



SINISME POLITIK DI MEDIA SOSIAL: ANALISIS KRITIK SOSIAL LAGU VIRAL “BAYAR BAYAR BAYAR” BAND SUKATANI

Bernardus Herdian Nugroho

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret Surakarta

e-mail: bernardus.hn@student.uns.ac.id

Accepted: 12/3/2025; **Published:** 14/3/2025

ABSTRAK

Fenomena sinisme politik di media sosial Indonesia semakin berkembang seiring meningkatnya ekspresi publik melalui konten digital bernuansa kritik sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi sinisme politik dalam lagu viral “Bayar Bayar Bayar” karya band Sukatani, yang menyuarakan keresahan masyarakat terhadap beban ekonomi dan ketidakadilan sosial melalui media sosial. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode analisis wacana kritis (CDA) menurut model Fairclough. Data diperoleh dari dokumentasi lirik lagu, video distribusi di YouTube dan TikTok, serta respons publik melalui komentar dan unggahan ulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lagu tersebut merepresentasikan sinisme politik sebagai bentuk kritik kolektif terhadap elite dan institusi negara yang dianggap tidak berpihak pada rakyat. Media sosial memainkan peran signifikan dalam memperkuat distribusi pesan dan membentuk ruang partisipasi politik non-konvensional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa budaya populer digital, seperti lagu viral, dapat menjadi kanal efektif untuk mengartikulasikan kritik politik dan memperluas ruang demokrasi digital, meskipun juga berisiko melahirkan apatisme jika tidak disertai dengan upaya advokatif.

Kata Kunci: Sinisme Politik, Media Sosial, Budaya Populer, Lagu Viral, Komunikasi Politik Digital.

ABSTRACT

The phenomenon of political cynicism on Indonesian social media is growing along with the increasing public expression through digital content with nuances of social criticism. This study aims to analyze the representation of political cynicism in the viral song "Bayar Bayar Bayar" by the band Sukatani, which voices public concerns about economic burdens and social injustice through social media. The approach used is qualitative descriptive with the critical discourse analysis (CDA) method according to the Fairclough model. Data were obtained from documentation of song lyrics, video distribution on YouTube and TikTok, and public responses through comments and re-uploads. The results of the study show that the song represents political cynicism as a form of collective criticism of elites and state institutions that are considered not to side with the people. Social media plays a significant role in strengthening the distribution of messages and forming a space for non-conventional political participation. This study concludes that digital popular culture, such as viral songs, can be an effective channel for articulating political criticism and expanding the space for digital democracy, although it also risks giving rise to apathy if not accompanied by advocacy efforts.

Keywords: Political Cynicism, Social Media, Popular Culture, Viral Songs, Digital Political Communication.

PENDAHULUAN

Di era digital, media sosial bukan hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga arena ekspresi politik masyarakat yang bersifat partisipatif dan simbolik. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat menanggapi fenomena politik dari sekadar penerima informasi menjadi produsen narasi, kritik, dan satire politik. Salah satu bentuk paling mencolok dari ekspresi politik digital adalah melalui konten budaya populer seperti meme, video pendek, hingga lagu viral yang mengandung pesan sosial. Fenomena ini tidak terlepas dari meningkatnya sinisme politik (*political cynicism*) di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda, yang merasa semakin jauh dari institusi politik dan elite penguasa.

Sinisme politik merujuk pada sikap skeptis dan tidak percaya terhadap motif dan integritas aktor politik, serta persepsi bahwa institusi politik tidak lagi mewakili kepentingan publik (Cappella & Jamieson, 1997; Nurudin & Haryanto, 2022). Dalam konteks Indonesia, sinisme ini berkembang seiring dengan berulangnya kasus korupsi, kontroversi kebijakan publik, serta citra politisi yang dianggap transaksional dan oportunistik. Ketika saluran politik formal gagal menyerap aspirasi masyarakat, media sosial menjadi ruang alternatif yang memungkinkan kritik disampaikan dengan cara yang lebih ekspresif, informal, dan *relatable*.

Salah satu bentuk manifestasi sinisme politik kontemporer yang menarik untuk dianalisis adalah lagu “Bayar Bayar Bayar” karya band Sukatani, yang viral di *platform* YouTube dan TikTok pada awal 2025. Lagu ini menyuarakan keresahan masyarakat terhadap oknum kepolisian, serta perilaku aparat dan pejabat publik yang dianggap eksploitatif. Lirik-lirik lagu tersebut menyentil berbagai isu seperti pungutan liar, ketimpangan ekonomi, dan ketidakadilan sosial dengan gaya satire yang ringan namun tajam. Fenomena viralitas lagu ini menunjukkan bahwa konten hiburan dapat menjadi medium kritik politik yang efektif, terutama ketika dikemas dalam bahasa dan irama yang dekat dengan keseharian masyarakat.

Dalam perspektif komunikasi politik, ekspresi semacam ini mencerminkan bentuk komunikasi politik non-konvensional yang lahir dari bawah (*bottom-up*), dan beroperasi melalui logika algoritma media sosial (Papacharissi, 2020). Tidak hanya sebagai hiburan, lagu “Bayar Bayar Bayar” juga berfungsi sebagai kanal artikulasi keresahan sosial, resistensi simbolik terhadap ketimpangan kekuasaan, serta cermin dari menurunnya kepercayaan publik terhadap elite politik. Oleh karena itu, penting untuk menelaah bagaimana sinisme politik diekspresikan, diproduksi, dan disebarluaskan melalui media sosial dalam format budaya populer.

Sinisme politik merujuk pada ketidakpercayaan masyarakat terhadap institusi politik, elite penguasa, dan sistem pemerintahan secara keseluruhan. Hal ini biasanya muncul sebagai respons terhadap persepsi korupsi, ketidakadilan kebijakan, dan kegagalan sistem politik dalam memenuhi aspirasi rakyat (Nuryanti, 2023). Di era digital, sinisme politik tidak hanya tercermin dalam bentuk apatisme politik konvensional, tetapi juga dalam ekspresi kreatif seperti meme, lagu, dan satire.

Nurudin dan Haryanto (2022) menunjukkan bahwa sinisme politik di media sosial Indonesia berkembang melalui humor, parodi, dan narasi yang mencerminkan kekecewaan publik terhadap retorika politik. Sikap ini berbahaya jika tidak dikelola secara positif, karena dapat menurunkan partisipasi politik yang sehat dan memperkuat polarisasi publik.

Media sosial telah menjadi ruang mediatif di mana ekspresi politik tidak lagi terbatas pada forum formal, melainkan meluas ke ranah budaya populer. Papacharissi (2020) menjelaskan bahwa bentuk komunikasi politik baru bersifat personal, emosional, dan sering kali terjalin melalui "*affective publics*" kelompok yang terbentuk melalui emosi bersama, bukan hanya ideologi.

Aminah dan Wulandari (2021) menyebut bahwa satir politik dalam musik dan video viral menjadi sarana penting untuk menyuarakan kritik terhadap sistem politik yang timpang. Konten semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi estetis, tetapi juga sebagai bentuk

partisipasi politik digital yang menyentuh masyarakat akar rumput (Aminah & Wulandari, 2021).

Lagu-lagu dengan muatan kritik sosial telah lama digunakan sebagai alat resistensi simbolik terhadap struktur kekuasaan. Dalam konteks digital, musik menjadi sarana efektif menyampaikan pesan politik karena dapat menyentuh ranah emosional publik. Yuliarti dan Fadhilah (2020) menemukan bahwa musik protes dan konten viral lainnya memegang peran signifikan dalam menggerakkan kesadaran kolektif terhadap ketimpangan sosial dan ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lagu “Bayar Bayar Bayar” sebagai representasi sinisme politik masyarakat Indonesia di media sosial. Fokus kajian diarahkan pada lirik, konteks penyebaran, dan respons publik sebagai bagian dari dinamika komunikasi politik digital. Dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis, studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai relasi antara budaya populer, sinisme politik, dan demokrasi digital di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis wacana kritis (*critical discourse analysis/CDA*). Pendekatan ini dipilih untuk mengkaji bagaimana pesan-pesan politik yang bersifat sinis direpresentasikan melalui teks lirik lagu dan konteks penyebarannya di media sosial. Analisis wacana kritis memungkinkan peneliti memahami hubungan antara bahasa, kekuasaan, dan ideologi dalam konteks komunikasi politik digital.

Model CDA yang digunakan merujuk pada Norman Fairclough (1995) yang membagi analisis wacana ke dalam tiga dimensi: (1) teks, (2) praktik diskursif (produksi dan konsumsi), dan (3) praktik sosial (konteks sosiopolitik yang lebih luas). Pendekatan ini relevan untuk membaca makna di balik lirik lagu, proses penyebarannya di media sosial, serta respon publik yang tercermin dalam komentar atau partisipasi digital (Fairclough, 1995).

Objek dan Fokus Penelitian

Objek utama dalam penelitian ini adalah lagu "Bayar Bayar Bayar" karya band Sukatani, khususnya lirik lagu dan konteks sosialnya. Kemudian media sosial sebagai ruang persebaran dan amplifikasi pesan, termasuk komentar pengguna, unggahan ulang (*repost*), serta interpretasi publik di *platform* seperti YouTube dan TikTok. Fokus utama diarahkan pada representasi sinisme politik dalam teks lagu, serta praktik komunikatif publik dalam menyebarkan dan merespons kritik sosial tersebut.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui dokumentasi lirik lagu, video original, dan konten viral yang menyertakan lagu tersebut di *platform* YouTube dan TikTok. Observasi netnografi, penelusuran komentar pengguna, reaksi publik, serta tren penyebaran lagu dalam bentuk tagar, duplikat, atau parodi. Serta Kajian pustaka, penelusuran jurnal, artikel, dan teori terkait *political cynicism*, komunikasi politik digital, serta budaya populer.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan tiga tahap analisis wacana kritis (Fairclough, 1995):

1. Analisis Teks: mengidentifikasi kata kunci, metafora, struktur kalimat, dan gaya bahasa dalam lirik lagu sebagai bentuk kritik sosial dan sinisme politik.
2. Analisis Praktik Diskursif: mengkaji bagaimana lagu tersebut diproduksi dan disebarluaskan, serta bagaimana publik mengonsumsinya melalui media sosial.

3. Analisis Praktik Sosial: menghubungkan isi lagu dan praktik diskursif dengan konteks sosial-politik Indonesia, terutama dalam hal relasi rakyat dengan elite politik dan aparat negara.

Kriteria Validitas Data

Validitas dalam penelitian kualitatif ini dijaga melalui Triangulasi data, yaitu membandingkan antara data primer (lirik lagu & komentar netizen) dan data sekunder (berita, artikel, jurnal). Serta konsistensi interpretasi, dengan menjaga konteks sosial-politik sebagai latar analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar 1. Representasi Sinisme Politik dalam Lirik Lagu “Bayar Bayar Bayar”



Lagu “Bayar Bayar Bayar” karya band Sukatani menjadi salah satu contoh ekspresi budaya populer yang sarat dengan kritik sosial dan sinisme terhadap struktur kekuasaan. Lirik lagu yang sederhana namun tajam menyentil berbagai kewajiban ekonomi yang dibebankan kepada masyarakat kecil, seperti:

“Mau bikin SIM, bayar polisi. Ketilang di jalan, bayar polisi. *Touring* motor gede, bayar polisi. Angkot mau ngetem, bayar polisi...”

Pengulangan kata “bayar” menjadi penanda semantis atas beban hidup yang terus-menerus ditanggung masyarakat, sementara pelayanan publik tidak kunjung membaik. Lagu ini menggunakan gaya satire, dengan struktur naratif yang memperkuat ironi bahwa rakyat terus membayar, sementara negara dan aparat seolah hanya menuntut tanpa memberi timbal balik yang setara.

Dalam perspektif analisis wacana kritis (Fairclough, 1995), struktur bahasa dalam lirik ini membentuk resistensi simbolik terhadap relasi kuasa antara rakyat dan elite. Penggunaan metafora sehari-hari membuat pesan mudah diterima oleh masyarakat luas. Lagu ini juga menciptakan “solidaritas wacana” (*discursive solidarity*) yang menghubungkan pengalaman individual menjadi pengalaman kolektif yakni bahwa hampir semua rakyat merasakan ketidakadilan yang sama.

Media Sosial sebagai Ruang Sirkulasi Kritik dan Sinisme

Setelah dirilis di *platform* YouTube dan TikTok, lagu ini dengan cepat viral dan dijadikan latar belakang ratusan video reaksi, parodi, hingga konten satire. Berdasarkan observasi netnografi, video ini mengumpulkan ribuan komentar, sebagian besar bersifat empatik dan reflektif, seperti:

Gambar 2. Komentar Publik Mengenai Viralitas Lagu “Bayar Bayar Bayar”



Komentar-komentar ini menegaskan bahwa lagu tersebut bukan hanya produk hiburan, tetapi juga kanal artikulasi emosi politik. Hal ini sejalan dengan konsep “*affective publics*” yang dikemukakan Papacharissi (2020), yaitu komunitas digital yang terbentuk bukan oleh ideologi formal, tetapi oleh afeksi bersama, seperti kemarahan, frustrasi, atau kelelahan politik (Papacharissi, 2020).

Fenomena ini juga menunjukkan bahwa sinisme politik di media sosial tidak selalu berwujud apatisme, tetapi bisa menjadi bentuk partisipasi politik non-konvensional (Aminah & Wulandari, 2021). Alih-alih diam, masyarakat memilih untuk mengekspresikan keresahan melalui konten kreatif yang bisa menjangkau audiens luas dan lintas kelas sosial.

Konstelasi Sosial Politik yang Mendorong Munculnya Kritik

Viralitas lagu “Bayar Bayar Bayar” tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial-politik Indonesia pasca pemilu. Masyarakat menunjukkan kejenuhan terhadap politisi dan elite yang dianggap tidak representatif, terutama di tengah situasi ekonomi yang sulit, kasus-kasus korupsi, dan ketidaksetaraan akses publik terhadap pelayanan negara. Menurut Nurudin dan Haryanto (2022), sinisme semacam ini merupakan bentuk krisis kepercayaan, yang jika tidak ditangani dapat menyebabkan delegitimasi politik jangka Panjang (Haryanto, 2022).

Dalam pembacaan praktik sosial (Fairclough, 1995), lagu ini merepresentasikan kondisi ketegangan struktural antara rakyat dan negara. Ia tidak hanya mengkritik figur tertentu, tetapi sistem yang dianggap tidak adil. Ini menjadikan lagu tersebut sebagai bentuk kritik sistemik, bukan sekadar satire kasual.

Dampak terhadap Komunikasi Politik dan Demokrasi Digital

Meskipun tidak berasal dari institusi formal, lagu ini telah mengambil alih sebagian ruang komunikasi politik yang biasanya dikuasai media arus utama. Media sosial memberikan ruang bagi narasi tandingan, di mana masyarakat bisa membangun opini bersama secara horizontal dan partisipatif. Sinisme dalam hal ini menjadi bentuk kewaspadaan kolektif terhadap kekuasaan, meskipun belum tentu diikuti oleh keterlibatan politik formal seperti pemilu atau aksi advokasi.

Namun demikian, terdapat risiko bahwa sinisme yang terus berkembang tanpa arah solutif dapat memperkuat apatisisme dan menurunkan kualitas demokrasi deliberatif. Oleh karena itu, penting bagi elite politik untuk menjadikan sinisme ini sebagai cerminan kebutuhan rekonsiliasi antara aspirasi rakyat dan praktik pemerintahan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa lagu “Bayar Bayar Bayar” karya band Sukatani merupakan representasi konkret dari sinisme politik masyarakat Indonesia, khususnya kelompok kelas bawah dan pengguna media sosial. Melalui lirik yang sederhana namun sarat makna, lagu ini menyuarakan ketidakpuasan terhadap beban ekonomi, ketimpangan pelayanan publik, dan perilaku elite politik yang dianggap tidak berpihak kepada rakyat.

Dalam kerangka analisis wacana kritis, lagu ini tidak hanya mencerminkan kritik individual, tetapi juga mengartikulasikan keresahan kolektif yang lahir dari pengalaman struktural dan ketimpangan sosial. Penggunaan media sosial sebagai saluran distribusi memperkuat jangkauan pesan, menjadikan konten ini sebagai bagian dari komunikasi politik digital yang bersifat organik dan partisipatif.

Sinisme politik yang ditampilkan dalam lagu ini bersifat simbolik namun kuat secara emosional. Ia memperlihatkan bagaimana media sosial memungkinkan rakyat menyampaikan kritik tanpa melalui jalur formal, serta membuka ruang baru bagi bentuk partisipasi politik non-konvensional berbasis budaya populer. Namun demikian, ekspresi sinis yang tidak dibarengi dengan agenda advokatif dapat berisiko melahirkan apatisisme dan delegitimasi politik yang lebih luas.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting:

1. Bagi pemerintah dan elite politik, ekspresi sinisme seperti dalam lagu ini seharusnya dipahami sebagai sinyal krisis kepercayaan publik yang perlu dijawab dengan transparansi kebijakan, keadilan sosial, dan komunikasi publik yang lebih terbuka dan empatik.
2. Bagi masyarakat sipil dan generasi muda, penting untuk mendorong ekspresi politik kritis melalui media sosial agar tidak berhenti pada satire atau keluhan, tetapi berkembang menjadi partisipasi aktif dalam demokrasi deliberatif.
3. Bagi akademisi dan peneliti, studi ini memperluas kajian komunikasi politik dengan menempatkan budaya populer sebagai salah satu instrumen artikulasi politik rakyat, yang layak untuk terus dieksplorasi dalam konteks demokrasi digital Indonesia.

Dengan demikian, lagu “*Bayar Bayar Bayar*” bukan hanya potret keresahan rakyat, tetapi juga cermin dari dinamika komunikasi politik di era digital di mana suara-suara yang dulunya tersembunyi kini memiliki ruang dan kekuatan untuk membentuk opini publik secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S., & Wulandari, A. (2021). Digital activism and satirical content in Indonesian political communication. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 56–70.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. Oxford University Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
- Nurudin, A., & Haryanto, I. (2022). Political cynicism among millennials: Digital democracy and political distrust in Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(3), 72–89.
- Nuryanti, I. (2023). Youth, social media, and political cynicism: A case study in post-election Indonesia. *Journal of Contemporary Southeast Asian Studies*, 55(2), 121–137.
- Papacharissi, Z. (2020). Affective publics and structures of storytelling. *Information, Communication & Society*, 23(3), 379–391.
- Yuliarti, I., & Fadhilah, N. (2020). Public cynicism on social media: Youth political behavior post-election 2019. *Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 101–114.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)