



Budaya Meme Dan Komunikasi Politik Pada Lagu Viral “Mas Bahlil Ganteng” Di Tiktok

Najib¹, Desi Robiatul Adawiyah Siregar²

^{1,2} Informatika, Institut Teknologi dan Sains Meranti

¹najib@its-meranti.ac.id, ²desiadawiyahsiregar713@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the viral song “Mas Bahlil Ganteng” (MBG) on TikTok as a form of political communication through digital meme culture. Employing a qualitative approach with netnographic method and critical multimodal discourse analysis, data were collected through systematic digital observation of TikTok content, in-depth interviews with content creators and active users, and documentation of cross-platform coverage. The findings reveal three key dimensions: first, MBG constitutes a novel “AI-generated song meme” produced from aggregated netizen comments, introducing a fourth analytical dimension of production agency beyond Shifman’s (2014) content-form-stance typology; second, the song’s ideological meaning undergoes a paradoxical transformation from political satire into a legitimizing tool for its subject, a process theorized in this study as “satirical capture”; and third, TikTok’s affordances particularly algorithmic recommendation, sound linking, and duet and stitch features actively mediate and depoliticize the song’s critical content. This study concludes that in Indonesia’s consolidating democracy, digital meme culture does not merely serve as citizen resistance but is also vulnerable to elite cooptation through platform logic, warranting urgent critical attention from communication scholars.

Keywords: Political Meme, Tiktok, Digital Political Communication, Participatory Culture

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis lagu viral “Mas Bahlil Ganteng” (MBG) di TikTok sebagai bentuk komunikasi politik melalui budaya meme digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berjenis netnografi dan analisis wacana kritis multimodal, data dikumpulkan melalui observasi netnografis terhadap konten TikTok, wawancara mendalam dengan kreator konten dan pengguna aktif, serta dokumentasi pemberitaan lintas platform. Temuan penelitian mengungkap tiga dimensi utama: pertama, MBG merupakan artefak “AI-generated song meme” yang diproduksi dari akumulasi komentar warganet, memperkenalkan dimensi analitis keempat berupa *production agency* yang melampaui tipologi konten-bentuk-stance dari Shifman (2014); kedua, makna ideologis lagu ini mengalami transformasi paradoksal dari satire politik menjadi alat legitimasi bagi subjek yang disasar, sebuah proses yang dikonseptualisasikan sebagai “*satirical capture*”; dan ketiga, affordansi platform TikTok khususnya sistem rekomendasi algoritmik, fitur sound linking, serta duet dan stitch secara aktif memediasi dan mendepolitisasi muatan kritis lagu tersebut. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam demokrasi Indonesia yang masih berkonsolidasi, budaya meme digital tidak semata berfungsi sebagai resistensi warga, melainkan juga rentan dikooptasi oleh elite melalui logika platform, sehingga menuntut perhatian kritis yang mendesak dari para ilmuwan komunikasi.

Kata Kunci: Meme Politik, Tiktok, Komunikasi Politik Digital, Budaya Partisipatif

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merombak secara fundamental cara masyarakat berpartisipasi dalam kehidupan politik. Di era digital, ruang publik tidak lagi terbatas pada forum-forum formal seperti parlemen, media cetak, atau siaran televisi, melainkan telah bergeser ke platform media sosial yang bersifat interaktif, partisipatif, dan nirbatas. Fenomena ini mendorong lahirnya berbagai bentuk ekspresi politik baru yang lebih cair, ringan, namun tidak kehilangan muatan ideologisnya. Salah satu bentuk ekspresi tersebut adalah meme digital, yang kini telah berkembang jauh melampaui sekadar gambar lucu di internet, menjadi medium komunikasi politik yang efektif dan masif.

Indonesia berada di garis terdepan transformasi ini. Berdasarkan laporan Statista (2024), jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta per Juli 2024, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan basis pengguna TikTok terbesar di dunia. Rata-rata pengguna Indonesia menghabiskan 3,5 jam per hari di TikTok dengan 72% penggunanya berusia di bawah 34 tahun. Dominasi demografi muda ini menjadikan TikTok sebagai arena strategis pembentukan opini publik dan wacana politik kontemporer.

Di tengah ekosistem digital yang hiperkompetitif ini, muncul fenomena yang mencolok perhatian: lagu viral berjudul “Mas Bahlil Ganteng” (MBG). Lagu parodi ini mendadak viral di TikTok pada akhir Mei 2026, diciptakan oleh akun @vokaliz netizen dengan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (AI), dan langsung meledak menghiasi ribuan video remix, meme, hingga konten kreatif pengguna. Lirik lagu tersebut berasal dari kumpulan

komentar warganet di media sosial yang kemudian dirangkai menjadi sebuah lagu — sebuah proses penciptaan kolektif yang belum pernah terdokumentasi secara akademis dalam konteks komunikasi politik Indonesia.

Subjek lagu ini adalah Bahlil Lahadalia, Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral sekaligus Ketua Umum Partai Golkar. Pakar Kajian Budaya dan Media, Radius Setiyawan, menilai bahwa lagu MBG awalnya muncul sebagai satire politik, namun berkat algoritma media sosial yang bekerja berdasarkan logika atensi, satire tersebut berubah menjadi alat produksi popularitas (Setiyawan, 2026). Paradoks antara niat kritis dan efek legitimasi inilah yang belum mendapat kajian akademis memadai dalam literatur komunikasi politik Indonesia.

Kajian-kajian terdahulu tentang TikTok dan komunikasi politik Indonesia sebagian besar berfokus pada strategi kampanye resmi partai politik (Putra & Wibowo, 2024), meme visual statis (Haidau, 2023), atau konten yang diproduksi secara institusional (Literat & Kligler-Vilenchik, 2019). Belum ada studi yang secara spesifik mengkaji format song meme berbasis AI dalam konteks komunikasi politik, mekanisme transformasi satire menjadi legitimasi, maupun peran affordansi platform dalam mendepolitisasi konten kritis. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan tiga pertanyaan utama: (1) bagaimana lagu MBG dikonstruksi dan disebarluaskan sebagai artefak meme politik? (2) makna ideologis apa yang terkandung dan bagaimana transformasinya? (3) bagaimana affordansi platform TikTok membentuk pesan-pesan politik dalam lagu tersebut? Untuk memahami fenomena MBG secara akademis, diperlukan pemahaman tentang perkembangan konsep meme dalam literatur ilmiah. Konsep meme pertama kali diperkenalkan oleh Dawkins (1976) dalam *The Selfish Gene* sebagai satuan informasi budaya yang menyebar melalui imitasi, analog dengan gen dalam biologi evolusioner. Namun, Shifman (2014) secara fundamental merevisi konsep ini untuk konteks digital: meme bukan lagi satu unit yang menyebar tanpa perubahan, melainkan sekelompok item digital yang berbagi karakteristik dan terus bermutasi melalui proses kreasi kolektif. Pergeseran konseptual ini krusial karena justru variabilitas, bukan kesetiaan reproduksi yang menjadi kekuatan utama meme di era platform digital.

Dalam konteks komunikasi politik, meme telah lama diakui sebagai medium yang tidak netral. Jenkins et al. (2016) dalam *By Any Media Necessary* menunjukkan bahwa generasi muda cenderung menggunakan budaya populer, termasuk humor dan meme sebagai pintu masuk keterlibatan politik. Sementara itu, Milner (2016) dalam *The World Made Meme* menegaskan bahwa meme beroperasi dalam logika agonistik: ia tidak sekadar menyampaikan pesan, melainkan juga memosisikan pembuatnya dalam relasi kekuasaan tertentu terhadap subjek yang disasar. Logika agonistik inilah yang membuat meme politis pada dasarnya selalu ambigu, bergantung pada siapa yang membaca dan dalam konteks apa ia dikonsumsi.

Khusus untuk platform TikTok, sejumlah penelitian terkini telah mendokumentasikan sifat unik ekosistemnya dibandingkan platform lain. Berbeda dari Twitter yang berbasis teks atau Instagram yang berbasis foto, TikTok membangun arsitektur partisipasi yang sangat mengandalkan audio sebagai jangkar konten (Zulli & Zulli, 2022). Fitur sound linking yang memungkinkan ribuan pengguna berbagi satu audio yang sama menciptakan apa yang Burgess dan Green (2018) sebut sebagai *vernacular creativity*, kreativitas sehari-hari yang lahir dari *remixing* dan apropriasi dalam skala yang tidak pernah ada sebelumnya. Dalam konteks ini, sebuah lagu politik seperti MBG tidak hanya menjadi pesan, tetapi juga menjadi infrastruktur partisipasi yang mengundang ribuan pengguna untuk ikut membangun dan menegosiasikan maknanya.

Penelitian terdahulu tentang meme dan komunikasi politik di Indonesia juga memberikan beberapa pijakan penting meskipun belum menyentuh dimensi yang diteliti dalam penelitian ini. Studi Tanjung (2024) tentang meme dan konstruksi budaya TikTok dalam tren #DontPlayPlayBosku menunjukkan bahwa meme di TikTok Indonesia berfungsi sebagai medium komunikasi multipartisipan untuk menyampaikan identitas budaya dan resistensi sosial. Namun, studi tersebut belum menganalisis meme musikal berbasis AI maupun mekanisme kooptasi oleh elite politik. Demikian pula penelitian Literat dan Kligler-Vilenchik (2019) yang mengkaji dimensi affordansi dan memetic dalam ekspresi politik kolektif anak muda di media sosial — meski relevan secara konseptual, konteksnya adalah demokrasi mapan Barat yang berbeda secara fundamental dari ekosistem politik Indonesia yang masih berkonsolidasi.

Kesenjangan dalam literatur yang paling signifikan terletak pada absennya kajian yang secara spesifik mengeksplorasi titik temu antara tiga variabel yang serentak hadir dalam kasus MBG: teknologi AI generatif sebagai agen produksi meme, logika algoritmik platform sebagai mekanisme distribusi, dan kapasitas kooptasi elite sebagai faktor yang menentukan efek akhir dari meme tersebut. Ketiga variabel ini tidak pernah hadir secara simultan dalam fenomena meme politik yang telah dikaji sebelumnya, menjadikan kasus MBG sebagai objek kajian yang secara metodologis unik dan secara teoritis bernilai tinggi.

Fenomena MBG tidak dapat dipahami secara terpisah dari konteks sosial-politik Indonesia kontemporer. Bahlil Lahadalia bukan sekadar nama biasa dalam peta kekuasaan nasional. Sejak dilantik sebagai Menteri Investasi pada 2021 dan kemudian menjabat sebagai Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral pada 2024, Bahlil kerap menjadi subjek perdebatan publik yang hangat, mulai dari kontroversi pencabutan izin usaha pertambangan, retorikanya yang blak-blakan di forum-forum resmi, hingga pengangkatannya sebagai Ketua Umum Partai Golkar yang disebut sebagian pihak berlangsung dengan cara yang tidak lazim. Latar belakang ini menyediakan tanah subur

bagi tumbuhnya sentimen publik yang ambigu, campuran antara kagum, geli, dan sinis yang kemudian menemukan ekspresinya dalam format meme musikal.

Dari perspektif teori komunikasi politik, fenomena ini mempertegas beroperasinya apa yang oleh McNair (2017) disebut sebagai cultural chaos, kondisi di mana narasi-narasi politik tidak lagi dapat dikendalikan secara terpusat oleh elite, melainkan terus-menerus dinegosiasikan, disubversi, dan diproduksi ulang oleh berbagai aktor dalam ruang digital yang bersifat egalitarian secara struktural. Akan tetapi, kulturchaos juga membuka celah bagi kooptasi: justru karena narasi bergerak bebas tanpa kontrol, elite yang memiliki kemampuan membaca dan merespons dinamika digital dengan cepat dapat membalik narasi tersebut demi kepentingannya sendiri. Inilah yang secara empiris terjadi dalam kasus MBG.

Relevansi akademis penelitian ini juga diperkuat oleh konteks global yang lebih luas. Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena serupa telah muncul di berbagai negara: dari lagu-lagu parodi terhadap Donald Trump di Amerika Serikat yang justru mempertebal loyalitas basis pemilihnya (Wagner & Schwarzenegger, 2020), hingga meme musikal terhadap figur-figur politik Afrika yang berubah menjadi alat mobilisasi massa (Muya & Onyinge, 2026). Pola yang berulang ini mengindikasikan adanya mekanisme universal dalam cara meme musikal berinteraksi dengan politik di era platform digital, sebuah mekanisme yang membutuhkan pemahaman teoretis yang lebih solid dan berbasis konteks lokal.

Berdasarkan keseluruhan argumentasi di atas, penelitian ini menegaskan posisinya sebagai kajian yang tidak sekadar mendokumentasikan sebuah tren viral yang lewat, melainkan menggunakan fenomena MBG sebagai laboratorium konseptual untuk memahami cara kerja komunikasi politik di era konvergensi antara kecerdasan buatan, budaya partisipatif, dan logika algoritmik. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada tiga wilayah keilmuan sekaligus: kajian meme digital, komunikasi politik platform, dan studi demokrasi digital Indonesia.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berjenis netnografi. Kozinets (2010) mendefinisikan netnografi sebagai teknik penelitian naturalistik yang mengadaptasi prosedur etnografi, khususnya observasi berpartisipasi ke dalam interaksi sosial yang dimediasi komputer. Pilihan metode ini sangat tepat karena objek penelitian sepenuhnya bersifat digital: konten video, komentar warganet, remix, dan duet yang hidup eksklusif di dalam ekosistem platform TikTok. Rancangan penelitian bersifat studi kasus tunggal dengan unit analisis berupa ekosistem konten lagu MBG secara menyeluruh. Analisis data dilaksanakan menggunakan analisis wacana kritis multimodal yang memadukan model Fairclough (1995) untuk menganalisis teks verbal dan konteks sosial-politik, dengan model Kress dan Van Leeuwen (1996) untuk membedah dimensi visual dan auditif konten video TikTok. Secara teoretis, penelitian ini bertumpu pada grand theory Teori Meme Digital Limor Shifman (2014) sebagai kerangka analisis utama. Shifman mengajukan tiga dimensi analitis yang digunakan untuk membedah setiap meme secara komprehensif: (1) content, yakni ide-ide dan ideologi yang disampaikan melalui meme; (2) form, yakni wujud fisik dari pesan yang dapat dilihat dan didengar; dan (3) stance, yakni cara pembuat meme memposisikan dirinya dalam hubungan dengan teks, audiens, dan aktor lain. Ketiga dimensi ini dioperasionalkan secara bersamaan dalam analisis konten MBG: dimensi content diterapkan untuk menganalisis muatan satire dan ideologi dalam lirik; dimensi form diterapkan untuk menganalisis struktur musikal dan kualitas audio AI; dan dimensi stance diterapkan untuk menganalisis ambiguitas posisi pembuat konten antara resistensi dan afinitas budaya. Sebagai teori pendukung, penelitian ini menggunakan perspektif Participatory Culture dari Jenkins et al. (2016) untuk menganalisis praktik remix dan kreasi konten turunan sebagai wujud budaya partisipasi digital; teori Affordansi Platform dari van Dijck dan Poell (2013) untuk menganalisis cara fitur-fitur TikTok secara aktif membentuk perilaku pengguna dan distribusi konten; serta teori Analisis Wacana Kritis dari Fairclough (1995) yang memandang bahasa dan dalam konteks multimodal, seluruh sistem tanda sebagai praktik sosial yang tidak netral dan selalu berhubungan dengan kekuasaan dan ideologi. Perpaduan ketiga teori pendukung ini memungkinkan analisis yang bergerak dari level mikro teks (lirik dan visual) hingga level makro struktur kekuasaan (relasi antara warga, platform, dan elite politik).

Pengumpulan data dilaksanakan melalui tiga teknik: (1) observasi netnografis terhadap konten TikTok yang berkaitan dengan lagu MBG selama enam bulan; (2) wawancara mendalam semi-terstruktur dengan informan yang dipilih secara purposive sampling, meliputi kreator konten primer, pengguna aktif, pengamat komunikasi politik digital, dan jurnalis; serta (3) studi dokumentasi mencakup pemberitaan media dan literatur akademis relevan. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, triangulasi metode, dan member checking (Lincoln & Guba, 1985; Moleong, 2017).

Kehadiran peneliti dalam penelitian netnografis ini bersifat ganda. Sebagai pengamat pasif (lurker), peneliti melakukan observasi sistematis terhadap ekosistem konten MBG tanpa mengintervensi dinamika yang berlangsung secara alamiah. Sebagai partisipan reflektif, peneliti menelusuri perkembangan konten secara real-time melalui berbagai jalur — halaman *For You Page (FYP)*, penelusuran hashtag, dan kolom komentar, sambil

senantiasa mencatat posisi subjektifnya dalam proses interpretasi. Posisi reflexive ini penting karena fenomena yang diteliti menyentuh wacana politik yang bersifat sensitif dan rentan terhadap bias kognitif peneliti.

Informan penelitian dikelompokkan ke dalam empat kategori berbasis purposive sampling. Kategori pertama adalah kreator konten primer, yakni akun @vokaliz_netizen sebagai pencipta lagu orisinal beserta kreator-kreator yang menghasilkan konten turunan dengan jangkauan minimal 100.000 tayangan. Kategori kedua adalah pengguna aktif TikTok yang secara konsisten terlibat dalam diskusi terkait konten MBG, dipilih berdasarkan kedalaman dan representativitas komentar. Kategori ketiga adalah pengamat komunikasi politik dan budaya digital yang telah mempublikasikan analisis terkait fenomena MBG. Kategori keempat adalah jurnalis atau analis media yang meliput fenomena ini, berfungsi sebagai sumber triangulasi konteks. Jumlah informan setiap kategori ditentukan berdasarkan prinsip saturasi data (Miles, Huberman, & Saldana, 2014).

Penelitian ini berlangsung selama enam bulan yang terbagi ke dalam tiga fase. Fase pertama (dua minggu) adalah pra-lapangan dan persiapan instrumen, meliputi penyusunan pedoman observasi netnografis dan panduan wawancara semi-terstruktur. Fase kedua (empat bulan) adalah pengumpulan data lapangan melalui observasi netnografis intensif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Fase ketiga (enam minggu) adalah analisis data, penulisan laporan, dan verifikasi temuan melalui member checking. Lokasi penelitian adalah platform TikTok, dengan konten yang diidentifikasi melalui tagar #MasBahlilGanteng, #MBG, #BahlilLahadalia, dan tagar-tagar turunan yang terbentuk secara organik. Platform Instagram Reels dan YouTube Shorts berfungsi sebagai sumber triangulasi sekunder.

Analisis data mengikuti model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang terdiri atas empat tahap: kondensasi data melalui pemberian kode tematik berdasarkan tiga dimensi analisis Shifman (konten, bentuk, dan stance); penyajian data dalam matriks tematik dan jaringan relasi; penarikan dan verifikasi kesimpulan yang didukung oleh kembalinya peneliti ke data mentah secara berulang; serta analisis wacana kritis multimodal yang berjalan paralel untuk membedah dimensi ideologis konten. Validitas internal dijaga melalui triangulasi, sementara dependabilitas dijamin dengan pencatatan proses penelitian secara menyeluruh dalam audit trail yang dapat diperiksa peneliti eksternal.

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1. Konstruksi Meme Musikal Berbasis AI sebagai Artefak Politik Baru

Temuan pertama mengungkap bahwa lagu MBG merepresentasikan bentuk baru artefak meme politik yang secara struktural berbeda dari meme-meme politik yang telah dikaji dalam literatur sebelumnya. Fenomena MBG memperkenalkan format yang belum pernah terdokumentasi secara akademis: sebuah AI-generated song meme yang bahan dasarnya adalah komentar organik warganet yang dikonversi menjadi lirik, kemudian dibalut melodi yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan.

Proses penciptaan ini mengkonfirmasi dan sekaligus melampaui definisi meme internet yang diberikan oleh Shifman (2014), yang menyatakan bahwa meme adalah sekelompok item digital yang berbagi karakteristik konten, bentuk, dan stance, diciptakan dengan kesadaran satu sama lain, dan disebarluaskan serta ditransformasi oleh banyak pengguna. MBG adalah produk dari komentar-komentar yang sudah merupakan meme-meme teks mini, yang kemudian diarsitektur ulang oleh AI menjadi satu artefak yang merangkum seluruhnya, sebuah meta-meme yang mengabstraksikan kolektivitas wacana digital.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Zhang (2025) yang dipublikasikan di Political Communication (Scopus) yang menegaskan bahwa meskipun pertumbuhan meme berbasis video sangat pesat, pengaruh aktualnya terhadap politik masih sangat kurang dieksplorasi. Penelitian MBG memperluas cakupan diskusi tersebut dengan menambahkan dimensi baru: peran AI generatif sebagai agen produksi dalam ekosistem meme politik. Hal ini mendorong revisi tipologi Shifman untuk mengakomodasi dimensi *production agency*, siapa atau apa yang menghasilkan konten meme: manusia, kolektif, atau algoritma AI.

Analisis mendalam terhadap lirik MBG melalui dimensi content Shifman mengungkap lapisan makna yang berlapis-lapis. Pada permukaan, lirik seperti "Mas Bahlil Ganteng, buah apa yang paling manis buaahhlil, tambah ganteng aja, my little bolu ketan" tampak sebagai pujian jenaka yang tidak berbahaya. Namun pembacaan kritis mengungkap subversi yang halus: penggunaan kata "buaahhlil" yang memlesatkan nama Bahlil dalam konteks teka-teki buah mencerminkan humor yang merendahkan melalui infantilisasi; frasa "my little bolu ketan" menggambarkan seorang menteri kabinet dengan metafora makanan ringan yang gemoy, yang secara implisit mengkontraskan persona publik sang menteri yang dikenal galak dan blak-blakan dengan citra yang dijinakkan oleh warganet. Inilah yang Bakhtin (1984) sebut sebagai karnaval pembalikan simbolis hierarki kekuasaan melalui tawa yang merayakan hal-hal yang rendah dan tubuh.

Dari dimensi form, lagu MBG menampilkan karakteristik produksi AI yang khas: melodi yang catchy dan mudah diingat, vokal yang terdengar semi-sintetis namun cukup natural untuk menciptakan kesan organik, serta struktur lagu yang pendek dan berulang, semua ini secara teknis dioptimalkan untuk konsumsi konten pendek berformat TikTok. Durasi rata-rata konten TikTok yang berkisar antara 15–60 detik menuntut konten yang langsung memasuki hook dan dapat dinikmati bahkan tanpa konteks sebelumnya. MBG memenuhi semua kriteria ini

sekaligus, yang menjelaskan mengapa ia mampu menyebar melampaui komunitas yang peduli dengan isu politik dan meresap ke dalam arus utama konten hiburan TikTok.

Dimensi *stance* menjadi yang paling kompleks dan paling menentukan dalam kasus MBG. Shifman (2014) mendefinisikan *stance* sebagai cara pembuat meme memosisikan dirinya dalam hubungannya dengan teks, kode linguistik, audiens, dan pembicara potensial lainnya. Dalam MBG, *stance* orisinal dari akun @vokaliz_netizen bersifat ambigu secara konstruktif: ia tidak secara eksplisit menyatakan posisi kritis, melainkan membiarkan ambiguitas tersebut bekerja sendiri. Ambiguitas ini bukan ketidaksengajaan, ini adalah strategi komunikasi yang dalam konteks digital disebut sebagai *plausible deniability*, yakni kemampuan kreator untuk menyangkal niat satirisnya sambil membiarkan audiens yang kritis membaca makna tersiratnya. Namun strategi ini sekaligus menjadi celah yang dieksploitasi oleh kooptasi elite.

3.2. Ambiguitas Ideologis: Ketika Satire Menjadi Legitimasi

Temuan kedua dan paling kritis berkaitan dengan transformasi makna yang paradoks: konten yang secara niat bersifat satiris justru berevolusi menjadi medium popularisasi subjeknya. Temuan ini memperluas sekaligus menantang argumentasi utama Shifman (2014) yang menegaskan bahwa meme politik adalah tentang menyampaikan pernyataan, berpartisipasi dalam debat normatif tentang bagaimana dunia seharusnya terlihat. Dalam kasus MBG, pernyataan normatif tersebut mengalami transformasi radikal: satire yang seharusnya menjadi kritik justru berbalik menjadi alat pembentukan *soft power*.

Paradoks ini mencerminkan apa yang oleh Haidau (2023) disebut sebagai *the double-edged nature of humorous satirical* memes bahwa meme satiris secara inheren mengandung ambiguitas yang memungkinkan pemaknaan ulang berlawanan dari niat orisinalnya. Fenomena ini berkorespondensi dengan temuan Literat dan Kligler-Vilenchik (2019) di *New Media & Society* yang mengidentifikasi bahwa dimensi *stance* dalam meme bersifat sangat terbuka dan rentan terhadap reappropriasi. Dalam kasus MBG, *stance* orisinal yang parodis mengalami *stance transformation* ketika Partai Golkar merespons dengan nada santai dan positif.

Dinamika ini mendorong lahirnya konsep baru yang ditawarkan penelitian ini sebagai kontribusi teoretis: konsep *Satirical Capture*, yakni mekanisme di mana konten yang lahir dari niat kritis terhadap figur kekuasaan secara sistematis dinetralkan dan dibalikkan menjadi modal sosial-politik bagi subjek yang disasar, bukan melalui sensor, melainkan melalui kooptasi wacana oleh elite, amplifikasi algoritmik yang mendepolitisasi konten, dan partisipasi massa yang lebih didorong oleh afinitas budaya daripada kesadaran politik.

Konsep *satirical capture* yang diusulkan penelitian ini memiliki preseden parsial dalam beberapa studi komunikasi politik komparatif, meskipun belum pernah dikonseptualisasikan secara eksplisit. Wagner dan Schwarzenegger (2020) mengidentifikasi fenomena serupa dalam konteks populisme digital Eropa, di mana meme-meme parodi terhadap figur populis justru memperkuat daya tarik figur tersebut di mata basis pendukungnya yang menganggap kemampuan "menerima ejekan" sebagai bukti autentisitas. Dalam kasus Indonesia, mekanismenya sedikit berbeda: *satirical capture* tidak hanya bekerja pada level basis pendukung yang sudah ada, melainkan juga memperluas jangkauan popularitas ke kelompok-kelompok yang sebelumnya netral atau tidak tertarik pada figur tersebut.

Implikasi dari konsep *satirical capture* bagi teori komunikasi politik adalah bahwa model-model tradisional tentang efektivitas satire politik yang umumnya mengasumsikan bahwa satire melemahkan legitimasi target perlu direvisi untuk mengakomodasi kondisi-kondisi di mana satire justru dapat berfungsi sebagai alat legitimasi. Kondisi-kondisi tersebut, berdasarkan analisis kasus MBG, meliputi: (1) tingkat ambiguitas konten yang tinggi sehingga memungkinkan interpretasi berganda; (2) kapasitas responsif elite yang memadai untuk mengkooptasi narasi sebelum ia mengendap menjadi kritik kolektif; (3) ekosistem algoritmik yang memprioritaskan engagement di atas kedalaman; dan (4) basis pengguna yang lebih termotivasi oleh afinitas budaya daripada agenda politik.

3.3. Affordansi Platform Sebagai Mesin Transformasi Makna

Temuan ketiga menyoroti peran determinatif affordansi platform TikTok. Penelitian ini mengkonfirmasi dan memperluas argumen Zulli dan Zulli (2022) yang dipublikasikan di *New Media & Society* (Scopus Q1), yang menyatakan bahwa prinsip-prinsip mimesis, imitasi dan replikasi secara aktif didorong oleh logika dan desain platform TikTok, membentuk *imitation publics*, publik yang terorganisir melalui imitasi. Zulli dan Zulli berargumen bahwa fitur-fitur memetic ini mengubah modus sosialisasi sehingga TikTok dapat dikonseptualisasikan sebagai teks memetic itu sendiri, bukan sekadar wadah meme.

Fitur *sound linking* TikTok berperan secara khusus dalam mendistribusikan ulang konten MBG secara eksponensial. Sebagaimana ditegaskan oleh Literat, Boxman-Shabtai, dan Kligler-Vilenchik (2023) dalam *International Journal of Press/Politics* (Scopus), banyak gerakan kontemporer beroperasi melalui *connective action* ekspresi yang dipersonalisasi dan berskala besar melalui logika platform seperti amplifikasi algoritmik, pengindeksan hashtag, dan remixing partisipatif.

Secara kolektif, ketiga temuan di atas memperlihatkan bahwa dalam ekosistem media sosial yang algoritmik, efektivitas meme sebagai partisipasi politik tidak hanya ditentukan oleh niat produksinya, tetapi juga oleh kapasitas responsif elite untuk memaknai ulang dan mengkooptasi konten tersebut. Ini merupakan modifikasi konseptual

yang signifikan terhadap teori meme Shifman, khususnya terkait dimensi politik meme dalam konteks demokrasi yang masih berkonsolidasi seperti Indonesia.

Lebih jauh, penelitian ini mengidentifikasi bahwa affordansi TikTok bekerja pada tiga level yang berbeda dalam konteks MBG. Pada level produksi, fitur AI-assisted content creation yang semakin mudah diakses termasuk yang digunakan oleh @vokaliz_netizen menurunkan secara dramatis hambatan teknis untuk menciptakan konten musikal berkualitas, mendemokratisasi produksi yang sebelumnya hanya dapat dilakukan oleh musisi profesional. Pada level distribusi, algoritma For You Page (FYP) yang bekerja berdasarkan engagement signals tanpa mempertimbangkan afiliasi politik atau niat komunikasi mendistribusikan konten MBG secara seimbang kepada pendukung maupun pengkritik Bahlil, bahkan kepada pengguna yang sama sekali tidak tertarik pada isu politik. Pada level konsumsi, fitur duet dan stitch yang memungkinkan respons video-terhadap-video menciptakan arsitektur dialog yang secara teknis setara antara semua pengguna, tetapi dalam praktiknya sangat asimetris karena akun-akun berpengaruh dengan jutaan pengikut memiliki amplifikasi yang jauh lebih besar.

Ketiga level affordansi ini secara bersama-sama membentuk apa yang Van Dijck, Poell, dan De Waal (2018) sebut sebagai platform logic, logika yang bukan merupakan hasil keputusan sadar pengguna secara individual, melainkan hasil dari desain teknis platform yang secara inheren memengaruhi pola komunikasi, distribusi perhatian, dan akhirnya pembentukan opini publik. Dalam konteks penelitian ini, platform logic TikTok secara sistematis bekerja tidak netral: ia cenderung menguntungkan konten yang menghasilkan reaksi emosional positif (senang, kagum, geli) dibandingkan konten yang menghasilkan reaksi kognitif kritis (skeptis, analitis, marah). Karena MBG secara musikal dirancang baik secara sengaja maupun tidak untuk menghasilkan reaksi emosional positif, platform logic secara struktural memosisikannya lebih sebagai konten hiburan daripada konten kritik, terlepas dari niat orisinal penciptanya.

3.4. Pola Distribusi Dan Ekologi Konten Turunan MBG

Analisis terhadap ekosistem konten turunan lagu MBG mengungkap pola distribusi yang dapat dikategorisasikan ke dalam empat tipologi berdasarkan fungsi dan muatan politiknya. Tipologi pertama adalah konten reinforcer, yakni video-video yang secara eksplisit menggunakan audio MBG sebagai alat menegaskan kembali makna satirisnya umumnya diproduksi oleh akun-akun yang secara konsisten berposisi kritis terhadap kebijakan energi pemerintah. Tipologi kedua adalah konten neutralizer, yakni video-video yang menggunakan audio MBG dalam konteks hiburan semata tanpa muatan politik eksplisit, seperti video memasak, video hewan peliharaan, atau konten lifestyle, yang secara tidak langsung berkontribusi pada depolitisasi lagu tersebut. Tipologi ketiga adalah konten amplifier, yakni video-video yang diproduksi oleh pendukung Bahlil atau akun-akun pro-pemerintah yang dengan sengaja merekontekstualisasi audio MBG sebagai ekspresi kekaguman tulus. Tipologi keempat adalah konten meta-commentary, yakni video-video yang justru membahas dan menganalisis fenomena MBG itu sendiri, mencerminkan tingkat kesadaran reflektif yang tinggi dalam sebagian komunitas pengguna TikTok.

Pola distribusi keempat tipologi ini tidak berlangsung secara acak, melainkan sangat dipengaruhi oleh logika algoritmik TikTok yang memprioritaskan konten berdasarkan engagement rate dan watch time. Konten dari tipologi neutralizer yang secara tipikal mendapat engagement lebih tinggi karena bersifat menghibur tanpa menuntun posisi politik cenderung mendapatkan amplifikasi algoritmik yang lebih besar, sehingga secara gradual menggeser keseimbangan ekosistem ke arah depolitisasi. Temuan ini memperkuat argumen van Dijck dan Poell (2013) tentang bagaimana logika platform secara inheren cenderung memprioritaskan konten yang menghasilkan keterlibatan emosional jangka pendek dibandingkan konten yang mendorong refleksi kritis.

3.5. Respons Elite Dan Mekanisme Kooptasi Naratif

Dimensi analisis yang tidak kalah penting adalah cara Bahlil Lahadalia dan lingkaran politiknya merespons fenomena MBG. Berbeda dari pejabat publik pada umumnya yang menghadapi meme satiris dengan diam atau penyangkalan, Bahlil justru secara aktif mengamplifikasi lagu tersebut melalui tindakan-tindakan yang terdokumentasi di berbagai platform. Respons ini mencerminkan strategi komunikasi politik yang dalam literatur disebut sebagai meme adoption, penggunaan meme yang awalnya kritis sebagai alat pembangunan citra oleh subjek yang disasar (Shifman, 2014). Strategi ini efektif karena mengeksplorasi logika TikTok yang menghargai konten autentik dan tidak memilih seorang pejabat yang bisa menertawakan dirinya sendiri dipersepsikan sebagai figur yang relatable dan tidak arogan oleh generasi muda pengguna TikTok.

Proses kooptasi naratif ini berlangsung dalam tiga tahap yang dapat diidentifikasi. Tahap pertama adalah fase viral organik, di mana lagu MBG menyebar secara eksponensial didorong oleh curiosity dan faktor kejutan tanpa keterlibatan aktif dari pihak Bahlil. Tahap kedua adalah fase respons elite, di mana Bahlil dan lingkaran politiknya mulai merespons secara positif mengikuti irama lagu, membuat konten bernuansa humor, dan mendistribusikan ulang konten terkait MBG di kanal-kanal resmi mereka. Tahap ketiga adalah fase normalisasi, di mana batas antara satire dan pujian tulus semakin kabur dalam persepsi publik yang lebih luas, dan lagu MBG berevolusi dari instrumen kritik menjadi bagian dari identitas populer Bahlil. Ketiga tahap ini secara keseluruhan membentuk apa yang penelitian ini konseptualisasikan sebagai siklus satirical capture yang lengkap.

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9657>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3.6. Implikasi Terhadap Demokrasi Digital Indonesia

Temuan-temuan penelitian ini memiliki implikasi yang signifikan bagi pemahaman tentang kualitas demokrasi digital Indonesia. Pertama, fenomena MBG menunjukkan bahwa ruang publik digital di Indonesia meskipun secara nominal bersifat egalitarian dan memberikan suara kepada warga biasa tidak terbebas dari asimetri kuasa yang struktural. Elite yang memiliki sumber daya komunikasi, tim media sosial yang profesional, dan kemampuan adaptasi naratif yang cepat masih mampu mendominasi produksi makna bahkan dalam ekosistem konten yang tampaknya bottom-up. Temuan ini bersesuaian dengan argumen Hindman (2018) dalam *The Internet Trap* bahwa demokratisasi teknologi tidak secara otomatis menghasilkan demokratisasi kekuasaan.

Kedua, kasus MBG mengindikasikan perlunya pengembangan literasi digital politik yang lebih komprehensif di Indonesia, khususnya yang mencakup kemampuan untuk membaca mekanisme kerja algoritma platform dan memahami cara meme politik berinteraksi dengan kepentingan-kepentingan kekuasaan. Tanpa literasi semacam ini, warga digital yang memproduksi dan mengonsumsi meme satiris berpotensi tanpa sadar berkontribusi pada penguatan citra figur-figur yang mereka niatkan untuk kritisi. Ketiga, penelitian ini menggarisbawahi urgensi kajian akademis yang lebih mendalam dan kontekstual tentang ekosistem media sosial Indonesia, ekosistem yang memiliki karakteristik unik dalam hal skala pengguna, intensitas penggunaan, konteks politik, dan lanskap budaya yang tidak dapat begitu saja dijelaskan oleh teori-teori yang dikembangkan di konteks Barat.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa lagu viral “Mas Bahlil Ganteng” di TikTok merupakan artefak meme politik generasi baru yang lahir dari konvergensi antara partisipasi massa digital, teknologi kecerdasan buatan generatif, dan logika algoritmik platform. Sebagai AI-generated song meme yang bahan dasarnya adalah akumulasi komentar organik warganet, lagu ini merepresentasikan bentuk produksi meme politik yang secara struktural berbeda dari tipologi meme yang telah dikaji sebelumnya, memperkenalkan dimensi production agency sebagai dimensi analitis. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa makna ideologis lagu MBG bersifat ambigu secara struktural dan bergerak secara dialektis antara fungsi satire sebagai resistensi simbolik dan fungsi popularisasi yang memperkuat citra politik subjeknya. Proses yang dikonseptualisasikan sebagai satirical capture ini difasilitasi oleh kemampuan elite mengkooptasi narasi viral melalui respons publik yang adaptif, serta oleh logika konsumsi konten TikTok yang memprioritaskan keterlibatan emosional di atas kedalaman analisis politik. Selanjutnya, affordansi platform TikTok terbukti memainkan peran determinatif dan tidak netral dalam membentuk, mendistribusikan, serta mentransformasi pesan-pesan politik lagu MBG. Implikasinya bagi demokrasi digital Indonesia adalah bahwa satire berbasis meme, meskipun tampak sebagai ekspresi kritis warga yang berdaya, sesungguhnya rentan terhadap mekanisme pelemahan yang bekerja secara sistemik melalui infrastruktur platform itu sendiri. Efektivitas meme sebagai instrumen partisipasi politik warga di era kecerdasan buatan harus dipahami dalam keutuhan relasi antara konten, konteks, algoritmik platform, dan kapasitas responsif aktor-aktor politik yang menjadi subjeknya.

Reference

- Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Oxford University Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study Of Language*. Longman.
- Haidau, C. I. (2023). Humorous Satirical Meme — Online Influence Tool. *Strategic Impact*, 86(1), 103–121.
- Jenkins, H., Shresthova, S., Gamber-Thompson, L., Kligler-Vilenchik, N., & Zimmerman, A. (2016). *By Any Media Necessary: The New Youth Activism*. NYU Press.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar Of Visual Design*. Routledge.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE Publications.
- Literat, I., Boxman-Shabtai, L., & Kligler-Vilenchik, N. (2023). Protesting The Protest Paradigm: Tiktok As A Space For Media Criticism. *The International Journal Of Press/Politics*, 28(2), 362–383. <https://doi.org/10.1177/19401612221090983>
- Literat, I., & Kligler-Vilenchik, N. (2019). Youth Collective Political Expression On Social Media: The Role Of Affordances And Memetic Dimensions For Voicing Political Views. *New Media & Society*, 21(9), 1988–2009. <https://doi.org/10.1177/1461444819837571>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd Ed.)*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muya, P., & Onyinge, T. (2026). New Media, Meme Culture And Political Satire: The Role Of Performative Art In Political Activism In Kenya. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/08944393261419776>
- Shifman, L. (2013). Memes In A Digital World: Reconciling With A Conceptual Troublemaker. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 18(3), 362–377. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Shifman, L. (2014). *Memes In Digital Culture*. MIT Press. <https://direct.mit.edu/books/book/2214/Memes-In-Digital-Culture>
- Wagner, A., & Schwarzenegger, C. (2020). A Populism Of Lulz: The Proliferation Of Humor, Satire, And Memes As Populist Communication In Digital Culture. In *Perspectives On Populism And The Media* (Pp. 313–332). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845297392-313>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research And Applications: Design And Methods (6th Ed.)*. SAGE Publications.
- Zhang, J. (2025). When Memes Govern: A Study Of Tiktok Video Memes In The 2024 US Presidential Election. *Political Communication*, 42(3). <https://doi.org/10.1177/13540688251380615>
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending The Internet Meme: Conceptualizing Technological Mimesis And Imitation Publics On The Tiktok Platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872–1890. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>