

E-ISSN 2808-5388

Submitted date : 11/01/2026

Revised date : 27/01/2026

Accepted date : 02/02/2026

Email Koresponden : irniewanda@std.isi-ska.ac.id

Irniatie Wanda^{1*}

¹Pengkajian Seni, Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta

Abstract: This study examines the role of viral music on social media in shaping public political perceptions in the digital era. In contemporary political communication, music circulating through platforms such as TikTok, Instagram, and YouTube has evolved beyond entertainment into a persuasive medium influencing audience interpretation of political events, actors, and narratives. This research employs a mixed-method approach combining content analysis of viral political-themed music clips and survey data measuring audience perception changes. The findings indicate that viral music significantly contributes to the construction of simplified political narratives, emotional framing, and collective opinion formation. Algorithmic amplification, repetition, and participatory culture strengthen the persuasive power of music-based political messages. The study also reveals that audiences with higher exposure to viral political music demonstrate stronger affective responses and clearer political positioning compared to those with limited exposure. Music functions not only as an expressive cultural form but also as a strategic communicative instrument that shapes political meaning in digital public spheres. The research concludes that viral music plays a substantial role in influencing public political perception by merging entertainment, emotion, and algorithm-driven visibility.

Keywords: viral music; social media; political perception; framing; digital political communication

Viral Music on Social Media and the Formation of Public Political Perceptions

Penelitian ini mengkaji peran musik viral di media sosial dalam membentuk persepsi politik publik di era digital. Dalam komunikasi politik kontemporer, musik yang beredar melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube tidak lagi sekadar hiburan, melainkan menjadi medium persuasif yang memengaruhi cara audiens menafsirkan peristiwa, aktor, dan narasi politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran dengan analisis konten terhadap klip musik bertema politik yang viral serta survei untuk mengukur persepsi audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa musik viral berkontribusi signifikan dalam pembentukan narasi politik yang disederhanakan, framing emosional, dan pembentukan opini kolektif. Penguatan algoritmik, repetisi konten, serta budaya partisipatif di media sosial memperbesar daya persuasi pesan politik berbasis musik. Temuan juga menunjukkan bahwa audiens dengan tingkat paparan tinggi terhadap musik politik viral memiliki respons afektif yang lebih kuat dan posisi politik yang lebih jelas dibandingkan audiens dengan paparan rendah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa musik viral memiliki peran signifikan dalam memengaruhi persepsi politik publik melalui perpaduan hiburan, emosi, dan visibilitas berbasis algoritma.

Kata kunci: musik viral; media sosial; persepsi politik; framing; komunikasi politik digital



© 2026 The Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

1. Introduction

Perkembangan media sosial telah mengubah lanskap komunikasi politik secara signifikan. Ruang publik digital tidak lagi didominasi oleh institusi media arus utama, melainkan oleh konten yang diproduksi, dibagikan, dan diperbanyak secara partisipatif oleh pengguna. Dalam konteks ini, musik viral muncul sebagai salah satu bentuk ekspresi budaya populer yang memiliki daya jangkauan luas dan kecepatan distribusi tinggi. Platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts memungkinkan musik menyebar secara algoritmik dan menjadi bagian dari percakapan politik sehari-hari.

Dalam perspektif teori framing, media memiliki peran dalam menonjolkan aspek tertentu dari realitas sehingga memengaruhi cara audiens memahami suatu isu (Entman, 1993). Musik viral di media sosial sering kali menyederhanakan pesan politik melalui lirik, potongan suara, atau remix yang emosional dan repetitif. Proses ini menciptakan bingkai makna yang mudah diterima dan diingat. Selain itu, teori agenda-setting menjelaskan bahwa frekuensi dan intensitas eksposur terhadap suatu isu dapat memengaruhi persepsi pentingnya isu tersebut dalam pikiran publik (McCombs & Shaw, 1972).

Fenomena musik viral juga berkaitan dengan konsep mediatization of politics, yaitu proses di mana praktik politik semakin dipengaruhi oleh logika media (Strömbäck, 2008). Aktor politik, pendukung, maupun kelompok oposisi memanfaatkan musik viral sebagai alat komunikasi simbolik untuk membangun identitas kolektif, menyebarkan kritik, atau menggalang dukungan. Dalam budaya digital yang berbasis partisipasi, audiens tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen ulang pesan melalui remix, lip-sync, atau penggunaan ulang audio dalam konteks baru.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas peran media sosial dalam komunikasi politik, kajian yang secara spesifik menyoroti musik viral sebagai agen pembentuk persepsi politik publik masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana musik viral di media sosial berkontribusi terhadap pembentukan persepsi politik publik di era digital. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: bagaimana paparan terhadap musik viral bertema politik memengaruhi interpretasi dan sikap politik audiens dalam ruang publik digital?

2. Literature Review

Media sosial menciptakan ekosistem komunikasi berbasis partisipasi, di mana pengguna berperan sebagai produsen sekaligus distributor konten. Budaya partisipatif memungkinkan audiens mengadaptasi dan menyebarkan ulang konten dalam berbagai bentuk kreatif, termasuk remix dan penggunaan ulang audio (Jenkins, 2006). Dalam konteks musik viral, fitur seperti remix, duet, dan lip-sync mempercepat proses reproduksi pesan.

Teori framing menyatakan bahwa cara suatu isu dikemas akan memengaruhi interpretasi audiens (Entman, 1993). Musik viral sering mengandung potongan lirik atau narasi yang menyederhanakan isu politik kompleks menjadi pesan simbolik yang mudah dipahami. Sementara itu, teori agenda-setting menjelaskan bahwa intensitas paparan terhadap suatu isu dapat membentuk persepsi publik tentang pentingnya isu tersebut (McCombs & Shaw, 1972).

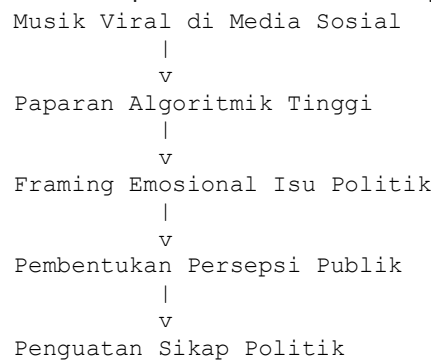
Mediatization of politics terjadi ketika praktik politik menyesuaikan diri dengan logika media yang cepat, visual, dan emosional (Strömbäck, 2008). Musik viral sesuai dengan logika ini karena menyampaikan pesan politik dalam format singkat dan mudah dibagikan. Selain itu, publik afektif (affective publics) terbentuk melalui keterikatan emosional terhadap isu; musik viral dapat menjadi pemicu keterikatan tersebut melalui partisipasi kolektif dan penguatan algoritmik (Papacharissi, 2015).

Table 1: Sintesis Teori dan Relevansinya

No	Teori	Konsep Utama	Relevansi
1	Budaya Partisipatif (Jenkins)	Produksi & distribusi ulang konten	Musik viral menyebar melalui remix dan partisipasi
2	Framing (Entman)	Pembingkaihan isu	Musik menyederhanakan narasi politik dan membangun evaluasi emosional
3	Agenda-Setting (McCombs)	Penentuan isu penting	Algoritma memperkuat visibilitas

	& Shaw)		musik bertema politik
4	Mediatization (Strömbäck)	Politik mengikuti logika media	Musik sebagai format komunikasi politik cepat dan singkat
5	Affective Publics (Papacharissi)	Mobilisasi emosi kolektif	Musik memicu keterikatan emosional dan identitas digital

Figure 1: Model Konseptual Musik Viral dan Persepsi Politik



3. Methods

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-method dengan desain sequential explanatory, yang mengombinasikan analisis konten musik viral bertema politik dan survei kuantitatif untuk mengukur persepsi publik. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai karakteristik framing dalam musik viral dan pengaruh paparan konten terhadap persepsi politik audiens (Creswell, 2014).

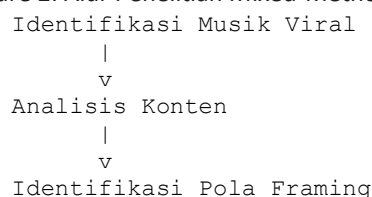
Tahap pertama adalah analisis konten terhadap 30 klip musik viral bertema politik yang beredar di TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts. Pemilihan sampel dilakukan secara purposive berdasarkan jumlah tayangan, tingkat interaksi, serta relevansi isu. Unit analisis mencakup lirik, visual pendukung, simbol politik, dan framing naratif. Kategori framing dikembangkan berdasarkan empat fungsi framing: definisi masalah, atribusi penyebab, evaluasi moral, dan rekomendasi tindakan (Entman, 1993).

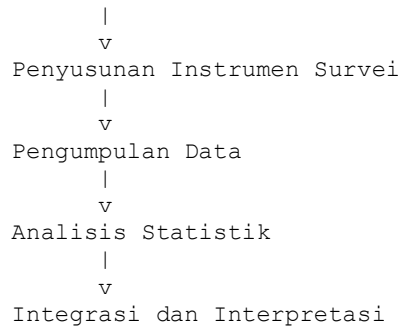
Tahap kedua adalah survei terhadap 200 responden berusia 17-30 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Instrumen survei mengukur tingkat paparan musik viral bertema politik, persepsi terhadap isu/aktor politik yang muncul, dan penguatan sikap politik menggunakan skala Likert 1-5. Reliabilitas diuji menggunakan Cronbach’s alpha ($\alpha > 0,70$). Analisis dilakukan dengan regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara paparan dan persepsi politik publik.

Table 2: Desain Mixed-Method Penelitian

Tahap	Metode	Tujuan	Output
1	Analisis Konten	Mengidentifikasi pola framing musik viral	Kategori narasi dan framing emosional
2	Survei Kuantitatif	Mengukur pengaruh paparan terhadap persepsi	Hubungan statistik paparan–persepsi
3	Integrasi Data	Menghubungkan temuan kualitatif dan kuantitatif	Model pembentukan persepsi politik

Figure 2: Alur Penelitian Mixed-Method





4. Results

Hasil penelitian disajikan dalam dua bagian: temuan analisis konten musik viral dan hasil survei persepsi publik. Analisis konten terhadap 30 klip menunjukkan dominasi framing satir atau kritik (60%), diikuti framing afirmatif (25%), dan konten netral/informatif (15%). Sebagian besar konten menggunakan repetisi potongan audio (70%) dan simbol visual politik seperti foto aktor, logo partai, atau cuplikan peristiwa (65%).

Dari survei 200 responden, 78% menyatakan pernah terpapar musik viral bertema politik dalam satu bulan terakhir. Skor paparan berada pada kategori sedang-tinggi (Mean = 3,87; SD = 0,82). Responden dengan paparan tinggi cenderung memiliki persepsi yang lebih tegas terhadap isu politik yang muncul dalam konten. Sebanyak 64% responden menyatakan musik viral membantu mereka lebih memahami atau lebih tertarik pada isu politik tertentu.

Uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa paparan musik viral berpengaruh signifikan terhadap persepsi politik ($\beta = 0,48$; $p < 0,001$) dengan $R^2 = 0,23$. Hasil ini menunjukkan hubungan positif: semakin tinggi intensitas paparan, semakin kuat kecenderungan pembentukan persepsi politik publik.

Table 3: Distribusi Framing Musik Viral

Jenis Framing	Jumlah Konten	Persentase
Satir/Kritik	18	60%
Afirmatif/Pro	7	25%
Netral/Informatif	5	15%

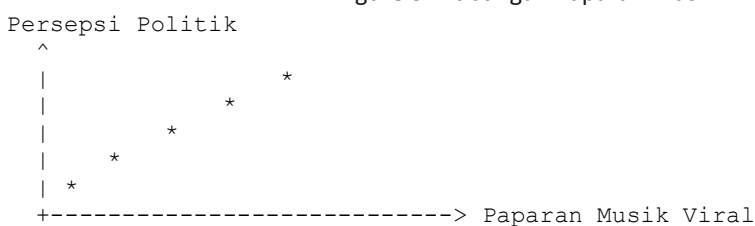
Table 4: Statistik Deskriptif Variabel Survei (n=200)

Variabel	Mean	SD
Paparan Musik Viral	3,87	0,82
Persepsi Isu Politik	3,95	0,76
Sikap Politik	3,78	0,81

Table 5: Hasil Uji Regresi (Paparan → Persepsi Politik)

Variabel Independen	β	t	p-value
Paparan Musik Viral	0,48	7,21	<0,001

Figure 3: Hubungan Paparan Musik Viral dan Persepsi Politik



5. Discussions

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa musik viral berfungsi sebagai medium framing yang efektif dalam komunikasi politik digital. Dominasi framing satir/kritik menunjukkan bahwa musik sering digunakan untuk menyampaikan evaluasi politik secara simbolik dan emosional. Dalam perspektif framing, penyederhanaan isu kompleks melalui lirik repetitif dan simbol visual menciptakan skema interpretasi yang mudah diingat dan dibagikan (Entman, 1993).

Dalam kerangka agenda-setting, penguatan algoritmik dan repetisi konten meningkatkan frekuensi paparan dan membuat isu tertentu lebih menonjol dalam kesadaran publik (McCombs & Shaw, 1972). Mediatization of politics menjelaskan mengapa format singkat dan emosional seperti musik viral menjadi kanal komunikasi politik yang sesuai dengan logika media sosial (Strömbäck, 2008).

Selain aspek kognitif, musik viral memobilisasi dimensi afektif melalui keterikatan emosional dan partisipasi kolektif. Publik afektif terbentuk ketika pengguna melakukan penggunaan ulang audio, remix, atau berbagi konten sebagai bentuk ekspresi bersama; proses ini memperkuat identitas dan posisi politik dalam ruang publik digital (Papacharissi, 2015). Nilai R^2 sebesar 0,23 menunjukkan musik viral merupakan salah satu faktor penting namun bukan satu-satunya penentu persepsi politik. Faktor lain seperti literasi politik, preferensi ideologi, dan eksposur media lain berpotensi memediasi pengaruh tersebut. Meskipun demikian, temuan ini menegaskan bahwa budaya populer dan komunikasi politik semakin terintegrasi dalam ekosistem digital.

6. Conclusions

Penelitian ini menyimpulkan bahwa musik viral di media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi politik publik melalui framing emosional, repetisi algoritmik, dan budaya partisipatif. Paparan musik viral berkorelasi positif dengan persepsi politik yang lebih tegas, khususnya ketika konten menyajikan narasi yang disederhanakan dan simbolik.

Implikasinya, musik viral dapat memperluas akses isu politik bagi publik muda, namun juga berpotensi mendorong penyederhanaan diskursus politik. Oleh karena itu, literasi media dan literasi politik perlu diperkuat untuk meningkatkan kemampuan publik memahami framing dan dinamika algoritma. Penelitian lanjutan dapat menguji efek jangka panjang musik viral terhadap perilaku politik aktual dan membandingkan pengaruh pada kelompok usia serta konteks platform yang berbeda.

7. Acknowledgments

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam survei serta kepada pihak-pihak yang membantu proses pengumpulan dan analisis data. Penelitian ini tidak menerima pendanaan khusus dari lembaga publik, komersial, maupun nirlaba.

8. References

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.