

ABSTRAK

Riset tentang mediatisasi politik dan adaptasi logika media sosial secara khusus menguraikan bagaimana transformasi media terhadap aktor politik, yaitu posisi media yang begitu dominan terhadap aktor politik, sehingga memaksa aktor politik tersebut untuk mengadaptasi logika - logika dalam media sosial. Muncul di tengah era perkembangan media massa, konsep mediatisasi politik menguraikan kedudukan media tidak hanya menjadi medium informasi, tetapi juga logika media yang turut diadaptasi oleh aktor politik. Konsep logika media sosial menjadi instrumen tambahan seiring dengan dominasi media sosial yang telah menggeser peran media massa terhadap aktor politik di era sekarang. Riset ini mengadopsi konsep mediatisasi politik Stromback (2008) dan logika media sosial Kalsness (2016), serta Van Dijck - Poell (2013). Penggunaan platform media sosial *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* oleh Partai Berkarya, Partai Garuda, Partai Persatuan Indonesia (Perindo), dan Partai Solidaritas Indonesia (PSI) selama kampanye Pemilu 2019, menjadi refleksi adaptasi logika media sosial oleh aktor politik dalam pespektif mediatisasi politik. Metode yang digunakan dalam riset ini adalah analisis isi kualitatif, yang fokus pada analisis konten masing - masing partai baru di *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*. Hasil dari penelitian ini menemukan, Partai Solidaritas Indonesia (PSI) menjadi partai baru yang mampu mengadaptasi seluruh elemen logika media sosial melalui konten yang diunggah. Partai Berkarya belum menunjukkan konsistensinya dalam adaptasi elemen logika media sosial melalui konten yang diunggah. Sedangkan, Partai Persatuan Indonesia (Perindo) dan Partai Garuda hanya menggunakan media sosial sebatas medium informasi tanpa disertai bentuk adaptasi logika media sosial.

Kata kunci : *mediasi, mediatisasi, mediatisasi politik, media sosial, logika media sosial, media sosial, partai politik baru, kampanye pemilu 2019*

ABSTRACT

The research of mediatisation of politics and logic adaptation of social media, in particular, describe the transformation of media towards political actors. Mediatisation of politics refers to a condition where the media becomes a central system that influences the system of political institutions in the context of political communication. Emerged amidst the mass media development era, the concept of mediatisation of politics, describes the position of the media not only as a medium of information, but also as the media's logic adopted by political actors. The concept of the social media's logic has become the additional instruments of the mediatisation of politics, in parallel with the dominance of social media, which has shifted the role of mass media towards political actors at present. This research adopts the concept of mediatisation of politics by Stromback (2008) and social media logic by Kalsness (2016) and Van Dijck-Poell (2013). The use of social media platforms such as Facebook, Instagram, and Twitter by Partai Berkarya, Partai Garuda, Partai Persatuan Indonesia (Perindo), and Partai Solidaritas Indonesia (PSI) during the 2019 election's campaign has become a reflection on the adaptation of social media's logic by political actors in the perspective of the mediatisation of politics. The research used content analysis method, focusing on analysing the contents of new parties in social media such as Facebook, Instagram, and Twitter. The result of this study found that Partai Solidaritas Indonesia (PSI) becomes the new party that is capable of adapting all elements of social media's logic through its contents. In contrast, Partai Berkarya has not shown its consistency in adapting the elements of social media's logic through its contents. Meanwhile, Partai Perindo and Partai Garuda only use social media as a medium of information without being accompanied by logical adaptation of social media

Keyword : *mediation, mediatisation, mediatisation of politics, social media, social media logic, new political parties, 2019 election campaign*