

ANALISIS PENGGUNAAN MUSIK DALAM KOMUNIKASI POLITIK: STUDI KASUS LAGU "OKE GAS 02" SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PRABOWO-GIBRAN DALAM PILPRES TAHUN 2024

Fattiha Syanira Nirmala Amantha¹, Joya Predista², Zenab Farisa³, Muhammad Prakoso Aji⁴

2310413043@mahasiswa.upnvj.ac.id¹, 2310413054@mahasiswa.upnvj.ac.id²,
2310413057@mahasiswa.upnvj.ac.id³, prakosoaji@upnvj.ac.id⁴

Universitas Pembangunan "Nasional Veteran" Jakarta

ABSTRACT

This study analyzes the utilization of music in political communication, with a specific focus on the song "Oke Gas 02," which was employed as a campaign medium for the presidential candidate duo Prabowo Subianto and Gibran Rakabuming Raka during the 2024 presidential election (Pilpres). The primary objective of this research is to evaluate how music can serve as an effective tool in shaping voter perceptions, building a positive image of candidates, and conveying campaign messages. To achieve this, a qualitative methodology was employed, which involved interviews, surveys, and content analysis of social media interactions. The research investigates the emotional resonance of the song and its impact on public opinion, particularly among the younger demographic, which is crucial for electoral success. The findings reveal that "Oke Gas 02" has successfully fostered an emotional connection with supporters, significantly enhancing the popularity of Prabowo and Gibran among young voters. Additionally, the song's viral status on social media platforms has played a crucial role in expanding its reach and influence. Through engaging melodies and relatable lyrics, the song resonates with the aspirations and concerns of the electorate, demonstrating the potential of music as a strategic tool in political campaigns. This study contributes to the understanding of how musical elements can enhance communication strategies in politics, particularly in the digital age, where emotional engagement is vital for mobilizing voter support.

Keywords: Political Communication, Music, Campaign, Prabowo-Gibran, Pilpres 2024, Social Media.

PENDAHULUAN

Komunikasi politik adalah bidang yang kompleks dengan melibatkan berbagai strategi dan alat untuk mempengaruhi opini publik dan menggalang dukungan. Musik menjadi salah satu alat yang kian mendapat perhatian, karena telah lama digunakan dalam berbagai konteks budaya dan sosial untuk menyampaikan pesan serta membangun identitas kelompok. Dalam politik, musik bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga alat strategis dalam kampanye yang dapat menciptakan resonansi emosional dan menggerakkan massa.

Lagu 'Oke Gas 02' adalah contoh yang relevan dalam studi ini, menunjukkan bagaimana musik modern dapat digunakan secara efektif dalam komunikasi politik. Lagu ini dirancang sebagai media kampanye untuk menarik perhatian pemilih dan memperkuat pesan politik tertentu. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi penggunaan lagu tersebut dalam konteks kampanye politik, menganalisis bagaimana elemen musik digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi politik, serta mengevaluasi dampaknya terhadap persepsi dan sikap pemilih.

Penggunaan musik dalam kampanye politik bukan hal baru. Sepanjang sejarah, musik digunakan oleh berbagai gerakan politik dan calon pemimpin untuk memobilisasi dukungan dan menyampaikan pesan politik. Namun, dengan kemajuan teknologi dan perubahan cara orang mengkonsumsi media, bentuk dan strategi penggunaan musik dalam kampanye

politik telah berkembang signifikan. Lagu kampanye kini sering dikemas dengan gaya sesuai tren musik terkini dan disebarluaskan melalui platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Musik memiliki beberapa keunggulan sebagai alat komunikasi politik. Pertama, musik mudah menarik perhatian dan menciptakan resonansi emosional. Melodi yang catchy dan lirik kuat membuat pesan politik lebih mudah diingat dan diinternalisasi oleh pendengar. Kedua, musik dapat membangun identitas kelompok dan memperkuat solidaritas di antara pendukung. Lagu kampanye sering digunakan dalam rapat umum dan acara politik lainnya untuk menciptakan suasana energik dan kohesif. Ketiga, musik dapat menyampaikan pesan kompleks dengan cara yang lebih sederhana dan diterima oleh berbagai lapisan masyarakat.

Lagu 'Oke Gas 02' dirilis sebagai bagian dari kampanye pasangan Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024. Lagu ini menggabungkan unsur musik pop modern dengan lirik berisi pesan politik yang jelas. Analisis terhadap lagu ini menunjukkan bagaimana elemen musik digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi politik. Melodi lagu ini catchy dan mudah diingat dengan aransemen yang menggabungkan ritme energik dan instrumen modern, menciptakan suasana positif dan optimis. Melodi menarik ini membantu lagu mudah diingat dan menciptakan resonansi emosional dengan pendengar.

Lirik lagu ini menyampaikan pesan politik yang mendukung pasangan Prabowo-Gibran dengan penggunaan kata-kata sederhana namun kuat yang menyampaikan pesan dengan jelas. Lirik yang mengajak bersatu dan bekerja sama juga membantu membangun solidaritas di antara pendukung. Lagu ini disebarluaskan melalui berbagai platform digital, termasuk media sosial, YouTube, dan layanan streaming musik. Strategi ini memungkinkan lagu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih banyak mengonsumsi media digital. Penyebaran melalui platform digital juga memudahkan interaksi lebih besar antara pendukung dan calon pemimpin, menciptakan rasa kedekatan lebih kuat.

Penggunaan lagu 'Oke Gas 02' dalam kampanye politik Prabowo-Gibran memiliki dampak signifikan terhadap persepsi dan sikap pemilih. Lagu ini membantu meningkatkan visibilitas kampanye dan memperkuat pesan politik. Melalui melodi dan lirik yang kuat, lagu ini membuat pesan kampanye lebih mudah diingat dan diinternalisasi oleh pemilih. Lagu ini juga menciptakan resonansi emosional dengan pendengar yang dapat meningkatkan dukungan dan partisipasi dalam kampanye. Penggunaan platform digital untuk menyebarkan lagu ini memungkinkan kampanye mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.

Penggunaan musik dalam komunikasi politik adalah strategi efektif untuk menarik perhatian pemilih, menyampaikan pesan politik, dan membangun identitas kelompok. Studi kasus lagu 'Oke Gas 02' menunjukkan bagaimana elemen musik dapat digunakan secara strategis dalam kampanye politik untuk mencapai tujuan komunikasi. Dampak positif penggunaan musik dalam kampanye politik meliputi peningkatan visibilitas kampanye, penciptaan resonansi emosional, dan penyebaran pesan lebih luas melalui platform digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang integrasi musik dalam komunikasi politik dan menyumbangkan pemahaman tentang bagaimana elemen musik dapat dimanfaatkan secara strategis dalam konteks politik. Dengan memahami dinamika ini, calon pemimpin dan tim kampanye dapat merancang strategi lebih efektif untuk mempengaruhi opini publik dan mencapai tujuan kampanye mereka.

Penelitian ini mengkaji tiga elemen penting yang berhubungan dengan penggunaan lagu "Oke Gas 02" dalam kampanye politik pasangan Prabowo-Gibran untuk Pemilu 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif lagu Oke Gas 02 sebagai alat

kampanye untuk mendukung strategi komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan Prabowo-Gibran. Penelitian ini melihat bagaimana peran lagu sebagai media kampanye dan bagaimana efeknya terhadap strategi komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan Prabowo-Gibran untuk mendukung kampanye mereka.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang integrasi musik dalam komunikasi politik, serta menjelaskan bagaimana elemen musik dapat dimanfaatkan secara strategis dalam konteks politik. Dengan memahami dinamika ini, calon pemimpin dan tim kampanye dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mempengaruhi opini publik dan mencapai tujuan kampanye mereka.

METODOLOGI

Penelitian ini mengadopsi pendekatan studi literatur untuk menganalisis penggunaan musik dalam komunikasi politik, khususnya fokus pada lagu "Oke Gas 02" yang digunakan dalam kampanye Prabowo-Gibran pada pemilihan umum (Pemilu) 2024. Metode ini dipilih karena pentingnya memahami konteks dan teori yang mendasari penggunaan musik dalam komunikasi politik, serta dampaknya terhadap persepsi dan sikap pemilih.

Pertanyaan utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah: Bagaimana penggunaan lagu "Oke Gas 02" sebagai alat kampanye mempengaruhi efektivitas komunikasi politik Prabowo-Gibran dalam Pemilu 2024? Pertanyaan ini memiliki relevansi baik untuk teori maupun praktik, karena musik telah terbukti sebagai alat yang ampuh dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi perilaku pemilih. Dengan menggunakan lagu yang catchy dan lirik yang kuat, kampanye dapat mencapai tujuan komunikasi yang lebih efektif.

Kerangka penelitian ini dibangun berdasarkan konsep komunikasi politik, di mana musik berfungsi sebagai medium yang dapat menarik perhatian, membangun identitas kelompok, dan menciptakan resonansi emosional. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana elemen musik dalam lagu "Oke Gas 02" digunakan untuk menyampaikan pesan politik dan bagaimana lagu ini berkontribusi terhadap strategi kampanye Prabowo-Gibran.

Langkah-langkah metodologi yang diambil meliputi beberapa tahapan. Pertama, pengumpulan sumber literatur yang relevan, termasuk artikel jurnal, buku, dan laporan penelitian yang membahas komunikasi politik, musik, serta pengaruhnya dalam kampanye. Sumber-sumber ini memberikan dasar teori yang kuat untuk menganalisis penggunaan musik dalam konteks politik. Selanjutnya, analisis isi dilakukan pada lirik dan elemen musik dari lagu "Oke Gas 02". Proses ini meliputi eksplorasi pesan-pesan politik yang terkandung di dalamnya serta bagaimana elemen musik, seperti melodi, ritme, dan aransemen, dapat mempengaruhi emosi dan persepsi pemilih. Dengan memahami lirik dan komposisi musik, peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana lagu ini menyampaikan pesan yang diinginkan oleh pasangan calon.

Penelitian ini juga mengadopsi teori komunikasi politik dan teori musik untuk memahami hubungan antara musik dan strategi kampanye. Konsep pembingkaihan (framing), pengaruh emosional, dan keterlibatan audiens akan ditekankan untuk menilai seberapa baik lagu "Oke Gas 02" berhasil mencapai tujuan komunikasi politik. Selain itu, analisis konteks penggunaan lagu dalam kampanye, termasuk promosi di media sosial dan perannya dalam acara kampanye, juga menjadi bagian penting. Hal ini perlu untuk menilai efektivitas lagu dalam menarik perhatian pemilih, terutama generasi muda yang lebih aktif di platform digital.

Sintesis dari hasil analisis akan memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas penggunaan musik sebagai alat komunikasi politik dalam konteks pemilu.

Dengan menganalisis data yang dikumpulkan, peneliti dapat menarik kesimpulan tentang bagaimana musik memperkuat pesan politik dan mempengaruhi pemilih dalam kampanye Prabowo-Gibran.

Metode studi literatur yang digunakan dalam penelitian ini sangat sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian, karena memungkinkan peneliti untuk menggali teori yang ada dan menganalisis berbagai aspek penggunaan musik dalam komunikasi politik. Pendekatan ini juga memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana musik berfungsi sebagai alat strategis dalam kampanye politik, yang dapat membantu calon pemimpin dan tim kampanye merancang strategi yang lebih efektif untuk mempengaruhi opini publik. Dengan memahami dinamika ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi kajian komunikasi politik dan praktik kampanye di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektifitas penggunaan lagu "Oke Gas 02"

Lagu "Oke Gas 02" telah muncul sebagai alat kampanye penting dalam mendukung pasangan calon Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka pada Pemilu 2024. Dalam konteks komunikasi politik, lagu ini dirancang untuk menarik perhatian pemilih, membangun citra positif, dan menyampaikan pesan kampanye dengan cara yang menyenangkan dan mudah diingat. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas lagu tersebut dalam mempengaruhi opini publik serta menarik dukungan bagi pasangan calon.

Lagu-lagu yang digunakan dalam kampanye sering kali berfungsi untuk membangkitkan emosi dan menciptakan keterikatan dengan audiens. Dr. Maria P. Silviana, seorang ahli komunikasi politik, menyatakan bahwa musik dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun afiliasi emosional antara calon dan pemilih, terutama ketika liriknya mencerminkan aspirasi masyarakat. Selain itu, lagu "Oke Gas 02" tidak hanya sebagai alat promosi tetapi juga berperan dalam membangun citra positif pasangan calon. Dengan lirik yang optimis dan energik, lagu ini berpotensi menciptakan persepsi bahwa Prabowo dan Gibran adalah pasangan yang dinamis dan siap memimpin. Menurut Dr. Ahmad Rizal dari Universitas Indonesia, sebuah lagu kampanye yang menarik dapat memperkuat branding calon dan meningkatkan daya tarik di mata pemilih.

Lebih jauh, lagu ini juga berfungsi dalam penyebaran informasi mengenai program dan visi misi pasangan calon. Dengan medium yang mudah diingat, pesan-pesan penting dalam kampanye dapat disampaikan secara efektif. Sebuah studi oleh Center for Political Studies menunjukkan bahwa penggunaan media audio-visual dalam kampanye politik dapat meningkatkan retensi informasi di kalangan pemilih. Respons publik terhadap lagu ini pun menarik perhatian; data survei oleh Kompas Research and Development menunjukkan sekitar 65% responden merasa lebih positif terhadap Prabowo dan Gibran setelah mendengar "Oke Gas 02." Viralitas lagu di platform media sosial seperti TikTok dan Instagram menambah daya tariknya di kalangan generasi muda, yang merupakan segmen penting dalam pemilu.

Lagu yang diubah liriknya menjadi "Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas" juga dirancang untuk menarik perhatian pemilih, terutama Generasi Z. Dengan lirik yang sederhana dan melodi yang catchy, lagu ini efektif dalam menyampaikan pesan politik. Vitalitasnya di media sosial berkontribusi pada eksposur pasangan calon dan menciptakan buzz positif di kalangan pemilih muda. Ketua Tim Kampanye Nasional Prabowo-Gibran, Rosan Roeslani, mengungkapkan bahwa lagu ini memberikan energi positif dan mendapat respon baik dari Prabowo Subianto, menunjukkan bahwa lagu ini diterima baik oleh

masyarakat dan penggerak kampanye.

Penggunaan lagu sebagai alat kampanye merupakan bagian dari strategi branding politik yang bertujuan membangun citra politik dan mempromosikan kandidat. Lagu ini meningkatkan reputasi Prabowo-Gibran di kalangan pemilih dengan menekankan visi misi mereka melalui lirik yang relevan dengan isu-isu sosial dan politik saat ini. Melalui lirik yang menggugah semangat dan optimisme, lagu ini mempengaruhi emosi pemilih. Penelitian menunjukkan bahwa musik dapat membangkitkan perasaan positif yang berkontribusi pada keputusan pemilih.

Ahli komunikasi politik, Arga Imawan dari Center for Digital Society (CfDS), berpendapat bahwa konten kampanye politik di media sosial kini lebih kaya visual dan interaktif. Ia mencatat bahwa penggunaan lagu-lagu catchy seperti "Oke Gas" membuat pesan kampanye lebih menarik dan mudah diterima oleh generasi muda. Nova Mujahid dari Drone Emprit menekankan pentingnya narasi dalam media sosial untuk membangun citra positif kandidat.

Secara keseluruhan, penggunaan lagu "Oke Gas 02" sebagai alat kampanye untuk Prabowo-Gibran terbukti efektif dalam meningkatkan popularitas mereka di kalangan pemilih muda. Dengan strategi komunikasi yang tepat dan pemanfaatan platform media sosial yang cerdas, lagu ini berhasil menciptakan dampak positif dalam konteks Pemilu 2024.

Dampak dari lagu "Oke Gas 02" terhadap persepsi dan sikap pemilih terhadap kampanye Prabowo-Gibran dalam Pemilu 2024

Lagu "Oke Gas 02" memiliki potensi dampak yang signifikan terhadap persepsi dan sikap pemilih terhadap kampanye Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dalam Pemilu 2024. Untuk memahami pengaruhnya, kami perlu mengkaji beberapa aspek penting berdasarkan kajian literatur dan teori yang relevan. Dari segi emosional dan psikologis, lagu-lagu dalam konteks politik berfungsi untuk menciptakan hubungan emosional yang kuat antara kandidat dan pemilih. Penelitian menunjukkan bahwa musik yang catchy dan memiliki lirik yang relevan dapat mempengaruhi perasaan serta sikap audiens. Ketika pemilih merasa terhubung secara emosional dengan sebuah lagu, mereka cenderung mengembangkan sikap positif terhadap kandidat yang diwakili. Dalam hal ini, "Oke Gas 02" dapat meningkatkan kedekatan emosional pemilih terhadap Prabowo dan Gibran, yang pada gilirannya membangun ikatan yang lebih kuat dengan audiens.

Selain itu, lagu ini juga berperan dalam pembentukan identitas merek politik. Dalam dunia pemasaran, penting untuk menciptakan identitas merek yang khas dan mudah diingat. Dengan demikian, "Oke Gas 02" membantu membentuk identitas unik bagi pasangan calon, memudahkan pemilih untuk mengenali dan mengingat mereka. Teori branding dalam pemasaran menyatakan bahwa musik yang efektif dapat menjadi simbol yang kuat dari merek tersebut. Dengan kata lain, lagu ini dapat meningkatkan pengenalan merek Prabowo-Gibran di kalangan pemilih dan menciptakan kesan yang lebih mendalam.

Lagu dalam kampanye sering digunakan sebagai alat untuk memotivasi dan mengaktifkan pemilih. Teori mobilisasi menunjukkan bahwa elemen musikal dalam kampanye dapat mendorong partisipasi aktif dari pemilih. "Oke Gas 02," yang memiliki irama yang energik, berpotensi menciptakan suasana yang menyenangkan, sehingga mendorong lebih banyak orang untuk hadir dalam acara-acara kampanye. Hal ini khususnya berlaku untuk generasi muda yang lebih terhubung dengan budaya musik, sehingga dapat meningkatkan tingkat partisipasi mereka.

Selain itu, lirik dan tema lagu ini dapat berkontribusi pada citra kandidat. Musik dengan lirik positif sering kali mampu menciptakan persepsi yang lebih baik tentang calon.

Jika "Oke Gas 02" mampu mencerminkan nilai-nilai dan visi Prabowo-Gibran, hal ini dapat memperkuat citra mereka di mata pemilih. Di era digital saat ini, sebuah lagu yang menarik juga memiliki potensi untuk menjadi viral, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui media sosial. Teori viral marketing menyatakan bahwa konten yang menarik dapat menyebar dengan cepat, menjadikan lagu ini sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran publik tentang kampanye Prabowo-Gibran.

Namun, ada juga risiko yang perlu diperhatikan. Jika lagu ini tidak diterima dengan baik, elemen yang dianggap kontroversial bisa merugikan citra kandidat. Penelitian mengenai reaksi publik menunjukkan bahwa jika ada bagian dari lagu yang tidak resonan dengan audiens, hal ini dapat berdampak negatif pada persepsi pemilih terhadap Prabowo dan Gibran.

Lagu "Oke Gas 02" dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap persepsi dan sikap pemilih dalam kampanye Prabowo-Gibran. Dampak positif, seperti kedekatan emosional, pembentukan identitas merek, dan mobilisasi pemilih, harus diimbangi dengan kesadaran akan risiko yang mungkin muncul. Secara keseluruhan, penggunaan lagu dalam kampanye ini menunjukkan bahwa elemen budaya pop dapat menjadi alat yang efektif dalam membentuk pandangan publik dan mendorong partisipasi pemilih.

Penggunaan lagu "Oke Gas 02" sebagai media kampanye mempengaruhi strategi komunikasi politik Prabowo-Gibran dalam Pemilu 2024

Lagu "Oke Gas 02" menjadi salah satu media yang digunakan oleh pasangan Prabowo-Gibran dalam rangkaian kampanye Pemilu 2024. Penggunaan musik dalam kampanye politik bukanlah hal baru, tetapi lagu ini memiliki keunikan tersendiri dalam membentuk citra pasangan calon. Lagu tersebut, dengan lirik yang sederhana dan mudah diingat, menjadi sarana efektif untuk menyampaikan pesan politik kepada masyarakat. Musik sebagai alat kampanye dapat menggerakkan emosi dan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kandidat tertentu, yang dalam konteks ini adalah Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka.

Dalam Pemilu 2024, lagu ini membantu memperkenalkan Gibran sebagai sosok yang lebih muda, enerjik, dan dekat dengan masyarakat, melengkapi figur Prabowo yang sudah lebih dulu dikenal sebagai tokoh senior. Kombinasi ini memperlihatkan bagaimana tim sukses memanfaatkan musik untuk mengkonsolidasikan dukungan dari berbagai segmen pemilih, terutama generasi muda.

Lagu "Oke Gas 02" dipandang sebagai bagian dari strategi komunikasi politik Prabowo-Gibran yang terfokus pada branding dan simplifikasi pesan. Salah satu aspek penting dari strategi ini adalah penggunaan bahasa yang mudah dimengerti dan dikaitkan dengan aksi atau tujuan politik. Frasa "Oke Gas" membawa pesan dinamis, tegas, dan sejalan dengan semangat kompetisi politik yang diusung oleh pasangan calon ini. Lagu ini juga berfungsi sebagai alat mobilisasi dukungan, menciptakan suasana kebersamaan di antara pendukung, dan memperkuat identitas kampanye pasangan Prabowo-Gibran sebagai simbol perubahan.

Dari perspektif komunikasi politik, penggunaan lagu ini juga menunjukkan adaptasi pasangan calon terhadap lanskap media yang semakin digital dan interaktif. Lagu tersebut tersebar luas di media sosial dan platform digital lainnya, yang menjadi sarana penting dalam menjangkau pemilih muda yang cenderung aktif di dunia maya. Hal ini memperlihatkan bahwa kampanye tidak hanya berpusat pada pesan-pesan verbal dalam orasi politik, tetapi juga pada elemen visual dan auditori yang lebih mudah diterima oleh khalayak luas.

Meskipun lagu kampanye seperti "Oke Gas 02" efektif dalam menyampaikan pesan

politik, ada kritik yang menilai bahwa pendekatan ini bisa terlalu menyederhanakan isu-isu kompleks yang dihadapi negara. Sebagian pihak berpendapat bahwa penggunaan musik pop untuk kampanye politik dapat menurunkan kualitas diskursus politik karena terlalu berfokus pada gaya daripada substansi. Namun, bagi pasangan Prabowo-Gibran, strategi ini tampaknya menjadi langkah pragmatis untuk memenangkan hati pemilih, terutama di era digital di mana visual dan suara sering kali lebih berpengaruh daripada argumen rasional.

Penggunaan lagu "Oke Gas 02" sebagai media kampanye memberikan dampak yang signifikan terhadap strategi komunikasi politik Prabowo-Gibran. Melalui lagu ini, mereka berhasil menyampaikan pesan kampanye yang mudah diterima oleh khalayak luas, memperkuat identitas pasangan calon, dan mengkonsolidasikan dukungan terutama dari segmen pemilih muda. Meski demikian, strategi ini juga menghadapi tantangan dalam memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak sekadar menjadi kampanye gaya tanpa memperhatikan substansi.

KESIMPULAN

Musik telah lama dikenal sebagai salah satu media yang efektif dalam kampanye politik, dengan potensi besar untuk mempengaruhi opini publik, membangkitkan emosi, dan memobilisasi dukungan. Dalam konteks Pemilu 2024 di Indonesia, lagu "Oke Gas 02" menjadi contoh nyata bagaimana elemen musik dapat dimanfaatkan secara strategis dalam komunikasi politik. Lagu ini dirilis sebagai bagian dari kampanye pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, dengan tujuan untuk memperkuat citra dan pesan politik mereka di hadapan publik.

Lagu "Oke Gas 02" dirancang untuk menarik perhatian pemilih melalui melodi yang catchy, lirik yang kuat, dan aransemen musik modern yang sesuai dengan selera generasi muda. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan elemen musik yang tepat mampu meningkatkan resonansi emosional antara calon dan pemilih. Lirik yang berisi ajakan untuk bersatu dan bekerja sama menciptakan suasana solidaritas dan kebersamaan di antara para pendukung, sementara melodi yang energik membantu menciptakan optimisme dan semangat.

Selain aspek emosional, lagu ini juga memainkan peran penting dalam membentuk identitas politik pasangan Prabowo-Gibran. Musik sebagai bagian dari kampanye tidak hanya membantu menyampaikan pesan politik, tetapi juga berfungsi sebagai alat branding politik. Dengan lirik dan melodi yang mudah diingat, lagu ini berhasil memperkuat citra Prabowo dan Gibran sebagai calon yang dinamis dan siap memimpin. Dalam konteks pemasaran politik, lagu kampanye seperti ini memperkuat pengenalan merek kandidat, menjadikannya simbol yang mudah dikenali oleh masyarakat.

Penyebaran lagu "Oke Gas 02" melalui platform digital seperti YouTube, TikTok, dan Instagram memperluas jangkauan kampanye, khususnya di kalangan generasi muda yang lebih aktif di media sosial. Strategi ini mencerminkan perubahan dalam lanskap kampanye politik modern, di mana media digital memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan politik. Melalui viralitas di media sosial, lagu ini berhasil menciptakan buzz positif dan meningkatkan keterlibatan pemilih muda, yang menjadi segmen penting dalam Pemilu 2024.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya integrasi antara musik dan komunikasi politik, serta dampaknya terhadap persepsi dan sikap pemilih. Lagu "Oke Gas 02" membantu meningkatkan visibilitas kampanye, memperkuat citra positif pasangan calon, dan menciptakan hubungan emosional dengan pemilih. Penggunaan musik dalam kampanye politik terbukti mampu menyederhanakan pesan kompleks dan membuatnya lebih mudah

diterima oleh masyarakat luas. Meskipun lagu ini memiliki dampak positif, ada risiko yang perlu diperhatikan. Jika elemen musik atau lirik tidak sesuai dengan harapan audiens, hal ini dapat berdampak negatif pada persepsi pemilih. Oleh karena itu, penggunaan musik sebagai alat kampanye memerlukan perencanaan yang cermat untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan aspirasi dan nilai-nilai pemilih.

Penelitian ini menunjukkan bahwa lagu "Oke Gas 02" adalah contoh sukses dari penggunaan musik sebagai alat komunikasi politik dalam kampanye Pemilu 2024. Lagu ini tidak hanya membantu meningkatkan popularitas pasangan Prabowo-Gibran, tetapi juga memperkuat hubungan emosional dengan pemilih dan memobilisasi dukungan. Dalam era digital yang terus berkembang, strategi komunikasi politik yang memanfaatkan elemen musik dan media sosial terbukti mampu meningkatkan efektivitas kampanye dan mempengaruhi opini publik secara signifikan. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang peran musik dalam komunikasi politik modern dan bagaimana elemen budaya pop dapat dimanfaatkan secara strategis dalam kampanye politik. Temuan ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi tim kampanye dan peneliti dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan kampanye di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara News. (n.d.). Energi positif dari lagu Oke Gas. Retrieved from <https://www.antaraneews.com/berita/3917637/oke-gas-prabowo-gibran-resmi-jadi-lagu-kampanye-prabowo-gibran>
- Bentayan, R. (2024). Analisis Gaya Komunikasi Politik Calon Presiden Prabowo Subianto Menjelang Pemilihan Presiden 2024. *Karimah Tauhid*, 3(2), 1572-1581.
- Center for Political Studies. (2023). Media and voter retention: A study on the impact of audio-visual materials in campaigns. *Research Report*, 5(1), 12-25.
- Dwiatmodjo, R. (2023). *Peran Media Sosial dalam Pemenangan Pemilu di Era Digital*. Jakarta: Media Press Indonesia.
- Hasna, N. N. (2024). Perspektif Mahasiswa Terkait Efektivitas Komunikasi Politik Melalui Media Sosial. *De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 4(10), 353-360.
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 145-161.
- Investor.id. (n.d.). Oke Gas Prabowo Gibran: Lagu resmi kampanye 02. Retrieved from <https://www.investor.id/nasional/351117/oke-gas-prabowo-gibran-jadi-lagu-resmi-kampanye-02>
- Irawan, S. A., & Lexianingrum, S. R. P. (2024). Analisis Lagu 'Oke Gas' Dalam Meningkatkan Reputasi Prabowo-Gibran di Kalangan Gen Z. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(3), 346-356.
- Kartini, N. (2024). *Strategi Branding dalam Komunikasi Politik: Kasus Kampanye Pemilu 2024*. Surabaya: Surya Publishing.
- Kompas Research and Development. (2024). Public response to political campaign songs: A survey of voter sentiment. *Kompas Daily*, 22 April 2024.
- Majid, N. (2023). Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Di Era Digital. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 53-61.
- Nuraliza, V., Rahmadi, A. N., Mubaroq, A., Kristiyono, K., Melani, A. P., & Ifana, A. (2024). Peran komunikasi politik dalam membentuk opini publik menghadapi Pemilu 2024. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*, 4(1), 245-261.
- Nurhayati, M. (2023). Komunikasi Politik dan Peran Media dalam Pemilihan Umum. *LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren*, 1(2), 217-222.