

## DAFTAR ISI

SAMPUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I .....	1
1.1.    Latar Belakang.....	1
1.2.    Rumusah Masalah.....	5
1.3.    Tujuan Penelitian .....	5
1.4.    Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1    Manfaat teoritis .....	6
1.4.2    Manfaat praktis .....	7
1.5.    Tinjauan Literatur .....	8
1.6.    Kerangka Pemikiran .....	10
1.6.1    Mediatisasi politik sebagai perspektif dalam kajian komunikasi politik .....	10
1.6.2    Adaptasi logika media massa sebagai konsep dalam mediatisasi politik .....	17
1.6.3    Partai politik dan adaptasi logika media sosial .....	20
1.7.    Kerangka Konsep dan Operasional.....	30
1.7.1    Programabilitas .....	31
1.7.2    Publisitas .....	35
1.7.3    Popularitas .....	38
1.7.4    Visibilitas .....	41

1.7.5	Konektivitas .....	45
1.7.6	Jejaring .....	49
1.7.7	Segmentasi .....	52
1.8.	Metodologi Penelitian .....	58
1.8.1	Metode penelitian .....	58
1.8.2	Objek Penelitian .....	58
1.8.3	Teknik pengumpulan data .....	61
1.8.4	Validitas dan Reliabilitas .....	61
1.8.5	Teknik penyajian data .....	63
1.8.6	Teknik analisis data .....	64
1.8.7	Limitasi Penelitian .....	64
<b>BAB II</b>	.....	<b>66</b>
2.1.	Perkembangan Mediatisasi sebagai Perspektif Penelitian .....	66
2.2.	Penelitian mediatisasi : Dua tradisi .....	68
2.3.	Mediatisasi Politik sebagai Perspektif Penelitian Komunikasi Politik .....	69
2.3.1.	Logika politik .....	69
2.3.2.	Logika media ( <i>media logic</i> ) & logika media berita ( <i>news media logic</i> ) .....	71
2.4.	Partai Politik dan Adaptasi Logika Media Sosial .....	74
<b>BAB III</b>	.....	<b>88</b>
3.1.	Partai Berkarya .....	89
3.2.	Partai Garuda .....	98
3.3.	Partai Persatuan Indonesia (Perindo) .....	107
3.4.	Partai Solidaritas Indonesia (PSI) .....	115
<b>BAB IV</b>	.....	<b>126</b>
4.1.	Programabilitas .....	128
4.1.1	Partai Berkarya .....	129
4.1.2	Partai Garuda .....	131
4.1.3	Partai Perindo .....	132

4.1.4	Partai Solidaritas Indonesia .....	134
4.2.	Publisitas .....	138
4.2.1	Partai Berkarya .....	138
4.2.2	Partai Garuda .....	139
4.2.3	Partai Perindo.....	141
4.2.4	Partai Solidaritas Indonesia .....	142
4.3.	Popularitas .....	146
4.3.1	Partai berkarya .....	146
4.3.2	Partai Garuda .....	147
4.3.3	Partai Perindo.....	148
4.3.4	Partai Solidaritas Indonesia .....	149
4.4.	Visibilitas .....	151
4.4.1	Partai Berkarya .....	152
4.4.2	Partai Garuda .....	154
4.4.3	Partai Perindo.....	155
4.4.4	Partai Solidaritas Indonesia .....	157
4.5.	Konektivitas .....	160
4.5.1	Partai Berkarya .....	161
4.5.2	Partai Garuda .....	162
4.5.3	Partai Perindo.....	163
4.5.4	Partai Solidaritas Indonesia .....	164
4.6.	Jejaring.....	167
4.6.1	Partai Berkarya .....	168
4.6.2	Partai Garuda .....	168
4.6.3	Partai perindo.....	169
4.6.4	Partai solidaritas indonesia .....	169
4.7.	Segmentasi .....	171
4.7.1	Partai Berkarya .....	172
4.7.2	Partai Garuda .....	173
4.7.3	Partai Perindo.....	173

4.7.4	Partai Solidaritas Indonesia .....	174
BAB V	.....	177
5.1.	Kesimpulan .....	177
5.2.	Saran .....	180
DAFTAR PUSTAKA	.....	183
LAMPIRAN UJI RELIABILITAS	.....	187
LAMPIRAN PANDUAN DEFINISI OPERASIONAL PENELITIAN	.....	194
LAMPIRAN <i>CODING SHEET</i>	.....	197
LAMPIRAN KONTEN MEDIA SOSIAL PARTAI BARU KAMPANYE PEMILU 2019	.....	200

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Logika Media Massa dan Logika Media Jaringan .....	19
Tabel 1.2 Elemen Logika Media Sosial Kalsness dan Van Dijck - Poell .....	22
Tabel 1.3 Elemen Logika Media Sosial .....	31
Tabel 1.4 Fitur Platform Media Sosial .....	32
Tabel 1.5 Definisi Operasional Penelitian .....	55
Tabel 1.6 Jumlah Konten Facebook Partai Baru Pemilu 2019 .....	59
Tabel 1.7 Jumlah Konten Instagram Partai Baru Pemilu 2019 .....	59
Tabel 1.8 Jumlah Konten Twitter Partai Baru Pemilu 2019 .....	59
Tabel 2.1 Elemen Logika Media Sosial Kalsness dan Van Dijck - Poell .....	81
Tabel 3.1 Profil Partai Berkarya .....	90
Tabel 3.2 Akun media sosial Partai Berkarya .....	93
Tabel 3.3 Profil Partai Garuda .....	99
Tabel 3.4 Akun media sosial Partai Berkarya .....	101
Tabel 3.5 Profil Partai Persatuan Indonesia (PERINDO) .....	108
Tabel 3.6 Akun media sosial Partai Perindo .....	109
Tabel 3.7 Profil Partai Solidaritas Indonesia (PSI) .....	116
Tabel 3.8 Akun media sosial Partai Solidaritas Indonesia .....	118
Tabel 4.1 Fitur Facebook, Instagram, dan Twitter .....	127
Tabel 4.2 Programabilitas Partai Berkarya .....	129
Tabel 4.3 Programabilitas Partai Garuda .....	131
Tabel 4.4 Programabilitas Partai Perindo .....	133
Tabel 4.5 Programabilitas Partai PSI .....	134
Tabel 4.6 Publisitas Partai Berkarya .....	138
Tabel 4.7 Publisitas Partai Garuda .....	140
Tabel 4.8 Publisitas Partai Perindo .....	141
Tabel 4.9 Publisitas Partai PSI .....	143
Tabel 4.10 Popularitas Partai Berkarya .....	147
Tabel 4.11 Popularitas Partai Garuda .....	148
Tabel 4.12 Popularitas Partai Perindo .....	149
Tabel 4.13 Popularitas Partai Solidaritas Indonesia .....	150
Tabel 4.14 Visibilitas Partai Berkarya .....	152
Tabel 4.15 Visibilitas Partai Garuda .....	154
Tabel 4.16 Visibilitas Partai Perindo .....	155
Tabel 4.17 Visibilitas Partai Solidaritas Indonesia .....	157
Tabel 4.18 Konektivitas Partai Berkarya .....	161
Tabel 4.19 Konektivitas Partai Garuda .....	162
Tabel 4.20 Konektivitas Partai Perindo .....	163
Tabel 4.21 Konektivitas Partai Solidaritas Indonesia .....	164
Tabel 4.22 Jejaring Partai Berkarya .....	168
Tabel 4.23 Jejaring Partai Garuda .....	169
Tabel 4.24 Jejaring Partai Perindo .....	169
Tabel 4.25 Jejaring Partai PSI .....	170



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**PARTAI BARU DAN ADAPTASI LOGIKA MEDIA SOSIAL (Analisis Isi Adaptasi Logika Media Sosial  
oleh Partai  
Berkarya, Partai Garuda, Partai Perindo, dan Partai Solidaritas Indonesia dalam Masa Kampanye  
Pemilu**

**2019 melalui Platform Facebook, Instagram, dan Twitter)**

FAZA YUDIANSYAH, Nyarwi Ahmad, M.A., Ph.D

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Tabel 4.26 Segmentasi Partai Berkarya .....	172
Tabel 4.27 Segmentasi Partai Garuda .....	173
Tabel 4.28 Segmentasi Partai Perindo .....	174
Tabel 4.29 Segmentasi Partai PSI .....	174

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Tagar <i>Twitter</i> dalam Pemilu 2019 .....	2
Gambar 1.2. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	4
Gambar 1.3 Trending topics pada platform <i>Twitter</i> .....	24
Gambar 1.4 Konten Facebook dan fitur suka, komentar, bagikan.....	33
Gambar 1.5 Konten Instagram dan fitur suka, komentar, bagikan .....	34
Gambar 1.6 Konten <i>Twitter</i> dan fitur suka, komentar, bagikan.....	35
Gambar 1.7 Orde Baru sebagai identitas partai Berkarya dalam konten <i>Twitter</i> .....	36
Gambar 1.8 Fitur posting Facebook dan muatan konten yang ditampilkan .....	37
Gambar 1.9 Fitur posting Instagram dan konten yang diunggah .....	37
Gambar 1.10 Fitur tweet dan tampilan konten <i>Twitter</i> .....	38
Gambar 1.11 Popularitas Facebook .....	39
Gambar 1.12 Popularitas Instagram .....	40
Gambar 1.13 Popularitas <i>Twitter</i> .....	41
Gambar 1.14 Perbandingan jumlah bagikan konten Facebook PSI dan Perindo.....	42
Gambar 1.15 Jumlah bagikan dalam konten Facebook PSI.....	43
Gambar 1.16 Tagar/hashtag dalam konten Instagram Partai Perindo.....	44
Gambar 1.17 Tagar/hashtag dan jumlah retweet konten <i>Twitter</i> PSI .....	45
Gambar 1.19 Fitur sebutan/mention akun dalam komentar konten Facebook PSI....	47
Gambar 1.19 Interaksi partai Berkarya dan masyarakat dalam konten Facebook .....	47
Gambar 1.20 Interaksi PSI dan masyarakat pada konten Instagram.....	48
Gambar 1.22 Interaksi PSI dan masyarakat dalam konten <i>Twitter</i> .....	49
Gambar 1.22 Interaksi PSI dan masyarakat di <i>Twitter</i> .....	49
Gambar 1.23 Perbandingan jumlah suka konten PSI dan Perindo di Facebook.....	50
Gambar 1.24 Perolehan suka konten Partai Perindo di Instagram .....	51
Gambar 1.25 Perolehan jumlah suka konten PSI di <i>Twitter</i> .....	52
Gambar 1.26 Elemen segmentasi pemilih partai Perindo di Facebook .....	53
Gambar 1.27 Segmentasi pemilih partai Berkarya dalam konten di Instagram .....	54
Gambar 1.28 Konten segmentasi partai PSI di <i>Twitter</i> .....	55
Gambar 1.29 Verification account Perindo dan PSI .....	60
Gambar 1.30 Non - verification account Berkarya dan Garuda .....	60
Gambar 2.1 Salah satu bentuk produk kebijakan PSI .....	79
Gambar 2.2 Alasan PSI menolak poligami .....	80
Gambar 2.3 Konten <i>Facebook, Instagram, Twitter</i> partai politik baru Pemilu 2019 .....	82
Gambar 2.4 Konten sarat kontroversi yang diunggah PSI di media sosial .....	83
Gambar 2.5. Jumlah retweet konten <i>Twitter</i> PSI .....	84

Gambar 2.6 Interaksi PSI dan Berkarya di platform Instagram.....	85
Gambar 2.7. Jumlah suka konten media sosial Perindo dan PSI .....	86
Gambar 2.8 Tampilan kumpulan data statistik platform Twitter .....	87
Gambar 3.1 Logo Partai Berkarya .....	89
Gambar 3.2 Halaman Facebook partai Berkarya .....	93
Gambar 3.3 Beberapa akun halaman Facebook partai Berkarya .....	94
Gambar 3.4 Nuansa Orde Baru dalam konten partai Berkarya .....	94
Gambar 3.5 Akun Instagram Partai Berkarya.....	95
Gambar 3.6. Akun Twitter Partai Berkarya .....	96
Gambar 3.7 Contoh akun resmi <i>Twitter</i> parpol dengan tanda centang biru.....	97
Gambar 3.8. Logo Partai Garuda .....	98
Gambar 3.9 Halaman Facebook partai Garuda.....	101
Gambar 3.10 Hasil pencarian halaman Facebook partai Garuda.....	102
Gambar 3.11 Konten halaman Facebook partai Garuda .....	103
Gambar 3.12 Tampilan akun Instagram partai Garuda.....	104
Gambar 3.13 Akun Twitter Partai Garuda .....	105
Gambar 3.14 Logo Partai Perindo.....	107
Gambar 3.15 Halaman <i>Facebook</i> Partai Perindo .....	110
Gambar 3.16 Konten Halaman Facebook Partai Perindo .....	111
Gambar 3.17 Akun Instagram partai Perindo .....	112
Gambar 3.18 Akun Twitter partai Perindo .....	113
Gambar 3.19 Logo Partai Solidaritas Indonesia .....	115
Gambar 3.20 Akun Facebook Partai Solidaritas Indonesia .....	118
Gambar 3.21 Muatan konten Facebook Partai Solidaritas Indonesia .....	119
Gambar 3.22 Interaksi Partai Solidaritas Indonesia di Facebook .....	120
Gambar 3.23 Akun Instagram Partai Solidaritas Indonesia.....	120
Gambar 3.24 Konten Instagram Partai Solidaritas Indonesia.....	121
Gambar 3.25 Interaksi Partai Solidaritas Indonesia di Instagram.....	122
Gambar 3.26 Akun Twitter Partai Solidaritas Indonesia .....	123
Gambar 3.27 Unggahan konten Twitter Partai Solidaritas Indonesia.....	124
Gambar 4.1 Programabilitas Partai Berkarya.....	131
Gambar 4.2 Programabilitas Partai Garuda .....	132
Gambar 4.3 Programabilitas Partai Perindo.....	134
Gambar 4.4 Programabilitas Partai Solidaritas Indonesia.....	135
Gambar 4.5 Sosok Soeharto dalam Publisitas Partai Berkarya .....	139
Gambar 4.6 Publisitas Partai Garuda .....	141
Gambar 4.7 Publisitas Partai Perindo.....	142
Gambar 4.8 Unsur Milenial dalam Publisitas Partai Solidaritas Indonesia .....	144
Gambar 4.9 Unsur Visibilitas Partai Berkarya .....	153

Gambar 4.10 Unsur Visibilitas Partai Garuda .....	155
Gambar 4.11 Unsur Visibilitas Partai Perindo .....	156
Gambar 4.12 Unsur Visibilitas Partai Solidaritas Indonesia .....	158
Gambar 4.13 Konektivitas Partai Berkarya .....	162
Gambar 4.14 Konektivitas Partai Perindo.....	164
Gambar 4.15 Pola Konektivitas Partai Soidaritas Indonesia .....	166