

Komunikasi Politik Melalui Musik: Analisis Encoding-Decoding terhadap Pergeseran Persepsi Masyarakat atas Lagu 'Oke Gas' Pasca Pemilu di Era Digital

Nabila Yuliana Putri¹, Dian Arla Zahwa Adinda², Izaaz Akbar Ashidqi³, Latifatul 'Aini⁴, Zaila Humairoh⁵, Ayesha Melinda Fitriani⁶, Arifa Raditya Pratama⁷

Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Email Korespondensi: ¹nabilayuliana159@student.uns.ac.id

²dianarla35@student.uns.ac.id

ABSTRAK

Musik merupakan salah satu bentuk media yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan politik secara emosional, sehingga berpotensi membentuk opini publik. Fenomena ini tercermin melalui lagu "Oke Gas" pada pasca-pemilu yang memicu berbagai respons masyarakat, khususnya di media sosial. Lagu ini mengandung pesan-pesan yang dapat dipahami sebagai bentuk dukungan terhadap aktor tertentu. Tujuan adanya penelitian ini untuk menganalisis komunikasi politik melalui media musik dengan mengkaji pengaruh lagu "Oke Gas" terhadap persepsi masyarakat pasca-pemilu di era digital. Landasan teori yang digunakan adalah Teori Encoding-Decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Penelitian ini membahas bagaimana aktor politik menyampaikan kampanye melalui musik (encoding) dan menganalisis respon masyarakat ke dalam tiga posisi decoding, yaitu masyarakat dominan, negosiasi, dan oposisi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder melalui studi dokumentasi yang diperoleh dari artikel dan komentar-komentar di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respons masyarakat terhadap lagu "Oke Gas" pasca-pemilu mengalami pergeseran yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan masa kampanye. Artinya, lagu ini memiliki pengaruh dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap dinamika politik yang terjadi pada masa pemerintahan Prabowo-gibran. Hal ini menegaskan bahwa musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi politik yang efektif dalam membangun opini publik di era digital.

Kata Kunci: Komunikasi politik; lagu "Oke Gas"; encoding-decoding; persepsi masyarakat; era digital.

ABSTRACT

Music is a form of media capable of conveying political messages in an emotional way, thereby having the potential to shape public opinion. This phenomenon is reflected in the song "Oke Gas," which was released after the election and sparked a variety of public reactions, particularly on social media. This song contains messages that can be interpreted as a form of support for certain political figures. The purpose of this study is to analyze political communication through music by examining the influence of the song "Oke Gas" on public perceptions in the post-election period in the digital age. The theoretical basis used is the Encoding-Decoding Theory put forward by Stuart Hall. The theoretical basis used is the Encoding-Decoding Theory proposed by Stuart Hall. This study discusses how political actors convey campaigns through music (encoding) and analyzes public responses into three decoding positions: dominant, negotiating, and opposition. This study employs a qualitative method with a descriptive approach. The data sources used were secondary data obtained through a documentary study of articles and comments on social media. The research findings show that public response to the song "Oke Gas" after the election shifted significantly compared to the campaign period. This means that

the song has influenced public perceptions of the political dynamics unfolding during the Prabowo-Gibran administration. This confirms that music serves not only as entertainment but also as an effective medium of political communication in shaping public opinion in the digital age.

Keywords: *Political communication; the song "Oke Gas"; encoding-decoding; public perception; digital era.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk informasi mengenai politik. Jika sebelumnya komunikasi politik lebih banyak dilakukan melalui media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar, kini media sosial menjadi ruang utama dalam penyebaran pesan-pesan politik. Menurut Liana, A. A. & Santoso, S. A. (2024) perluasan informasi kepada masyarakat dengan menggerakkan wartawan dan influencer. Perubahan tersebut membuat strategi komunikasi politik juga mengalami perkembangan, tidak lagi hanya melalui pidato, debat, atau iklan kampanye, tetapi juga memanfaatkan berbagai bentuk konten digital yang lebih kreatif dan mudah diterima oleh masyarakat (Sampurna et al, 2024).

Pergeseran platform ini pada dasarnya merupakan bagian dari evolusi mekanisme pemilihan umum (Pemilu) di Indonesia demi mewujudkan iklim demokrasi yang lebih inklusif dan partisipatif. Sebagai instrumen utama kedaulatan rakyat, penyelenggaraan pemilu dituntut untuk memenuhi prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (good governance), yang mencakup dimensi partisipasi, transparansi, penegakan hukum, serta efektivitas dan efisiensi (Santoso et al, 2022). Dalam perspektif tata kelola tersebut, keterlibatan aktif masyarakat bukan hanya diukur dari kehadiran di bilik suara, melainkan juga dari bagaimana ruang publik digital dimanfaatkan untuk mengawal, mendiskusikan, dan merespons pesan-pesan politik yang beredar (Santoso et al, 2022).

Salah satu bentuk komunikasi politik yang berkembang pesat di era digital saat ini adalah penggunaan musik sebagai media penyampaian pesan politik. Musik dinilai mampu menarik perhatian masyarakat karena memiliki lirik yang mudah diingat, irama yang menarik, serta mudah disebarluaskan melalui media sosial. Kondisi tersebut menyebabkan musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun citra politik, mempengaruhi opini publik, serta memperkenalkan kandidat kepada masyarakat (Purwanto, 2024).

Fenomena tersebut terlihat jelas pada pelaksanaan Pemilu Presiden 2024 di Indonesia. Salah satu lagu yang banyak menarik perhatian masyarakat adalah lagu "Oke Gas" yang digunakan sebagai media kampanye pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Lagu tersebut menjadi viral di berbagai platform media sosial, khususnya TikTok, Instagram, dan YouTube. Penyebaran lagu yang sangat cepat menunjukkan bahwa media digital memiliki peran penting dalam membentuk pola komunikasi politik di kalangan masyarakat, terutama generasi muda (Purwanto, 2024; Tanuwijaya & Cristian, 2024). Hal ini menunjukkan

bahwa relasi antara aktor politik dan birokrasi kerap dibangun melalui jalur informal demi kepentingan eksternal, sehingga memperkuat sebuah keyakinan bahwa komunikasi politik tidak hanya berlangsung lewat jalur formal kebijakan saja, tetapi juga melalui media budaya populer seperti musik untuk kepentingan kampanye (Al-Azkiya & Santoso, 2024).

Politisasi birokrasi di Indonesia menunjukkan bahwa Aparatur Sipil Negara (ASN) kerap menjadi aktor penting dalam strategi komunikasi politik elektoral, di mana mereka rela menggadaikan integritas demi kepentingan pribadi dan politik. Sebagaimana diungkapkan Al-Azkiya & Santoso (2024), “ Para peserta politik tidak mungkin memanfaatkan langsung kesempatan untuk melakukan tindakan korupsi, mereka akan melakukan kerja sama dengan individu-individu atau ‘oknum’ ASN yang memiliki otoritas untuk mengelola aset, sumber daya manusia, sumber daya anggaran, bahkan siap menggadaikan integritas mereka sebagai ASN”. Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi politik tidak hanya dilakukan melalui jalur formal, tetapi juga melalui berbagai medium budaya dan media sosial yang melibatkan jaringan kekuasaan yang terstruktur, salah satunya adalah pemanfaatan lagu dan jingle kampanye seperti “Oke Gas”.

Menurut Tanuwijaya dan Cristian (2024), penggunaan jingle "Oke Gas" di TikTok mampu menarik perhatian pengguna media sosial melalui berbagai bentuk konten kreatif yang menghasilkan banyak interaksi berupa komentar, unggahan ulang, hingga partisipasi masyarakat dalam mengikuti tren yang berkembang. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi media penyampaian informasi politik, tetapi juga menjadi ruang interaksi antara pesan politik dengan masyarakat.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Amantha et al (2024) menjelaskan bahwa lagu "Oke Gas 02" berhasil menjadi salah satu media komunikasi politik yang efektif karena mampu membangun kedekatan emosional dengan masyarakat serta meningkatkan popularitas pasangan calon melalui penyampaian pesan yang sederhana dan mudah diingat. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa musik memiliki kekuatan dalam menyampaikan pesan politik secara lebih menarik dibandingkan bentuk kampanye yang bersifat formal.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada efektivitas lagu "Oke Gas" selama masa kampanye Pemilu 2024. Sementara itu, setelah pemilu berakhir, lagu tersebut masih sering digunakan dalam berbagai konten media sosial meskipun konteks politiknya sudah berubah. Hingga saat ini, penelitian yang membahas bagaimana persepsi masyarakat terhadap lagu "Oke Gas" pada masa pasca-Pemilu masih relatif terbatas. Padahal, perubahan konteks dari masa kontestasi elektoral menuju masa pasca-pemilu memungkinkan munculnya pemaknaan yang berbeda dari masyarakat terhadap lagu tersebut.

Penelitian ini menggunakan teori Encoding-Decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall untuk menganalisis bagaimana pesan politik yang dikemas melalui lagu "Oke Gas" diproduksi dan dimaknai oleh masyarakat. Menurut Hall, makna suatu pesan tidak

hanya ditentukan oleh pembuat pesan (encoding), tetapi juga oleh bagaimana khalayak menafsirkan pesan tersebut (decoding) berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan latar belakang sosial masing-masing (Hall, 1980). Dengan demikian, meskipun lagu "Oke Gas" diciptakan sebagai media komunikasi politik selama masa kampanye, masyarakat pada masa pasca-pemilu dapat memberikan pemaknaan yang berbeda terhadap lagu tersebut. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini berupaya menggambarkan berbagai bentuk pemaknaan masyarakat terhadap lagu "Oke Gas" sebagai bagian dari komunikasi politik di era digital.

Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini berupaya menggambarkan berbagai bentuk pemaknaan masyarakat terhadap lagu "Oke Gas" sebagai bagian dari komunikasi politik di era digital. Berlandaskan pada latar belakang fenomena tersebut, penelitian ini secara spesifik berfokus pada dua rumusan masalah utama, yakni bagaimana persepsi masyarakat terhadap lagu "Oke Gas" sebagai produk komunikasi politik pasca-Pemilu 2024, serta bagaimana pengaruhnya dalam membentuk pandangan dan sikap publik melalui platform digital. Dari persoalan tersebut, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis kedua fokus permasalahan tersebut dengan berlandaskan pada Teori Encoding-Decoding Stuart Hall, yang memandang bahwa pesan dalam sebuah konten media tidak selalu diterima sebagaimana yang dimaksudkan oleh produser atau pembuat pesannya, melainkan dimaknai secara beragam oleh khalayak sesuai dengan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman masing-masing.

Melalui pencapaian tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan kajian ilmu komunikasi politik, khususnya dalam memperluas penerapan Teori Encoding-Decoding Stuart Hall pada konten musik politik yang disebarluaskan melalui platform digital pada masa pasca-kontestasi elektoral. Sementara itu, secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran kritis masyarakat dalam memaknai berbagai pesan politik yang dikemas dalam bentuk hiburan populer. Selain itu, hasil analisis dalam penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi para praktisi atau aktor politik mengenai efektivitas musik sebagai strategi komunikasi politik digital, sekaligus menjadi referensi akademik yang relevan bagi penelitian-penelitian selanjutnya di bidang komunikasi politik berbasis media baru.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui studi literatur. Menurut Creswell (2014), penelitian kualitatif yakni pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna suatu fenomena sosial melalui pengumpulan serta interpretasi berbagai sumber informasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data sekunder. Teknik analisis data menggunakan model

interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Reduksi data dilakukan dengan memilah konten yang memuat indikator persepsi dan narasi politik terkait lagu “Oke Gas”. Data lalu disajikan melalui kategorisasi tematik untuk melihat tiga posisi pemaknaan audiens terhadap pesan politik dalam lagu dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional sebagaimana konsep Encoding-Decoding Stuart Hall (1973). Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan untuk menjawab bagaimana audiens memaknai dan merespons pesan politik yang di-encoding dalam lagu "Oke Gas" pasca-pemilu 2024.

Teknik pengumpulan data diperoleh dari studi dokumentasi digital, berupa konten dan kolom komentar dari berbagai platform media sosial pasca pemilu 2024 sebagai data atas aspirasi masyarakat. Penelitian ini juga menggunakan sumber berita online, artikel opini, dan studi pustaka dari jurnal yang relevan dengan komunikasi politik dan Teori Encoding-Decoding Stuart Hall (1973).

Tabel 1. Sumber Pengumpulan Data

Temuan	Platform
A	Instagram
B	Tiktok
C	Google Scholar
D	Berita
E	X (Twitter)
D	Threads
E	Youtube

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Lagu "Oke Gas" diciptakan oleh musisi Richard Jersey asal Manado dan viral pada tahun 2024 di media sosial, kemudian akhirnya lagu tersebut dipilih oleh Tim Kampanye Nasional (TKN) untuk diaransemen ulang liriknya menjadi "Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas" dan diluncurkan secara resmi pada 15 Januari 2024 untuk keperluan kampanye (Kumparan, 2024; ANTARA News, 2024). Dalam video klip resminya menampilkan sejumlah tokoh, termasuk Bobby Nasution dan Kahiyang Ayu, ikut berjoget mengikuti irama lagu (Detik.com, 2024). Lagu ini menyimpan pesan politik kuat sebagai branding pasangan calon 02 Prabowo Gibran. Proses transformasi pesan tersebut dapat diamati lebih detail melalui hasil analisis encoding Decoding Stuart Hall (1973).

Tabel 2. Hasil Analisis Encoding Decoding pada Lagu Oke Gas Pasca Pemilu

Dimensi	Indikator	Hasil Temuan
Encoding	Frameworks of Knowledge: pembangunan karakter Prabowo yang menunjukkan dari karakter	Temuan C Upaya membangun sebuah keistimewaan dan keunikan dari pasangan 02 yakni tim kampanye memiliki strategi

	yang dari sosok tegas dan kaku menjadi lebih akrab dan lucu melalui media sosial	komunikasi yang berfokus pada penciptaan citra positif terhadap pasangan Prabowo dan Gibran melalui Iklan dengan menggunakan lagu.
		Temuan C Penggunaan jingle sebagai elemen kampanye terbukti efektif meningkatkan interaksi netizen. Konten shared berupa video kreatif bernuansa humor dan kasual menghasilkan sentimen positif tertinggi, sedangkan owned content dari tim kampanye cenderung memunculkan sentimen negatif akibat perbedaan preferensi politik. Sementara itu, earned content dari influencer mampu memperluas jangkauan, tetapi lebih banyak menonjolkan personalitas pesan politik.
		Temuan D pidato Presiden Prabowo Subianto yang menegaskan bahwa pemerintahannya ingin mengutamakan kerja nyata daripada sekadar janji atau retorika.
		Temuan C Temuannya menunjukkan bahwa strategi komunikasi melalui media digital dan pendekatan kepada pemilih muda berkontribusi terhadap kemenangan pasangan Prabowo-Gibran.
	Relation of Production: Pemilihan lagu “oke gas” oleh Tim Kampanye Nasional (TKN) ciptaan Richard Jersey sebagai lagu kampanye untuk Prabowo-Gibran	Temuan E Penetapan lagu "Oke Gas" sebagai lagu resmi kampanye pasangan Prabowo-Gibran.
		Temuan D Lagu oke gas menjadi lagu kampanye Prabowo Gibran
	Technical Infrastructure of Production: pendekatan secara digital menggunakan media sosial	Temuan C Menunjukan strategi pemilu prabowo berbeda dari yang awalnya menggunakan model hierarkis menjadi fleksibel dan mengoptimalkan penggunaan media sosial.

	(tiktok dan Instagram, dll) sebagai media kampanye	Temuan C Kajian strategi kampanye digital Prabowo-Gibran melalui TikTok, Instagram, dan media sosial lainnya serta pengaruhnya terhadap perilaku pemilih pemula.
Decoding	Masyarakat dominan: Masyarakat pendukung Prabowo Gibran memandang lagu "oke gas" sebagai kampanye yang menarik perhatian dan menerima bentuk bentuk kampanye tersebut	Temuan C Menunjukkan bahwa Prabowo dari sosok tegas dan kaku menjadi lebih akrab dan lucu serta berhasil menarik perhatian Gen Z dalam meningkatkan elektabilitasnya. Penelitian ini menegaskan pentingnya memahami dinamika pemilih muda dalam konteks politik dimana media sosial sebagai peran alat efektif dalam membangun dukungan politik
		Temuan D Menunjukan adanya masyarakat yang mendukung dilakukan pengesahan Undang-Undang TNI yang memungkinkan prajurit aktif menduduki jabatan sipil tertentu, termasuk Sekretaris Kabinet.
		Temuan E Terdapat video tentang tim sukses pemerintahan Prabowo dan terdapat statement senang menjadi timses biarpun negara kacau dan rupiah melemah tetap oke gas oke gas.
		Temuan B Menunjukan temuan masyarakat yang biasa saja dan menganggap sudah takdirnya atas Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) terkait syarat usia calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres).
	Masyarakat negosiasi: Masyarakat menerima lagu tersebut sebagai lagu kampanye untuk komunikasi politik namun tetap kritis terhadap kondisi negaranya	Temuan D Prabowo dan Mayor Teddy tak mengindahkan UU TNI Nomor 34 Tahun 2004, terutama Pasal 47 Ayat 1. Pasal itu menyebut anggota TNI hanya dapat menduduki jabatan sipil setelah

	terkait kebijakan yang dibuat dan regulasi negara	mengundurkan diri atau pensiun dari dinas aktif keprajuritan. Namun, DPR RI periode 2019-2024 melakukan revisi atas beleid itu untuk mengakomodasi anggota TNI aktif boleh menduduki jabatan sipil
		Temuan D "The Economist dalam tulisannya yang berjudul ""Indonesia's president is jeopardising the economy and democracy", menilai bahwa kebijakan Prabowo itu bisa membahayakan ekonomi dan demokrasi."
		Temuan D Pengamat kebijakan publik Yanuar Nugroho mengkritik banyaknya jumlah kementerian dalam pemerintahan Prabowo-Gibran (Kabinet gemuk), Pengeluaran ATK Fantastis, Penguatan kepercayaan publik dari bansos, progrm makan siang gratis
		Temuan B Pidato Prabowo dianggap tidak jelas saat menanggapi masalah dolar naik sehingga mendapat kritik tegas dari masyarakat Temuan E Terdapat kritik statement oke gas oke gas jogetin aja terhadap berita rupiah naik dan MBG tetap berjalan.
		Temuan B Kritik lagu lirik oke gas dg permasalahan di indonesia karena Banyak pemilih 02 menyesal dengan pilihannya.
		Temuan C Berdasarkan hasil survei pakar dan masyarakat umum, sebanyak 77% responden memberikan penilaian negatif terhadap kinerja kabinet secara keseluruhan. Laporan ini merekomendasikan adanya reshuffle kabinet (96% setuju) dan perampangan jumlah kementerian (98% setuju) karena

		struktur saat ini dinilai terlalu gemuk dan tidak efisien.”
		Temuan B Demo minta prabowo turun jabatan
		Temuan B Pengangkatan Mayor Teddy Indra Wijaya sebagai Sekretaris Kabinet (Seskab) dalam pemerintahan Presiden Prabowo Subianto memicu polemik hukum dan perdebatan publik yang signifikan. Inti dari kontroversi ini adalah statusnya sebagai perwira TNI aktif yang menduduki jabatan sipil.
		Temuan D Kontroversi mengenai pengangkatan Mayor Teddy sebagai Sekretaris Kabinet (Seskab) yang dinilai tidak sah berdasarkan Undang-Undang TNI.
	Masyarakat oposisi: Masyarakat yang mendefinisikan lagu tersebut sebagai lagu perusak tatanan negara	Temuan C Pada masa kampanye, komentar netizen sebagian besar berupa ungkapan antusiasme, optimisme, dan kesetiaan. Setelah mereka menang, Komentar netizen cenderung bergeser ke arah yang lebih kritis, bahkan negatif.
		Temuan A Pada masa kampanye, komentar netizen sebagian besar berupa ungkapan antusiasme, optimisme, dan kesetiaan. Setelah mereka menang, Komentar netizen cenderung bergeser ke arah yang lebih kritis, bahkan negatif.
		Temuan A bentuk kekecewaan sipil terhadap kinerja pemerintah dengan cara merubah lirik lagu oke gas
		Temuan A sebagai bentuk kekecewaan terhadap pemerintah atas janji yang diberikan tidak terlaksanakan

		Temuan B sebagai meme dari kebijakan pemerintah terhadap mbg
		Temuan D mengulas berbagai kebijakan, capaian, dan tantangan selama 100 hari pertama pemerintahan Presiden Prabowo Subianto.
		Temuan C Hasil dari penelitian tersebut yaitu media tidak hanya menyampaikan wacana kebijakan, tetapi juga membentuk opini publik. Penelitian ini menegaskan agar pemerintah dapat melakukan transparansi dan partisipasi masyarakat dalam perumusan kebijakan pendidikan.
		Temuan C opini publik terhadap kinerja satu tahun pemerintahan Prabowo-Gibran didominasi oleh sentimen negatif sebesar 53,3%, dengan sentimen positif 33,5% dan netral 13,2%.
		Temuan B Lagu oke gas diubah liriknya menjadi sindiran untuk polri terkait kasus pelindasan ojol saat demo
		Temuan B bentuk gambaran masyarakat yang sedang kesulitan mencari gas dibawah kepemimpinan prabowo

Sumber : Data Diolah Penulis (2026)

Proses Encoding: Konstruksi Pesan Politik dalam Lagu “Oke Gas”

Dalam kerangka teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall (1973), proses encoding merujuk pada tahap pembentukan pesan yang dilakukan oleh produsen teks. Menurut Stuart Hall (1973), proses encoding selalu dipengaruhi oleh kerangka pengetahuan (*framework of knowledge*) yang dimiliki oleh para produsen pesan. Kerangka pengetahuan tersebut mencakup cara pandang, nilai, ideologi, serta tujuan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Lagu “Oke Gas” tidak lahir dalam ruang hampa, kehadirannya muncul sebagai bagian dari strategi komunikasi politik yang secara sadar dirancang untuk membangun citra positif pasangan calon nomor urut 02. Lagu tersebut

tidak dapat hanya dipahami sebagai produk hiburan semata, melainkan sebagai media komunikasi politik yang memuat pesan-pesan tertentu mengenai pasangan Prabowo Gibran.

Hasil temuan C mengenai *framework of knowledge* yang didapatkan dari Fitriyani (2024), kajiannya mengenai simbolik pesan iklan kampanye “Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas” menegaskan bahwa tim kampanye memfokuskan strategi komunikasinya pada penciptaan citra positif terhadap pasangan Prabowo dan Gibran melalui media lagu. Pilihan musik “Oke Gas” bukan sekedar didasarkan pada pertimbangan estetika, tetapi juga didasarkan dari kemampuannya untuk menjangkau audiens secara luas dan emosional. Lagu yang dihasilkan menghadirkan pesan politik dalam bentuk yang ringan, mudah diingat, serta dapat diulang berkali-kali tanpa menimbulkan kesan menggurui. Melalui karakteristik tersebut, pesan kampanye menjadi lebih mudah diterima dan disebarluaskan oleh masyarakat.

Selain itu, menurut temuan C penggunaan lagu sebagai instrumen kampanye menunjukkan adanya upaya untuk menyesuaikan strategi komunikasi dengan perkembangan budaya media kontemporer. Husain (2025) mencatat bahwa strategi Prabowo pada Pemilu 2024 bergeser dari model hierarkis yang digunakan pada pemilu sebelumnya menjadi pendekatan yang lebih fleksibel dan mengoptimalkan media sosial. Di mana di tengah meningkatnya konsumsi konten digital yang bersifat singkat dan menghibur, pesan politik yang dikemas dalam bentuk lagu memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian publik dibandingkan pesan politik yang disampaikan secara formal. Dengan demikian, lagu “Oke Gas” tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi politik, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kedekatan emosional antara pasangan calon dengan masyarakat.

Dalam perspektif Stuart Hall (1973), terdapat indikator *Relations of Production* yaitu aktor yang terlibat dalam produksi lagu. Relasi produksi dalam konteks lagu “Oke Gas” melibatkan jaringan aktor yang kompleks, mulai dari tim sukses kampanye, pencipta konten, influencer, hingga partai pendukung. Tanuwijaya dan Cristian M. (2024) dalam studi etnografi terhadap TikTok menemukan bahwa penggunaan jingle sebagai elemen kampanye terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi netizen. Menariknya, konten yang paling banyak menghasilkan sentimen positif justru berasal dari *shared content* berupa video kreatif dari netizen dengan nuansa humor dan tema kasual, bukan dari unggahan resmi tim kampanye yang cenderung memunculkan sentimen negatif karena perbedaan preferensi politik. Sementara *earned content* dari para influencer mampu memperluas jangkauan namun lebih banyak menarik perhatian pada personalitas pesan politik. Menurut Medistaa dan Marianata (2024) dalam kajian semiotik simbol “joget gemoy”, Prabowo dikenal lebih akrab dan lucu sehingga berhasil menarik perhatian Generasi Z dan meningkatkan elektabilitasnya.

Technical Infrastructure of Production juga menjadi salah satu indikator dalam teori encoding Stuart Hall (1973). Indikator ini berfokus kepada pendekatan secara digital menggunakan media sosial. Platform-platform digital memungkinkan pesan politik

tersebar dengan cepat melalui mekanisme berbagi konten, penggunaan ulang audio, hingga partisipasi pengguna dalam berbagai tren yang sedang populer. Fadhlurrohmah (2025) mempertegas bahwa kampanye digital melalui TikTok, Instagram, dan media sosial lainnya secara langsung mempengaruhi perilaku pemilih pemula. Dari hasil temuan C, strategi pemilu Prabowo berbeda dari yang awalnya menggunakan model hierarkis menjadi fleksibel dan mengoptimalkan penggunaan media sosial (Husain, 2025). Sehingga, kondisi tersebut membuat lagu “Oke Gas” memiliki peluang yang lebih besar untuk menjangkau khalayak luas dibandingkan bentuk kampanye konvensional. Dengan demikian, proses encoding yang dilakukan dalam lagu “Oke Gas” tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi politik, tetapi juga pada pembentukan makna, identitas, dan citra politik yang diharapkan dapat diterima secara positif oleh masyarakat.

Proses Decoding Pergeseran Persepsi Masyarakat Pasca Pemilu 2024

Pada penelitian ini, temuan menunjukkan bahwa respons masyarakat terhadap lagu “Oke Gas” pasca pemilu mengalami pergeseran yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan masa kampanye. Berdasarkan hasil analisis dari data sekunder dari media sosial dan jurnal yang relevan, tiga posisi *decoding* yang dirumuskan Stuart Hall (1973) yaitu posisi masyarakat dominan, masyarakat negosiasi, dan masyarakat oposisi teridentifikasi secara jelas.

1. Masyarakat Dominan

Posisi dominan yang diisi oleh kelompok masyarakat yang tetap memaknai lagu ini sesuai dengan pesan awal saat masa kampanye yang dirumuskan oleh Tim Sukses Prabowo Gibran yaitu ekspresi optimis dan kerja nyata dari Pemerintahan Prabowo Gibran. Hal ini tercermin dari temuan E @tanya_rl (2026) yang memuat pernyataan dari salah satu anggota tim sukses pemerintahan Prabowo yang tetap menyatakan bahwa merasa senang dan puas dengan pemerintahan Prabowo Gibran meskipun dengan catatan kondisi ekonomi yang tidak stabil saat ini dengan memaknai lagu Oke Gas sebagai cerminan loyalitas untuk bertahan dan tetap semangat.

Posisi masyarakat dominan ini tetap berpendapat bahwa pesan awal lagu Oke Gas dari masa kampanye yang mencerminkan antusiasme, optimis, dan kesetiaan pada paslon 02 hingga saat ini tetap relevan menggambarkan pemerintahan baru (Sukma, et al 2025). Dalam pidatonya, Prabowo mengatakan jika pemerintahannya tetap mengutamakan kerja nyata, bukan hanya sekedar janji yang kemudian sangat diapresiasi oleh kelompok dominan ini (Liputan6, 2025).

2. Masyarakat Negosiasi

Masyarakat Negosiasi dalam hal ini ditandai dengan penerimaan sebagian pada makna dominan yang dirumuskan, akan tetapi masyarakat dengan posisi ini akan secara aktif menolak jika tidak sesuai dengan yang seharusnya. Kelompok negosiasi mengakui pencapaian yang dilakukan pemerintahan Prabowo Gibran, akan tetapi mereka tetap memberi catatan kritis dengan permasalahan yang muncul. Contohnya masyarakat ini aktif memberi apresiasi atas menguatnya kepercayaan publik melalui program bansos dan makan siang gratis, tetapi mereka memberi kritik atas jumlah pengeluaran kementerian

untuk Alat Tulis Kantor, dan Kemeterian yang dinilai gemuk (Tempo, 2025). Selain itu berdasarkan temuan E (@nozelism, 2026) menunjukkan perubahan lirik Oke Gas untuk mengkritik pemerintah, yang dimana pemerintah tetap mempertahankan Makan Bergizi Gratis meskipun kondisi rupiah anjlok.

Dalam hal ini makna lagu Oke Gas tidak dimaknai seperti makna awal, melainkan sebagai bentuk kritik menggunakan media sosial atas kondisi yang terjadi, media sosial tidak hanya berperan untuk menyampaikan rencana kebijakan tetapi juga membentuk opini publik yang kompleks (Mustainah, et al 2025). Ketidakpuasan masyarakat negosiasi juga aktif terlihat pada komentar Instagram Folkative yang bersifat lebih spesifik menyoroti kebijakan-kebijakan tertentu, bukan menolak total kebijakan pemerintah (Nisa, et al 2025).

3. Masyarakat Oposisi

Berdasarkan temuan, masyarakat oposisi menjadi posisi terbanyak muncul dalam data pasca pemilu. Kelompok oposisi tidak hanya menolak pesan asli dari lagu Oke Gas tetapi secara aktif melakukan dekonstruksi menjadi bentuk kritik terhadap kinerja pemerintah yang merugikan masyarakat. Temuan B menyoroti akun @baraneztxp5 (2025) yang memperlihatkan seorang selebgram mengganti lirik Oke Gas sesuai kondisi Indonesia yang tidak sesuai harapan masyarakat. Selain itu Temuan A menampilkan bentuk kekecewaan masyarakat sipil terhadap kinerja pemerintah melalui modifikasi lirik, dan menggunakannya sebagai bentuk ekspresi kekecewaan atas janji-janji kampanye yang tidak terlaksana. Temuan E juga menambahkan kritik melalui lagu Oke Gas menjadi “oke gas, ayo sana antri gas” yang merupakan sindirian tajam terkait kelangkaan gas yang terjadi pada masa pemerintahan Prabowo Gibran. Lagu kampanye yang kemudian diubah menjadi lagu kritik ini sebagai bentuk respon masyarakat terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap kontroversial. Seperti saat rupiah melemah, tarif tol naik, otoritas polri yang melakukan pelindasan ojol saat demonstrasi, dan kelangkaan gas. Bahkan Temuan B menunjukkan tentang tuntutan demonstrasi agar Prabowo turun jabatan dan mendokumentasikan banyaknya pemilih 02 menyesal dengan pilihannya.

Masyarakat oposisi menilai bahwa kinerja pemerintah bermasalah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Isnaeny et al., (2025) opini publik terhadap kinerja satu tahun pemerintahan Prabowo-Gibran didominasi oleh sentimen negatif sebesar 53,3%. Selain itu berdasarkan penelitian yang dilakukan CELIOS (Center of Economic and Law Studies) pada tahun 2025 yang mengambil sampel dari pakar dan masyarakat umum, sebanyak 77% responden memberikan penilaian negatif terhadap kinerja kabinet secara keseluruhan. Poin-poin utama dari penyebab laporan tersebut adalah rendahnya skor kepemimpinan, kekecewaan pemilih, beban ekonomi rakyat, dan krisis tata kelola. Temuan-temuan data diatas mengkonfirmasi bahwa ideologi musik dapat mempengaruhi ide dan wawasan terutama dalam proses penciptaan seni musik, ideologi dapat membentuk karakter suatu karya seni sesuai dengan ide dari si pencipta karya seni, dan ideologi seni musik dapat menjadi sarana perjuangan atau propaganda jika digunakan untuk kepentingan tertentu seperti halnya kritik sosial (Syafliawati 2025). Lagu Oke Gas

menunjukkan bahwa pesan yang dirumuskan oleh tim sukses Prabowo Gibran meskipun sangat matang dan terencana tidak dapat mengontrol bagaimana pesan tersebut dipersepsikan oleh audiens.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa lagu "Oke Gas" berfungsi sebagai alat komunikasi politik yang efektif dalam membangun citra dan kedekatan emosional dengan pemilih di era digital. Melalui proses encoding, tim kampanye berhasil membuat pasangan calon Prabowo-Gibran terasa lebih dekat dan diterima oleh generasi muda melalui media seperti TikTok dan Instagram. Penggunaan media digital memudahkan pesan ini menyebar ke berbagai kalangan dengan lebih luas dibandingkan cara kampanye yang sudah biasa digunakan. Namun, pada pasca-pemilu, terjadi perubahan persepsi masyarakat yang sangat signifikan. Meskipun kelompok dominan melihat lagu ini sebagai simbol optimisme pemerintah, Kelompok negosiasi dan oposisi kini mulai mengkritisi makna lagu tersebut dengan sudut pandang yang baru. Kelompok oposisi, yang menempati posisi terbanyak dalam data, secara aktif mendekonstruksi lagu tersebut dengan mengubah liriknya menjadi kritik terhadap berbagai isu, seperti melemahnya nilai tukar rupiah dan kelangkaan gas.

Secara teoritis, penelitian ini menunjukkan bahwa melalui komunikasi digital, penulis tidak bisa sepenuhnya mengontrol bagaimana orang lain memahami isi pesan yang disampaikan. Secara nyata, fenomena ini menunjukkan bahwa musik kini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi alat untuk memberikan kritik terhadap pemerintah. Lagu yang populer dan diterima publik belum tentu membawa dampak positif yang bertahan lama. Dampak positif itu akan hilang jika tidak diikuti oleh aksi nyata yang sesuai dengan harapan masyarakat.

Daftar Pustaka

Buku

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.

Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the television discourse [Discussion Paper]*. University of Birmingham. <https://epapers.bham.ac.uk/id/eprint/2962/>

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.

Jurnal

Al-Azkiya, M. E., & Santoso, S. A. (2024). *Fenomena Politisasi Birokrasi Dilihat dari Sudut Pandang Administrasi Publik (Studi pada Ketidaknetralan Aparatur Sipil Negara di Indonesia saat Pemilu dan Pilkada)*. Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, 10(2), 373-387. <https://doi.org/10.25157/moderat.v10i2.15347>.

Amantha, F. S. N., Predista, J., Farisa, Z., & Aji, M. P. (2024). *Analisis Penggunaan Musik dalam Komunikasi Politik: Studi Kasus Lagu "Oke Gas 02" sebagai Media Kampanye Prabowo-Gibran dalam Pilpres Tahun 2024*. Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin.

Fadhlorrohman, R. (2026). *Strategi Kampanye Digital dan Perubahan Pemilih Pemula: Studi Kasus Prabowo-Gibran di Pilpres 2024*. Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 7(2), 369-387. <https://doi.org/10.56552/jisipol.v7i2.322>

Husain, M. N. (2025). *Analisis perubahan strategi komunikasi politik Prabowo Subianto dalam Pemilu 2019 dan 2024*. JAPMAS: Jurnal Politik dan Demokrasi, 3(1), 20-28.

Isnaeny, M., Hakim, I. H., & Winata, H. M. (2025). *Analisis Media Monitoring: Evaluasi Sentimen Publik Terhadap Kinerja Presiden Prabowo-Gibran Selama 1 Tahun*. Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora, 5(1), 195–217. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/3310>

Liana, A. A. & Santoso, S. A. (2024). *Analisis Collaborative Governance Dalam Keberhasilan Program Smart City (Studi Smart Branding di Kota Surakarta Tahun 2022-2023)*. Jurnal of Public Administration and Governance Insights, Vol 1 No 2. <https://journal.uns.ac.id/index.php/pagi/article/view/3119>

Medista, A. Z., & Marianata, A. (2024). *Generasi Z dan politik viral: Analisis semiotik simbol "Joget Gemoy" dalam diskursus kampanye politik 2024*. Jurnal Kajian Hukum Dan Kebijakan Publik| E-Issn: 3031-8882, 2(1), 683-688.

Mustainah, W., & Indrariansi, E. A. (2025). *Analisis Wacana Kritis Pemberitaan 100 Hari Gebrakan Prabowo-Gibran di Dunia Pendidikan Pada Media Kompas.com*. Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, 10(03), 248-266.

Nisa, K., Yanuarsih, S., & Letreng, I. W. (2025). *Sentimen Negatif atas Kebijakan Prabowo Subianto dalam Komentar pada Akun Instagram Folkative*. DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra, 5(3), 2721-2732.

Purwanto, H. E. (2024). *Political Communication Strategy Through Campaign Songs for Presidential and Vice-Presidential Candidates: An Analysis of the Song "Okay Gas Prabowo Gibran is Most Fitting"*. Riwayat: Educational Journal of History and Humanities.

NURVERSE: Journal of Islamic and Science Studies

ISSN (Print): XXXX-XXXX

e-ISSN (Online): XXXX-XXXX

Website: www.omahnurverse.com

Vol. 01. No. 02. 07-2026. Hlm. 10 – 26.

Sampurna, A., Taufiqurrohman, A., Nasution, A. F., Pulungan, N. L., Faidah, Y., & Daulay, V. D. Y. (2024). *Konsep dan Definisi Komunikasi Politik*. Jurnal Pendidikan Tambusai.

Santoso, S. A., Sudarmo., Haryono, B., Saputra, B. B., & Chairani, D. P. (2022). *Penyelenggaraan Pemilihan Umum 2019 dalam Perspektif Good Governance (Studi di Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan Jawa Timur)*. *Dinamika Governance: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(3), 455-466. doi: <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jdg/article/view/3425>

Sukma, A., Narti, S., & Putra, D. (2025). *Netizens' Comment Analysis On The Tiktok Account "Barisan Pengusaha Pejuang" (A Netnographic Study On The Campaign Song Post Of Prabowo–Gibran)*. *Social Sciences Journal*, 1(4), 151–158. <https://doi.org/10.70963/soc.v1i4.288>

Syaflinawati, S. (2025). *Seni Musik dalam Perspektif Ideologi*. *Jurnal Sitakara*. 10(2), 193-202. <https://doi.org/10.31851/bbk8r302>.

Tanuwijaya, V., & Cristian, S. M. (2024). *Fenomena Jingle "Oke Gas": Studi Netnografi Kampanye Politik di TikTok*. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*.

Lainnya

Center of Economic and Law Studies. (2025). *Evaluasi kinerja 1 tahun pemerintahan Prabowo–Gibran*. <https://celios.co.id/wp-content/uploads/2025/10/Evaluasi-Kinerja-1-Tahun-Pemerintahan-Prabowo%E2%80%93Gibran-2.pdf>

Liputan6.com. (2025, November 17). *Prabowo Pidato Tegaskan Ogah Omon-Omon Depan Depan Dedi Mulyadi Ribuan Siswa*. Vidio. <https://m.vidio.com/watch/9078138-prabowo-pidato-tegaskan-ogah-omon-omon-depan-depan-dedi-mulyadi-ribuan-siswa>

Toruan, R. C. L. (2025, Januari 22). *Catatan Kritis di Balik Pencapaian 100 hari Pertama Prabowo-Gibran*. *Tempo*. <https://www.tempo.co/politik/catatan-kritis-di-balik-pencapaian-100-hari-pertama-prabowo-gibran-1197599>

@baraneztxp5. (2025, Agustus 31). *Selebgram @stanleyhaooo ubah lirik lagu 'Oke Gas!' dengan kondisi Indonesia saat ini*. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSQKyQxSp/>

NURVERSE: Journal of Islamic and Science Studies

ISSN (Print): XXXX-XXXX

e-ISSN (Online): XXXX-XXXX

Website: www.omahnurverse.com

Vol. 01. No. 02. 07-2026. Hlm. 10 – 26.

@nozelizm. (2026, April 7). *Rupiah tembus 17.100 per dollar AS, saldo pemerintah di BI sisa 120 triliun, TAPI MBG TETAP DIBAGIKAN OKE GAS OKE GAS JOGETIN AJA.* X. <https://x.com/i/status/2041429358808797415>

@tanyakanrl. (2026, Mei 16). *Enaknya jadi timses pemerintah, negara kacaw tetap oke gas oke gas rupiah melemah gasss.* X. <https://x.com/i/status/2055634399811506431>

Ulya, F, N., dan Prabowo, D. (2025, Maret 14). *Mengapa Letkol Teddy Tak Harus Mundur dari TNI Usai Jabat Seskab?*. Kompas.com. <https://nasional.kompas.com/read/2025/03/14/09503581/mengapa-letkol-teddy-tak-harus-mundur-dari-tni-usai-jabat-seskab>.