

Media Sosial sebagai Sarana Pendidikan Politik oleh Pejabat Publik (Studi pada Akun Media Sosial Nur Hidayat Sardini)

Eri Nofianto*, Fitriyah, Supratiwi

Magister Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

*Correspondence email: erinofianto@students.undip.ac.id

Abstrak. Media sosial berperan penting sebagai sarana pendidikan, termasuk sebagai sarana pendidikan politik. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pendidikan politik tidak hanya dilakukan oleh instansi pendidikan, media dan pemerintah saja, akan tetapi secara personal juga dilakukan oleh aktor-aktor yang berada di dalam pemerintahan termasuk para pejabat publik. Perkembangan teknologi digital saat ini merupakan sarana bagi penyalur opini dan gagasan yang efektif, bahkan digitalisasi informasi yang salah satunya melalui media sosial dapat berpengaruh terhadap perkembangan demokrasi. Dalam konteks sosial politik, komunikasi secara masif di dunia maya saat ini mampu mempengaruhi pemahaman dan kesadaran politik warga hingga preferensi pilihan politiknya, sehingga tidak mengherankan jika banyak *public figure* yang menggunakan media sosial dari sekedar memberikan edukasi politik hingga kampanye, termasuk mereka yang menjadi pejabat publik seperti Nur Hidayat Sardini yang menggunakan media sosial sebagai sarana edukasi politik kepemiluan. Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana peran media sosial Nur Hidayat Sardini dapat bermanfaat dalam memberikan edukasi politik kepemiluan kepada para audiensnya. Tulisan ini merupakan hasil riset pendek yang menggunakan *etnografi digital* sebagai metode penelitian. Data-data pendukung bersumber dari artikel jurnal penelitian berita online, dan analisis media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nur Hidayat Sardini sebagai pejabat publik di lingkaran penyelenggara pemilu terlihat sudah berkontribusi dibidang edukasi politik secara konsisten, khususnya dalam pembahasan yang menyangkut politik kepemiluan, konten yang dihadirkan juga secara teknis juga komunikatif dan mudah dicerna oleh audiensnya, sebagai penilaian akun media sosialnya juga dapat menjadi rujukan untuk bahan edukasi masyarakat umum.

Kata kunci: Media Sosial; Pemilu; Edukasi; Konten

Abstract. Social media plays an important role as a means of education, including as a means of political education. The use of social media as a means of political education is not only carried out by educational institutions, the media and the government, but also personally by actors within the government, including public officials. The development of digital technology today is a means for effective channeling of opinions and ideas, even digitizing information, one of which is through social media, which can affect the development of democracy. In the socio-political context, massive communication in cyberspace is currently able to influence the understanding and political awareness of citizens to their political preferences, so it is not surprising that many public figures use social media from just providing political education to campaigning, including those who become public officials. such as Nur Hidayat Sardini who uses social media as a means of educating electoral politics. This paper aims to analyze the extent to which the role of Nur Hidayat Sardini's social media can be useful in providing electoral political education to his audience. This paper is the result of a short research using digital ethnography as a research method. Supporting data comes from online news research journal articles, and social media analysis. The results showed that Nur Hidayat Sardini as a public official in the circle of election organizers seemed to have consistently contributed in the field of political education, especially in discussions related to electoral politics, the content presented was also technically communicative and easily digested by the audience, as an assessment of his social media accounts. can also be used as a reference for general public education materials.

Keywords: Social Media; Election; Education; Content

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk partisipasi masyarakat dalam proses politik adalah pemilihan umum (pemilu) termasuk juga pemilihan kepala daerah (pemilihan). Pemilu/ Pemilihan adalah sarana

dimana masyarakat berpartisipasi dalam menentukan siapa yang pantas menjadi pemimpin negara atau daerah untuk jangka waktu tertentu. Pemilu memiliki fungsi utama menghasilkan kepemimpinan yang benar-benar

sejalan dengan kehendak rakyat. Oleh karena itu, pemilu merupakan sarana untuk melegitimasi kekuasaan. Pelaksanaan Pemilu di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, sedangkan pelaksanaan Pemilihan diatur didalam ketentuan. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang-Undang. Keserentakan pelaksanaan pemilihan diatur dalam Pasal 201 ayat (8) UU Nomor 10 Tahun 2016, yang menegaskan bahwa Pemungutan Suara Serentak secara Nasional dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Wali Kota dan Wakil Wali Kota di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dilaksanakan pada bulan November Tahun 2024 mendatang.

Baru-baru ini, Dewan Perwakilan Rakyat, Pemerintah dan KPU beserta Bawaslu sepakat memutuskan bahwa pemungutan suara untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden, anggota DPR RI, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota, serta anggota DPD RI dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 14 Februari 2024. Sedangkan pemungutan suara serentak nasional dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Wali Kota dan Wakil Wali Kota akan dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 27 November 2024. Guna mendukung masa persiapan dalam penyelenggaraan pemilu dan Pemilihan serentak tahun 2024, pemerintah telah melaksanakan berbagai kegiatan, diantaranya yaitu: (a) melantik KPU dan Bawaslu 2022-2027. Persiapan penyelenggaraan Pemilu dan Pemilihan Kepala Daerah serentak pada tahun 2024 diawali dengan melantik KPU dan Bawaslu untuk periode 2022-2027. Pelantikan KPU dan Bawaslu ini dilakukan pada 12 April 2022. Menurut Mahfud MD selaku Menteri Koordinator bidang Politik, Hukum, dan Keamanan (Menko Polhukam), pelantikan KPU dan Bawaslu menjadi bukti keseriusan pemerintah untuk menyiapkan Pemilu 2024; (b) finalisasi Payung Hukum Pemilu. Payung hukum ini diharapkan dapat disusun secara detail untuk mencegah timbulnya multitafsir pada Pemilu mendatang; (c) menyiapkan Pejabat Gubernur atau Pemimpin Daerah yang masuk masa akhir jabatan. Presiden Jokowi

mengarahkan agar pejabat gubernur, bupati, dan wali kota yang masa jabatannya akan berakhir pada 2022 segera disiapkan dan diseleksi dengan baik. Menurutnya, akan ada 101 daerah yang membutuhkan figur pejabat untuk mengisi kekosongan kepala daerahnya. 101 daerah tersebut terdiri dari rincian 7 Gubernur, 76 Bupati, dan 18 Wali Kota; dan (d) pelibatan Tenaga Ahli atau Pakar dan Tenaga Profesional di Lingkungan Sekretariat Jenderal Komisi Pemilihan Umum, Dalam rangka mempersiapkan pelaksanaan tahapan Pemilu dan Pemilihan Serentak Tahun 2024 sebagai bentuk *supporting system* Sekretaris Jenderal KPU yang dinilai perlu mendapatkan pertimbangan akademis dan pengalaman teknis serta masukan yang tepat dan terarah dari para pakar ataupun akademisi untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan kesekretariatan dalam rangka persiapan dan pelaksanaan teknis untuk dukungan terhadap suksesi Tahapan Pemilihan Umum dan Pemilihan Serentak tahun 2024.

Pembentukan Tim Pakar

Bentuk *supporting system* Sekretariat Jendral KPU dan berdasarkan pemikiran bahwa perlu mendapatkan pertimbangan akademis dan pengalaman teknis serta masukan yang tepat dan terarah dari pakar atau akademisi untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan kesekretariatan dalam persiapan dan pelaksanaan teknis Tahapan Pemilihan Umum dan Pemilihan Serentak 2024, Sekretaris Jenderal Komisi Pemilihan Umum memandang perlu untuk Menunjuk dan Menetapkan Tim Pakar dalam Rangka Peningkatan Kapasitas Sekretariat Jenderal dalam Pelaksanaan Tahapan Pemilihan Umum dan Pemilihan Serentak Tahun 2024. Dasar Hukum dibentuknya Tim Pakar adalah sebagai berikut : (a) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 182 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6109); (b) Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 8 Tahun 2019 tentang Tata Kerja Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 320); (c) Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 14 Tahun 2020 tentang Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal Komisi Pemilihan Umum, Sekretariat Komisi Pemilihan Umum Provinsi dan Sekretariat Komisi, Pemilihan Umum Kabupaten/Kota.

(Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1236); dan (d) Peraturan Menteri Keuangan Nomor 60/PMK.02/2021 tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2022.

Pengertian Serta Fungsi Tim Pakar

Berdasarkan Peraturan KPU Nomor 10 Tahun 2014, Tim Pakar atau Tim Ahli adalah seseorang yang memiliki pengetahuan dan kemampuan luas berdasarkan penelitian, pengalaman atau penugasan dalam bidang-bidang tertentu, yang dapat membantu pelaksanaan tugas dan fungsi serta peningkatan kinerja KPU melalui kegiatan penelaahan, pengkajian dan penyusunan rekomendasi sesuai bidang keahlian masing-masing. Tim Pakar sebagaimana dimaksud dalam Keputusan Sekretaris Jenderal Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 270 Tahun 2022 tentang Penunjukan dan Penetapan Tim Pakar dalam Rangka Peningkatan Kapasitas Sekretariat Jenderal Komisi Pemilihan Umum dalam Pelaksanaan Tahapan Pemilihan Umum dan Pemilihan Serentak Tahun 2024, Tim Pakar bertugas sebagai berikut : (a) membantu Sekretariat Jenderal KPU dalam menganalisa Persiapan dan Pelaksanaan Tahapan Teknis Pemilihan Umum dan Pemilihan Serentak

Tahun 2024 di lingkungan Sekretariat Jenderal KPU; (b) membantu Sekretariat Jenderal KPU dalam mengidentifikasi potensi dan permasalahan Kesekretariatan dalam rangka Persiapan dan Pelaksanaan Tahapan Teknis Pemilihan Umum dan Pemilihan Serentak Tahun 2024; (c) memberikan masukan kepada Sekretariat Jenderal KPU berdasarkan pertimbangan akademis dan pengalaman teknis yang dimiliki dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas jajaran Sekretariat Jenderal KPU RI di bidang Teknis Tahapan Pemilihan Umum dan Pemilihan Serentak Tahun 2024; (d) melaksanakan tugas-tugas lain sesuai permintaan Sekretaris Jenderal KPU RI; dan (e) Tim Pakar sebagaimana dimaksud pada Diktum KESATU, bertanggung jawab kepada Sekretaris Jenderal KPU RI.

Sehubungan dengan adanya Peraturan KPU Nomor 10 Tahun 2014 tersebut, beserta rasionalisasi persiapan Pemilihan Umum 2024 maka telah ditunjuk dan ditetapkan beberapa nama yang ditunjuk dan ditetapkan sebagai Tim Pakar guna peningkatan kapasitas di Sekretariat Jenderal Komisi Pemilihan Umum dalam tahapan pelaksanaan Pemilihan umum dan Pemilihan Serentak 2024 dengan nama sebagai berikut :

Tabel 1
Tim Pakar KPU

No	Nama	Instansi	Keterangan
1	Dr. Nur Hidayat Sardini, S.Sos., M.Si	Universitas Diponegoro	Koordinator
2	Dr. Ferry Daud Liando	Universitas Sam Ratulangi	Anggota
3	Mochammad Nurhasim, S.IP., M.Si	Badan Riset dan Inovasi Nasional	Anggota
4	Dr. Aries Munandar	Universitas Bengkulu	Anggota
5	Nazir Salim Manik, S.Sos., M.SP	Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	Anggota

Sumber : Keputusan Sekjen KPU RI No. 270 Tahun 2022

Tabel 1 terlihat beberapa nama yang ditunjuk sebagai tim pakar Sekretariat Jendral KPU, muncul nama Nur Hidayat Sardini yang berasal dari Universitas Diponegoro yang menjadi koordinator Tim Pakar. Sebagai sosok yang diamanahkan menjadi koordinator Tim Pakar KPU RI, sangat menarik untuk melihat bagaimana rekam jejak koordinator Tim Pakar ini. Nur Hidayat Sardini merupakan Dosen sekaligus Ketua Departemen Ilmu Politik dan Pemerintahan FISIP Universitas Diponegoro, ia juga pernah menjabat sebagai Ketua Panwaslu Provinsi Jawa Tengah (2003-2004). Ketua Badan Pengawas Pemilu Republik Indonesia yang pertama di tahun 2008-2011, dan juga pernah menjabat sebagai anggota Dewan

Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) pada tahun 2012-2017).

Nur Hidayat Sardini lahir pada tanggal 10 Oktober 1969 di Pekalongan, Jawa Tengah. Ia menempuh pendidikan dasar hingga menengah atas di Pekalongan tempat kelahirannya, setelah lulus sekolah iya melanjutkan studi pada Jurusan Ilmu Pemerintahan di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro, lalu studi Magister di Jurusan Ilmu Politik Universitas Indonesia, dan pendidikan Doktoralnya pada Jurusan Ilmu Politik Universitas Padjajaran Dikenal sebagai akademisi yang juga pernah menjadi praktisi pemilu, Nur Hidayat Sardini tercatat pernah menulis beberapa buku yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemilihan

umum di Indonesia, antara lain buku yang berjudul *Restorasi Penyelenggara Pemilu di Indonesia, Menuju Pengawasan Pemilu Efektif, Kepemimpinan Pengawas Pemilu, Mekanisme Penyelesaian Pelanggaran Kode Etik Penyelenggara Pemilu, dan Mengeluarkan Pemilu Dari Lorong Gelap*. Saat ini Nur Hidayat Sardini juga menjadi Dosen pengampu kelas konsentrasi tata kelola pemilu Magister Ilmu Politik Universitas DIponegoro. Figur publik, Nur Hidayat Sardini tentunya juga kerap dimintai pendapat dan opininya terhadap perkembangan sosial politik di Indonesia khususnya yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemilihan umum maupun pengawasan pemilihan umum. Pada era digital saat ini media/ pers sudah bertransformasi secara *online*, selain itu kehadiran media sosial juga menjadi wadah penyalur opini dan gagasan yang dinilai sangat efektif untuk perkembangan demokrasi digital yang saat ini sedang berkembang.

Proses digitalisasi yang begitu cepat telah merubah sistem kerja pers atau media secara keseluruhan, pers tidak hanya tampil dalam bentuk cetak kertas, siaran radio maupun televisi, perkembangan global teknologi informasi dan komunikasi telah memicu peningkatan komunikasi dan penyebaran informasi secara massif di dunia maya, baik itu pada kalangan pemerintah, swasta, kelembagaan sosial politik hingga masyarakat umum. Kemunculan Pandemi Covid-19 juga membuat transformasi digital bergerak semakin cepat, hampir seluruh aktivitas yang semulanya mengharuskan tatap muka langsung seperti diskusi, rapat, dan proses pendidikan, kini beralih pada dunia virtual (Akbar, 2020). Perkembangan media *online* terhitung sejak 2021 menurut data Jurnal Dewan Pers, ada lebih dari 43.000 media *online* yang tersebar di seluruh Indonesia. Perkembangan media online ini tidak terlepas dari perkembangan internet yang semakin membesar, jaringan internet saat ini juga sudah dapat dinikmati hingga pelosok desa. Berdasarkan perkembangan tersebut, banyak grup media besar yang mulai memfokuskan alihnya pada pengembangan media online, konsumen di Indonesia juga dinilai semakin berkurang minat terhadap media cetak selain itu juga minat baca orang Indonesia yang menurun cenderung lebih menyukai berita yang ringkas dan langsung masuk pada inti berita. Media online juga dinilai sebagai solusi yang lebih menarik dimata

masyarakat, terlebih dengan tambahan video dan desain konten yang modern (Lia, 2022).

Hasil survei dari kerjasama *Reuters Institute* dan *Oxford University* dalam *Digital News Report 2022*, masyarakat Indonesia memilih media *online* dan media sosial sebagai sumber berita yang paling populer. Sumber berita masyarakat Indonesia diperoleh dari media online (termasuk media sosialnya) sebesar 88%, media sosial 68%, televisi 57% dan media cetak (koran, majalah, dan sejenisnya) sebesar 17%, terlihat penurunan drastis angka minat terhadap media cetak dan tingginya minat terhadap media online dikarenakan kemudahan akses dan efisiensinya (Saptoyo, 2022).

Media Sosial juga dinilai sebagai wadah penyalur opini dan gagasan yang dapat menggiring pemikiran pembacanya atau dapat dibilang memiliki fungsi sebagai penggiring opini publik. Figur publik pada umumnya menggunakan media sosial Twitter untuk berkicau sebagai bentuk respon terhadap gejala dan kondisi yang sedang terjadi Aplikasi Twitter sendiri lahir pada 21 Maret 2006, pada awalnya aplikasi ini lebih mirip layanan SMS dibandingkan media sosial seperti yang ada pada saat ini. Selanjutnya Twitter pada perkembangannya menjadi tempat berkicau yang terbatas dalam 140 karakter. Batasan jumlah karakter pada Twitter mengalami peningkatan pada perkembangannya hingga 280 karakter pada November 2017. Meski hanya terbatas untuk membuat kicauan, Twitter bukanlah media sosial sembarangan, banyak orang berpengaruh di dunia menggunakan Twitter dari mulai Presiden Amerika Serikat yang memiliki akun khusus @POTUS, dan diikuti oleh kepala negara lainnya, para pembisnis, tokoh sosial masyarakat, para politisi, hingga pemimpin keagamaan seperti Paus Fransiskus juga turut menggunakan Twitter dengan akun resminya @Pontifex (Zaenudin, 2018).

Perspektif mengenai media sosial menurut Vermeij (2012) terbagi menjadi dua kategori. Perspektif pertama, yaitu sebagai penyebar informasi, dan perspektif kedua sebagai pembentuk hubungan. Facebook adalah media sosial dengan perspektif kedua, sementara Twitter merupakan media sosial dengan perspektif pertama (Verweij, 2012). Twitter dianggap sebagai *platform* penyebar informasi dikarenakan hampir setengah dari *trending topics* Twitter menjadi *headline* berita CNN. Twitter dinilai memiliki kekuatan menjadi

referensi berita media konvensional yang pada akhirnya dimanfaatkan oleh banyak pihak, terutama pada dunia politik. Secara fundamental Twitter digunakan oleh para politisi untuk mempengaruhi orang lain, terutama dalam mempengaruhi media konvensional dalam menentukan agenda berita. Kemenangan Donald Trump melawan Hillary Clinton pada Pilpres AS juga tidak terlepas dari pengaruh media sosial Twitter, Trump mengatakan bahwa kicauannya di Twitter dapat dijadikan alat untuk menyerang balik berbagai pemberitaan negatif terhadap dirinya (Fajrina, 2016). Bahkan pengakuan jujur dalam wawancara dengan *The New York Times* dari salah satu pendiri Twitter, Evan Williams mengungkapkan penyesalannya jika media sosial Twitter membantu kemenangan Donald Trump pada Pilpres AS (Rafie, 2017). Selain dari pada aplikasi Twitter, platform lain yang juga banyak digunakan seperti Youtube dan Tiktok juga dinilai sangat efektif sebagai alat komunikasi tokoh publik di media sosial.

Literatur mengenai komunikasi publik sudah cukup banyak di telaah oleh para peneliti sebelumnya, baik berupa komunikasi politik dari para politisi maupun komunikasi pemerintahan dari para pejabat publik di struktural pemerintahan, penulis melihat celah pada komunikasi pemerintahan pejabat publik yang masih sedikit membahas komunikasi penyelenggara pemilu, maka dari itu berdasarkan data-data di atas, penulis ingin menelaah lebih lanjut bagaimana peran pejabat publik yaitu Koordinator Tim Pakar KPU RI, Nur Hidayat Sardini dalam memberikan edukasi politik kepemiluan pada akun media sosialnya.

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi virtual, langkah ini dilakukan peneliti agar dapat mengidentifikasi perilaku dan pernyataan penghuni dunia maya sebagai fitur terpenting dari penelitian etnografi virtual. Pengumpulan data dari sumber sekunder berasal dari berita online, analisis media sosial akun Twitter, Youtube, Instagram, dan Tiktok. Selain dari itu peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mendalam virtual dengan Koordinator Tim Pakar KPU RI, Nur Hidayat Sardini. Etnografi virtual berupaya untuk mengeksplorasi interaksi objek yang terjadi di dunia maya, sehingga memungkinkan tergalinya data dan fakta mengenai fenomena komunikasi yang terjadi secara virtual. Kegiatan observasi

dan wawancara yang dilakukan secara online, teknik ini mencoba memaparkan tentang kebiasaan komunitas yang lebih spesifik dan penggunaan teknologi dalam berkomunikasi. Melalui studi etnografi virtual ini, memungkinkan peneliti untuk memahami dan menggali aktivitas para fujoshi secara lebih mendalam melalui interaksi yang dilakukan. Sehingga dapat dijelaskan bagaimana konstruksi identitas dapat terbentuk melalui komunikasi yang dilakukan secara virtual melalui media sosial (Gusri, 2021).

HASIL

Personal Branding dan Komunikasi Publik

Brand dalam pengertian pemasaran dapat diartikan sebagai suatu janji penjual yang secara konsisten memberikan nilai, manfaat, fitur dan kinerja tertentu kepada calon pembelinya, sehingga merek yang telah di *branding* tersebut dapat memberikan berbagai hal yang telah dijanjikan sebelumnya. Secara umum, terdapat empat jenis *brand* yang perlu diketahui, yang pertama *product brand*, yaitu sesuatu yang berhubungan dengan produk. Kedua, *Company brand* berhubungan dengan perusahaan maupun organisasi profit. Ketiga, *Personal brand* yang berhubungan dengan personal atau individu, dan yang keempat adalah *brand destination* yang berhubungan dengan tempat hiburan maupun tujuan wisata (Romadhan, 2018). *Personal Branding* dapat dijelaskan sebagai bentuk identitas yang berada di persepsi audiens mengenai nilai dan kualitas yang dibawa oleh pemilik identitas tersebut. Setiap individu tentunya memiliki *philosophy branding* yang berbeda-beda terhadap identitasnya, hal ini menyebabkan setiap individu memiliki keunikannya tersendiri serta karakter yang berbeda pula (Rangkuti, 2013).

Nur Hidayat Sardini merupakan Koordinator Tim Pakar Sekretariat Jendral Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. Pria yang dikenal dengan sapaan NHS ini merupakan sosok yang aktif di media sosial, adapun beberapa media sosial yang digunakannya seperti akun Youtube, Twitter dan Instagram. Berdasarkan penelusuran penulis pada halaman media sosial Koordinator Tim Pakar ini, postingan ataupun kicauan yang muncul kebanyakan berkaitan dengan persoalan sosial politik, khususnya yang menyangkut edukasi politik termasuk membahas kepemiluan secara umum.



Sumber: twitter.com

Gambar 1
Akun Twitter Nur Hidayat Sardini

Gambar 1 di atas menunjukkan akun media sosial Nur Hidayat Sardini, tertulis biografi yang menjelaskan jabatan apa saja yang telah diampu oleh Koordinator Tim Pakar itu, mulai dari Ketua Badan Pengawas Pemilu Republik Indonesia, Anggota Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu dan Ketua Departemen Ilmu Politik dan Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. Akun *Twitter* yang memiliki jumlah followers sebanyak 10.400 tersebut juga mencantumkan *website* pribadinya dengan domain *nurhidayatsardini.com*. Dapat dinilai bahwa akun Koordinator Tim Pakar Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia tersebut memiliki tingkat *branding* yang baik dengan kelengkapan informasi pada akunnya, selain itu foto yang dijadikan profil memiliki resolusi tinggi dan tampak profesional, ditambah dengan foto sampul yang menunjukkan banyak orang yang ikut berfoto bersama pasca mengisi materi mengartikan dukungan dan tim yang kompak.



Sumber: twitter.com

Gambar 2
Tweet @nurhidayatsardini

Gambar 2 di atas memperlihatkan, terlihat salah satu tweet dari akun Nur Hidayat Sardini yang berisi tentang edukasi pemilu, postingan itu menarasikan pemantau pemilu merupakan bentuk perlawanan pemilu manipulatif dengan lampiran gambar screen shot dari sampul video yang di pos di akun youtube Nur Hidayat Sardini, nama Saut Hamonogan Sirait terpapang sebagai bintang tamu di acara GazeboNHS yang penulis ketahui sebagai tayangan *podcast* edukasi di *chanel Youtube* mantan Ketua Bawaslu RI tersebut.



Sumber: twitter.com

Gambar 3
Tweet @nurhidayatsardini

Tweet yang bersifat edukatif tentang kenegaraan, narasi yang bermakna sindiran halus tersebut ditujukan kepada pejabat publik yang dinilai kurang peka terhadap kepentingan negara sebagaimana terlihat pada Gambar 3 di atas, penulis menilai tweet ini sebagai bentuk komunikasi politik seorang senior yang menasehati juniornya dengan berbekal pengalaman berkiprah di beberapa lembaga negara sebelumnya.



Sumber : youtube.com

Gambar 4
Profil Youtube Nur Hidayat Sardini

Pada halaman akun Youtube Nur Hidayat Sardini. Terlihat terdapat 738 postingan video dengan jumlah 8.420 *subscribers*. Terdapat banyak *playlist* kategori video mulai dari kata NHS, *point of view*, video perkuliahan, rekaman kuliah umum, hingga yang paling fenomenal adalah tema Gazebo NHS sebagaimana terlihat pada Gambar 4 di atas.



Sumber : youtube.com

Gambar 5
Tayangan Gazebo NHS

Gambar 5 menunjukkan salah satu tayangan video pada *playlist* Gazebo NHS dengan judul Pemantau pemilu bentuk perlawanan pemilu manipulatif dengan bintang tamu Saut Hamonongan Sirait yang merupakan tokoh pendiri Komite Independen Pemantau Pemilu (KIPP) Indonesia. Tayangan ini telah ditonton 3.620 kali sejak postingan pertama

pada tanggal 14 September 2022, jika dianalisa penonton dan *subscribers* dari kanal youtube ini selalu meningkat dari waktu ke waktu, artinya ada progres yang cukup baik dalam komunikasi publik Nur Hidayat Sardini di media sosial.

Gambar 6 menunjukkan salah satu postingan yang menyangkut pemilihan umum yang diposting pada tanggal 27 Desember 2021, artinya tayangan *playlist* Gazebo NHS secara konsisten sudah mengupas berbagai macam hal mengenai pemilu meskipun pada saat itu Nur Hidayat Sardini belum ditunjuk menjadi Koordinator Tim Pakar KPU RI. Kenaikan progres pada kanal youtube Nur Hidayat Sardini juga dapat dibuktikan pada Gambar 6 di atas, yang mana pada saat itu jumlah tayangan hanya terhitung 412 kali tayang.

Adapun beberapa tayangan lainnya yang membahas persoalan kepemiluan di *playlist* Gazebo NHS: (1) Ironi Pemilu Kita, Tidak Ada Satupun Tembakan, Tapi Ratusan Jiwa Berjatuhan - Titi Anggraini; (2) Segala Sumber Daya Negara Dikerahkan, Supaya Korban Pemilu Tidak Berjatuhan - Titi Anggraini; (3) Politik Uang Itu Bukan Hanya Strategi Calon, Tapi Juga Permintaan Pemilih – Fitriyah; (4) Pembiasaan Sistem Pemilu 2019, Mungkinkah Terulang Pada Pemilu 2024? – Aris Septiono; (5) Anggota KPU Terpilih Kupas Pemilu dan Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024 - Yulianto Sudrajat; dan (6) Pemantau Pemilu Bentuk Perlawanan Pemilu Manipulatif – Saut Hamonongan Sirait



Sumber: youtube.com

Gambar 6
Tayangan Gazebo NHS

Terhusus pada *playlist* tersebut terlihat terdapat 6 video yang secara rinci membahas permasalahan yang menyangkut dinamika kepemiluan. Konsistensi terhadap edukasi yang menyangkut pemilu juga terlihat pada *playlist* lainnya yang juga sekaligus menjadi bahan ajar perkuliahan para mahasiswa, adapun beberapa judul tema *playlist* tersebut adalah : Pemilu dan Partai Politik, Sistem Regulasi Pemilu, Keuangan dan Logistik Pemilu. Dan Mal Praktik, Etika, dan Keadilan Pemilu.

Setiap *playlist* yang ada terdiri dari 4-7 video yang berisikan materi-materi penting baik secara teoritis maupun secara teknis. Materi-materi ini bukan hanya ditonton oleh para mahasiswa, akan tetapi para penyelenggara pemilu hingga kalangan umum juga menjadi penonton setia pada chanel youtube Koordinator Tim Pakar ini. Pada kolom komentar juga terlihat berbagai interaksi seperti diskusi antar mahasiswa, komentar umum terhadap video, bahkan tidak sedikit pujian dan sapaan kepada mantan Ketua Bawaslu RI tersebut.

Komunikasi publik yang dilakukan oleh Koordinator Tim Pakar KPU tersebut tidak hanya berhenti pada media sosial Twitter dan Youtube saja. Nur Hidayat Sardini juga diketahui aktif pada media sosial Facebook, Instagram dan Tiktok. Berdasarkan analisa dan penelusuran penulis, pada tiga media sosial ini terlihat postingan yang muncul banyak yang berkaitan dengan aktivitas sehari-hari ataupun dokumentasi pada kegiatan-kegiatan tertentu, selain itu terlihat juga beberapa kalimat-kalimat bijak dan motivasi yang mewarnai halaman akun media sosial Koordinator Tim Pakar KPU tersebut.



Sumber: instagram.com

Gambar 7

Akun Instagram Nur Hidayat Sardini

Gambar 7 merupakan halaman akun Instagram Nur Hidayat Sardini, terlihat ada 1.748 postingan dengan 2.591 pengikut. Artinya

mantan Ketua Bawaslu RI tersebut cukup rutin untuk memposting aktivitasnya. Gambar 8 terlihat postingan informatif terkait penyelenggaraan acara webinar yang bertemakan Kampung Pengawasan Partisipatif & Road Map Indeks Kerawanan Pemilu, yang mana Ketua Departemen Ilmu Politik & Pemerintahan UNDIP tersebut menjadi salah satu pembicara pada acara yang diselenggarakan di *platform zoom meeting* tersebut. Keaktifan Nur Hidayat Sardini sebagai pembicara publik yang secara konsisten memberikan edukasi bertemakan kepemiluan tentu saja menjadi tolak ukur yang baik berdasarkan kiprahnya yang kini menjabat sebagai Koordinator Tim Pakar KPU R



Sumber: instagram.com

Gambar 8

Akun Instagram Nur Hidayat Sardini



Sumber: instagram.com

Gambar 9

Akun Instagram Nur Hidayat Sardini

Gambar 9 juga merupakan potongan dari halaman Instagram Nur Hidayat Sardini, terlihat pada gambar di atas merupakan dokumentasi kegiatan Dosen FISIP UNDIP tersebut saat berkontribusi pada acara *focus group discussion* penyusunan *grand design* sosialisasi dan partisipasi masyarakat pada Pemilihan Umum dan Pemilihan Kepala Daerah tahun 2024. Khusus pada akun Facebook, penulis tidak melihat banyak perbedaan tema postingan dengan Instagram dan lebih banyak mengarah pada postingan yang serupa atau bisa dibilang akun yang terintegrasi, kelebihanannya Ketua Tim Pakar KPU RI tersebut memiliki jumlah teman yang cukup banyak, yaitu 4.984 teman.

Gambar 10 menunjukkan potongan gambar akun Tiktok Nur Hidayat Sardini dengan jumlah pengikut yang masih belum terlalu banyak yakni berjumlah 1.535, angka ini tampak lebih sedikit dari pada jumlah mengikutinya yang menyentuh angka 2.374. Berdasarkan analisis penulis, akun Tiktok Nur Hidayat Sardini juga cukup aktif memposting video, kebanyakan video merupakan kegiatan sehari-hari atau *mini vlog* yang juga bersifat cukup edukatif dan semi menghibur. Terlihat juga tertera kalimat “Kord Pakar SDM Setjen KPU RI pada biografi akun tersebut, penulis menelusuri postingan awal akun ini dimulai pada tanggal 28 Maret, tahun 2022 atau tepatnya dua minggu setelah ia dilantik menjadi Ketua Tim Pakar. Artinya pasca penunjukkan Nur Hidayat Sardini menjadi Koordinator Tim Pakar, keaktifan bermedia sosial dalam rangka komunikasi publik secara konsisten dilakukan oleh mantan Ketua Bawaslu RI tersebut



Sumber : tiktok.com

Gambar 10
Akun Tiktok Nur Hidayat Sardini

Upaya Membangun Standar Pemilu Yang Lebih Baik

Berdasarkan penjelasan dalam tangkapan gambar pada beberapa akun media sosial Nur Hidayat Sardini serta wawancara yang dilakukan penulis, memperlihatkan aktivitasnya di media sosial merupakan inisiatif pribadi. Kegiatan edukasi tentang kepemiluan melalui media sosialnya merupakan panggilan nuraninya untuk membangun standar kepemiluan yang lebih baik lagi. Pengalaman kerjanya yang sudah cukup lama di kepemiluan serta profesinya sebagai dosen Ilmu Politik dan Pemerintahan juga membuatnya lebih termotivasi untuk menebarkan cara pandang baru tentang persoalan kepemiluan. Konten-konten eksklusif berupa podcast di youtube, dan video singkat tiktok diharapkan bisa lebih membuat penontonya lebih teredukasi dari banyak sudut pandang terkait teknis kepemiluan. Berbicara teknis pembuatan konten, mantan anggota DKPP RI tersebut memaparkan bahwa ia mempelajari itu sendiri, mengedit sendiri dan memposting sendiri, kecuali untuk youtube, studio podcast, dan perekaman memiliki bantuan asisten paruh waktu untuk pengeditan. Nur Hidayat Sardini juga memaparkan ia akan terus berkiprah pada bidang kepemiluan, baik sebagai praktisi di Tim Pakar, sebagai edukator dan dosen, ataupun tetap bersedia berbagi di media sosial selama ia mampu.

SIMPULAN

Berdasarkan paparan pembahasan penulis di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial berperan sangat penting pada era digital saat ini, khususnya dibidang edukasi. Pejabat publik yang memiliki segudang pengalaman tentunya memiliki kewajiban untuk memberikan saran, masukan serta edukasi yang berkelanjutan kepada generasi penerusnya. Nur Hidayat Sardini merupakan salah satu pejabat publik yang dipercayakan menjadi Ketua Tim Pakar Sekretariat Jendral KPU RI, tugas ini diperuntukan untuk membantu Sekretaris Jendral khususnya dalam membuat kebijakan, pelatihan, masukan teknis dan hal-hal lain yang berkaitan dengan proses pemilu. Sosok Nur Hidayat Sardini yang sudah banyak memiliki pengalaman dan menduduki beberapa jabatan publik dibidang kepemiluan secara aktif bermedia sosial dengan memposting hal-hal yang berkaitan dengan edukasi politik. Konsistensi Nur Hidayat Sardini sebagai edukator nyatanya sudah terbukti sejak lama,

bahkan sebelum ia menjabat sebagai Ketua Tim Pakar, Dosen FISIP Universitas Diponegoro tersebut juga sudah memulai postingan di akun youtube, instagram dan twitternya, secara konsisten terlihat membahas kepemiluan dalam kurun waktu dua tahun terakhir dalam beberapa konten youtubeny, hal-hal yang diposting pad media sosial lain juga terbilang konsisten dalam edukasi dan jarang sekali terlihat postingan pribadi, penulis menyimpulkan bahwa pejabat publik seperti Nur Hidayat Sardini dapat menjadi contoh teladan bagi pejabat publik lainnya, apa lagi ketika sudah memiliki segudang pengalaman, tentu cara berbagi dan edukasi juga harus bertransformasi secara digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Muhammad. 2020. Pandemi Covid-19 Dorong Transformasi Digital Lebih Cepat. *republika.co.id*. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/qiaqbc480/pandemi-covid19-dorong-transformasi-digital-lebih-cepat>
- Craswell, J. W. 2018. *Reserach Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Fajrina, Hani Nur. 2016. *Trump Akui Peran Media Sosial Berhasil Lucuti Clinton*. *cnnindonesia.com*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161113104056-185-172277/trump-akui-peran-media-sosial-berhasil-lucuti-clinton>
- Gusri, L. 2012. Konstruksi Identitas Gender Pada Budaya Populer Jepang (Analisis Etnografi Virtual Fenomena Fujoshi pada Media Sosial). *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(1), 3
- Lia, Lita. 2022. Perkembangan Media Online di Indonesia dari Konvensional Hingga 2022. *ekrut.com*. Diakses dari <https://www.ekrut.com/media/media-online>
- Rafie, Barratut Taqiyah. 2017. Pendiri Twitter Menyesal Bantu Trump Jadi Presiden. *international.kontan.co.id*. 22 Mei 2017. Diakses dari <https://internasional.kontan.co.id/news/pendiri-twitter-menyosal-bantu-trump-jadi-presiden>
- Rangkuti, F. 2013. *Strategi Semut Melawan Gajah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Romadhan, M. I. 2018. Personal Branding Jokowi Dalam Mempertahankan Brand Image Melalui Video Blog Youtube. *MetaCommunication; Journal of Communication Studies*, 3(2), 76–93
- Saptoyo, Rosy Dewi Arianti. 2022. Survei Reuters: 68 Persen Masyarakat Indonesia Mengakses Berita Dari Medsos. *kompas.com*. Diakses dari <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/06/17/153126682/survei-reuters-68-persen-masyarakat-indonesia-mengakses-berita-dari?page=all>
- Verweij, Peter. 2012. Twitter Links Between Politicians And Journalists. *Journalism Practice*, 6:5-6, 680-691
- Zaenudin, Ahmad. 2018. Bagaimana Twitter Memengaruhi Opini Publik dan Prefensi Politik. *tirto.id*. Diakses dari <https://tirto.id/bagaimana-twitter-memengaruhi-opini-publik-dan-preferensi-politik-cGrc>