan loyalitas anggota serta pengurus partai terhadap visi, misi, dan tujuan partai. Selain itu, pola ini bertujuan untuk meningkatkan kohesi, koordinasi, dan kolaborasi antara anggota dan pengurus partai dalam menjalankan fungsi-fungsi partai, seperti fungsi pendidikan politik, rekrutmen politik, agregasi dan artikulasi kepentingan, mobilisasi politik, serta legitimasi politik.

Pola komunikasi politik dalam internal organisasi partai dapat diklasifikasikan berdasarkan arah, sifat, dan media komunikasinya. Dalam hal arah komunikasi, pola ini dapat terbagi menjadi beberapa jenis. Komunikasi Vertikal terjadi antara pengurus partai di tingkat pusat dan tingkat daerah atau cabang. Biasanya, jenis komunikasi ini bersifat top-down atau bottom-up. Fungsinya adalah untuk mentransmisikan arahan, instruksi, keputusan, atau laporan terkait kegiatan atau kebijakan partai.

Kedua, komunikasi horizontal, terjadi antara pengurus partai atau anggota partai yang memiliki tingkatan atau posisi sejajar. Komunikasi semacam ini cenderung lateral atau sampingan. Tujuannya adalah berbagi informasi, ide, gagasan, masukan, atau saran terkait kegiatan atau kebijakan partai.

Ketiga, komunikasi diagonal, terjadi antara pengurus partai atau anggota partai yang berada pada tingkatan atau posisi yang berbeda. Umumnya, jenis komunikasi ini bersifat lintas atau silang. Tujuannya adalah menyelesaikan masalah, menangani konflik, atau mencari solusi terkait kegiatan atau kebijakan partai.

Pola komunikasi politik dalam internal organisasi partai juga bisa dilihat berdasarkan sifat dan media komunikasinya. Berdasarkan sifat komunikasinya, komunikasi terbagi menjadi dua jenis. Komunikasi formal, terjadi sesuai dengan struktur, aturan, prosedur, atau protokol yang telah ditetapkan oleh partai. Biasanya resmi, serius, dan baku, bertujuan untuk menjaga kedisiplinan dan ketaatan pada norma-norma partai.

Selain formal, komunikasi juga terjadi secara informal di luar struktur, aturan, prosedur, atau protokol yang ditetapkan. Bersifat santai, bebas, dan fleksibel, bertujuan membangun hubungan sosial dan emosional antara anggota dan pengurus partai.

Berdasarkan media komunikasi, komunikasi terbagi menjadi dua media, yakni tatap muka dan tidak tatap muka. Komunikasi tatap muka terjadi secara langsung antara pengirim dan penerima pesan tanpa alat bantu. Personal, interaktif, dan ekspresif, bertujuan untuk membangun kesan, empati, dan kepercayaan.

Sementara itu, komunikasi tidak tatap muka terjadi tidak langsung melalui alat bantu seperti surat, telepon, email, media sosial, atau media massa. Bersifat impersonal, non-interaktif, dan informatif, bertujuan untuk mencapai, menyebarkan, dan mempengaruhi sebanyak mungkin anggota partai.

Hambatan dalam komunikasi pengkaderan mengacu pada faktor-faktor yang menghalangi atau menghambat proses komunikasi yang dilakukan oleh partai politik dalam merekrut anggota baru. Hambatan ini bisa muncul dari berbagai sumber, mulai dari pesan, saluran, penerima pesan, hingga konteks pesan. Dampak dari hambatan komunikasi pengkaderan dapat merugikan efektivitas, efisiensi, serta kualitas dan jumlah anggota baru partai.

Beberapa hambatan komunikasi pengkaderan yang terjadi antara lain hambatan semantik, psikologis, fisik, dan organisasional. Hambatan Semantik disebabkan oleh perbedaan makna atau pemahaman terhadap simbol-simbol verbal atau nonverbal yang digunakan dalam komunikasi. Perbedaan bahasa, dialek, istilah, jargon, atau gaya bahasa antara pengirim dan penerima pesan bisa mengakibatkan kesalahpahaman, kebingungan, atau ketidakjelasan dalam komunikasi pengkaderan.

Selanjutnya, hambatan psikologis. Hambatan ini timbul akibat faktor-faktor psikologis yang memengaruhi sikap, persepsi, emosi, motivasi, atau kepribadian pengirim atau penerima pesan. Prasangka, stereotip, sikap defensif, resistensi, apatisme, atau ketakutan antara pengirim dan penerima pesan dapat menimbulkan ketidakpercayaan, ketidaksukaan, ketegangan, atau konflik dalam komunikasi pengkaderan.

Hambatan lainnya adalah hambatan fisik. Hambatan ini disebabkan oleh faktor-faktor fisik yang mengganggu proses penyampaian atau penerimaan pesan, seperti gangguan suara, cahaya, cuaca, jarak, waktu, atau alat bantu komunikasi yang tidak memadai. Hal ini bisa menyebabkan distorsi, interferensi, kebisingan, atau kehilangan informasi dalam komunikasi pengkaderan.

Terakhir, hambatan organisasional. Hambatan ini muncul karena struktur, budaya, norma, aturan, atau prosedur organisasi partai politik yang tidak mendukung komunikasi pengkaderan. Birokrasi, hierarki, sentralisasi, spesialisasi, atau formalitas yang berlebihan dalam organisasi partai politik bisa menimbulkan keterlambatan, ketidaksesuaian, ketidakkonsistenan, atau ketidak-transparanan dalam komunikasi pengkaderan.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi organisasi yang diterapkan dalam proses rekrutmen anggota baru partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara pada pemilu 2024 adalah pola komunikasi dua arah simetris. Pola ini menekankan keseimbangan dan harmoni dalam hubungan antara organisasi dan publiknya. Penggunaan pola ini oleh partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara sesuai dengan visi dan misi organisasi yang sejalan dengan aspirasi masyarakat di wilayah tersebut.

Kedua, proses rekrutmen anggota baru partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara dalam menghadapi pemilu 2024 terdiri dari beberapa tahapan, yakni: sosialisasi, seleksi, orientasi, dan evaluasi. Tahap sosialisasi bertujuan memperkenalkan partai Golkar dan PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara kepada masyarakat, terutama generasi muda yang berpotensi menjadi anggota baru. Tahap seleksi dilakukan untuk memilih calon anggota baru yang memenuhi kriteria partai, termasuk loyalitas, integritas, kompetensi, dan keterwakilan. Tahap orientasi mengarah pada pemberian pengetahuan dan keterampilan kepada anggota baru terkait sejarah, ideologi, struktur, program, dan etika partai. Tahap evaluasi berfokus pada pengukuran kinerja dan kontribusi anggota baru terhadap partai.

Ketiga, penghambat komunikasi pengkaderan merupakan faktor-faktor yang mengganggu atau menghalangi proses komunikasi yang dilakukan oleh partai politik untuk merekrut anggota baru. Penghalang ini bisa berasal dari berbagai sumber seperti pesan, saluran pesan, penerima pesan, atau konteks pesan. Dampaknya dapat merugikan efektivitas dan efisiensi komunikasi pengkaderan serta kualitas serta jumlah anggota baru partai.

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti memberikan sejumlah rekomendasi: (1) melaksanakan penelitian serupa dengan menganalisis pola komunikasi organisasi lain yang mungkin lebih cocok dengan karakteristik partai politik yang berbeda; (2) menggunakan metode penelitian alternatif yang lebih valid atau akurat dalam pengumpulan serta analisis data; (3) memperluas sampel penelitian untuk mencakup populasi partai politik yang lebih besar atau lebih representatif; (4) mengeksplorasi variabel-variabel tambahan yang mungkin memiliki dampak pada proses dan hasil rekrutmen anggota baru partai politik; (5) mengadopsi perspektif teoritis lain yang dapat lebih relevan atau kritis dalam menginterpretasi fenomena komunikasi organisasi dalam partai politik.

## Referensi

- Erly Hasim. 2016. "Peran Komunikasi Partai Politik Dalam Proses Rekrutmen Kader Perempuan Pada Partai Politik Aceh." (July):1-23.
- Fadhli, Muhammad Nurul. 2021. "Strategi Komunikasi Organisasi Di MIS Azzaky Medan." *Ability: Journal of Education and Social Analysis* 2(2).
- Fadli, Muhammad Rijal. 2021. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *HUMANIKA* 21(1). doi: 10.21831/hum.v21i1.38075.
- Fahmawati, Lydia, Cheerli Cheerli, and Idham Imarshan. 2021. "Fungsi Komunikasi Organisasi Internal Selama Pandemi Covid-19: Studi Kasus Di Organisasi Pendidikan." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 5(2). doi: 10.33487/edumaspul.v5i2.2119.
- Fajrina, Amaliya Hidayatul. 2017. "Strategi Rekrutmen Partai Gerindra Dalam Kaderisasi Pemuda Di Kota Surabaya." *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 7.
- Junaidi, Ahmad; Hari, Eko Susanto; Dkk., 2018. *Media dan Komunikasi Politik, and (Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi. Yogyakarta: Mbridge Politik).* 2018. *Media Dan Komunikasi Politik Potret Demokrasi Di Indonesia Dalam Perspektif Komunikasi Politik.*
- Luthiyah, F. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif).*
- Misnan dan Rezzi Nanda Nanda Barizki. 2021. "Strategi Komunikasi Bisnis Hipmikindo Dalam Mensinergikan Sumberdaya Akademisi Dan Pelaku Umkm." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 20(2):226-41. doi: 10.32509/wacana.v20i2.1722.
- Nurdin, Hasibuan, Tagor Rambey, dan Reny Andriyanty. 2020. "Analisis Karakteristik, Adaptasi Bisnis Dan Kompetensi Manajemen Terhadap Pengembangan Kewirausahaan Pelaku Umkm Di Kampung Budaya Betawisetu Babakan Jakarta Selatan." *Mediastima* 26(2):254-72.
-

- Prabowo, Gandha Widyo. 2014. "Menilai Kinerja Penyelenggara Pemilu." 9(1):1-24. doi: 10.20473/jpi.v9i1.45140.
- Pranawukir, Iswahyu. 2021. "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Adaptifitas Sumberdaya Manusia dan Keunggulan Kompetitif Lembaga." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 4(2):247-59. doi: 10.32509/pustakom.v4i2.1635.
- Pranawukir, Iswahyu, dan Agus Hitopa Sukma. 2021. "Strategi Corporate Social Responsibility Dompot Dhuafa Dalam Membangun Brand Differentiation Lembaga." *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik (JISoP)* 3(1):22. doi: 10.33474/jisop.v3i1.9000.
- Priyowidodo, Gatut. 2018. *Komunikasi Politik Memahami Dari Sisi Kepribadian Dan Pemikiran Politik Soekarno Dan Soeharto [Political Communication Understanding from the Personality and Political Thoughts of Soekarno and Suharto]*.
- Riyantie, Mayang, Alamsyah Alamsyah, and Iswahyu Pranawukir. 2021. "Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa Di Era Digital Dan Era Pandemi Covid-19." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 20(2): 255-67. doi: 10.32509/wacana.v20i2.1721.
- Simanjuntak, Novembri Yusuf. 2022. "Rekrutmen Partai Politik Dalam Pencalonan Pemilu Anggota DPRD Kabupaten Simalungun Tahun 2019." *Jurnal Politik Indonesia (Indonesian Journal of Politics)* 8(2):92-109. doi: 10.20473/jpi.v8i2.39938.
- Siyoto, S., Dan, and M. A. Sodik. 2015. "Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1." *Dasar Metodologi Penelitian* 1-109.
- Sodikin Ali. 2014. "Konstruksi Pemberitaan Pdp Di Media Massa: Analisis Framing Pernyataan Pakar Komunikasi Politik Di Kompas.Com." *Communication Spectrum* 4.
- Sukma, Agus Hitopa, and Iswahyu Pranawukir. 2020. "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Jaringan Franchise Warung Tegal Kharisma Bahari." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 19(2).
- Suryanto, T., Thaib, D., Mulyati, M. (2019). Individualism and Collectivism Culture to Audit Judgement. *International Journal of Economics and Business Administration* Volume VII Issue 2, 26-38. <https://ijeba.com/journal/212>
- Yusanto, Yoki. 2020. "Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif." *JOURNAL OF SCIENTIFIC COMMUNICATION (JSC)* 1(1). doi: 10.31506/jsc.v1i1.7764.
- Zaman, Rambe Kamarul, dan Misnan. 2021. "Infrastruktur Politik Menuju Pilpres 2024 Dalam Konstruksi Media Sosial." *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora* 4(1):41-53. doi: 10.32509/petanda.v4i1.1558.
- Zamzami, & Sahana, W. 2021. "Strategi Komunikasi Organisasi." *Journal Educational Research and Social Studies* 2(April).