



**ETNOGRAFI VIRTUAL TENTANG PROLIFERASI PEMAKAIAN LAGU
“BERTAUT” KARYA NADIN AMIZAH DI MEDIA SOSIAL**

Endah Murniaseh¹, Catur Suratnoaji², Heidy Arviani³, Zainal Abidin Achmad⁴

¹⁻⁴Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

¹endahmurniaseh@gmail.com, ²catur_suratnoaji.ilkom@upnjatim.ac.id,

³heidy_arviani.ilkom@upnjatim.ac.id, ⁴z.abidinachmad@upnjatim.ac.id

Article Info

Article history:

Received 10 Mei 2021

Accepted 5 Juli 2021

Published 1 Oktober 2021

Keyword:

Etnografi Virtual, Lagu Bertaut, Media Making, Media Sosial

Abstract

Linked song is experiencing widespread usage proliferation on social media. Social media users also benefit from using the Linked song elements, in the form of significant additions of viewers, followers, likes, and subscribers so that they get income from advertising. This study aims to investigate the forms of proliferation of “Bertaut” song use by Nadin Amizah on TikTok, YouTube, and Instagram. The research method uses a qualitative approach with virtual ethnography. The results of the study show that the proliferation of Bertaut songs occurs in various forms of content upload, including: song covers, stories, feeds, IGTV, footage, captions using song elements in the form of lyrics, music sound fragments, and song video fragments. The phenomenon of the proliferation of Linked songs on social media shows the media making capabilities of TikTok, YouTube, and Instagram.

Lagu Bertaut mengalami proliferasi pemakaian yang meluas di media sosial. Pengguna media sosial turut mendapatkan keuntungan dari menggunakan unsur-unsur lagu Bertaut tersebut, berupa penambahan viewer, follower, like, dan subscriber yang signifikan sehingga mendapatkan pemasukan dari iklan. Studi ini bertujuan melakukan penelusuran terhadap bentuk-bentuk proliferasi penggunaan lagu Bertaut Karya Nadin Amizah di TikTok, YouTube, dan Instagram. Metode penelitian menggunakan kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk proliferasi lagu Bertaut terjadi dalam berbagai bentuk unggahan konten, antara lain: cover lagu, stories, feed, IGTV, footage, caption dengan menggunakan unsur lagu berupa penggalan lirik, penggalan suara musik, dan penggalan video lagu. Fenomena proliferasi lagu Bertaut di media sosial, menunjukkan kemampuan media making yang dilakukan oleh TikTok, YouTube, dan Instagram.

Copyright © 2021 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

Editorial Office:

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: jurnalilkom@uinsby.ac.id

Pendahuluan

Pada survei yang dilakukan oleh *We Are Sosial* menunjukkan bahwa layanan *streaming* musik banyak digemari pengguna media, dengan durasi penggunaan 1 jam 26 menit per hari¹. Sehingga banyak lagu yang didengar dan terkenal melalui layanan *streaming* dan media sosial.² Sehingga, semakin banyak penyanyi yang menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran digital³. Pemasaran digital memberikan jaminan keuntungan kepada para penyanyi melalui pendapatan dari royalti berdasarkan banyaknya iklan yang tayang pada unggahannya karya seni mereka di akun media sosial.⁴ Karya lagu yang bagus hasil unggahan para penyanyi, apabila mendapatkan banyak jumlah pendengar (*listeners*), penonton (*viewers*), penyuka (*likes*), dan pelanggan (*subscribers*), membuat para penyanyi dikenal luas oleh masyarakat. Dampaknya akun media sosial para penyanyi semakin banyak diikuti pengguna sosial media (*followers*)⁵. Semakin banyak jumlah *listeners*, *viewers*, *followers*, dan *subscribers*, tentu semakin

banyak iklan yang ikut tayang dalam unggahan lagu-lagu tersebut.⁶

Salah satu album lagu yang sukses dipasarkan melalui media sosial adalah “Selamat Ulang Tahun” karya Nadin Amizah. Album tersebut resmi diluncurkan pada bulan Mei 2020 di media sosial YouTube, yang berisi 10 lagu, antara lain: *Intro*, *Kanyaah*, *Paman Tua*, *Kereta Ini Melaju Terlalu Cepat*, *Beranjak Dewasa*, *Bertaut*, *Taruh*, *Cermin*, *Mendarah*, dan *Sorak Sorai*. Nadin Amizah menyatakan bahwa keseluruhan lagu tersebut merupakan kontemplasi diri menuju kedewasaan dalam menyambut usia 20 tahun, sebagai perwujudan ekspresi kegelisahan, kebingungan, kesoktahuan, kebodohan, dan kebahagiaan yang bercampur aduk dalam masa menuju pendewasaan⁷.

Album tersebut mendapatkan respons yang sangat baik dari pengguna sosial media, dengan jumlah *streaming* mencapai lebih dari 5 Juta *listeners* hanya dalam waktu 2 minggu setelah resmi diunggah⁸. Nama Nadin Amizah pun berhasil menembus *Spotify Top Chart 200*

¹ Simon Kemp, “Digital 2020: 3,8 Billion People Use Social Media,” *We Are Sosial*, last modified 2020, accessed March 12, 2020, <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>.

² Zainal Abidin Achmad and Oktavira Wahyu Setiyanti, “The Effectiveness Use of Soundcloud Application as Social Media for Promoting Pop Punk Indie Band,” in *BISSTECH* (Denpasar, 2015), 60.

³ Jari Salo, Mikko Lankinen, and Matti Mäntymäki, “The Use of Social Media for Artist Marketing: Music Industry Perspectives and Consumer Motivations,” *International Journal on Media Management* 15, no. 1 (January 2013): 25.

⁴ Mark Bender, Esther Gal-Or, and Tansev Geylani, “Attracting Artists to Music Streaming Platforms,” *European Journal of Operational Research* 290, no. 3 (May 1, 2021): 1085, DOI:10.1080/14241277.2012.755682.

⁵ Jens Mattke et al., “Herd Behavior in Social Media: The Role of Facebook Likes, Strength of Ties, and Expertise,” *Information & Management* 57, no. 8 (2020): 44, <https://scholar.google.com>.

⁶ Suzanne M. Kirchhoff, “Advertising Industry in the Digital Age,” *Advertising: Developments and Issues in the Digital Age* (2011): 5, <http://link.bu.edu/portal/Advertising-industry-in-the-digital-age-Suzanne/VwaZpK0Hg4c/>.

⁷ Ady Prawira Riandi, “Album Selamat Ulang Tahun Nadin Amizah Tembus 5 Juta Streaming Dalam 2 Minggu,” *Kompas.Com*, last modified 2020, <https://www.kompas.com/hype/read/2020/07/27/170030366/album-selamat-ulang-tahun-nadin-amizah-tembus-5-juta-streaming-dalam-2>.

⁸ Atfi Indriany Putri, “Lagu Bertaut Dirangkai Dalam Bahasa Yang Tajam, Nadin Amizah: Bercerita Tentang Ikatan Ibu Dan Anak,” *Pikiran Rakyat*, last modified 2020, <https://bogor.pikiran->

Indonesia dan menjadi *trending topic* di Twitter⁹. Bahkan, album “Selamat Ulang Tahun” masuk ke dalam nominasi Anugerah Musik Indonesia (AMI) dengan kategori Album Terbaik-Terbaik, Album Pop Terbaik serta penghargaan Produksi *Folk-Country-Balada* Terbaik untuk lagu berjudul “Bertaut”¹⁰. Sebagai lagu terbaik, “Bertaut” pantas mendapatkan jumlah pendengar yang paling banyak dibandingkan dengan 9 judul lagu lainnya. Sebagaimana tercatat dari akun YouTube milik Nadin Amizah, video musik lagu Bertaut telah dilihat lebih dari 7,9 Juta kali di YouTube hingga tanggal 30 Desember 2020, setelah diunggah pada 2 November 2020 di <https://www.youtube.com/channel/UCrorPql9QrqsBNFNckfEcw>, link akun YouTube Nadin Amizah.¹¹

Lagu Bertaut mengisahkan tentang ikatan seorang ibu dengan anak. Dalam lagu ini, Nadin merangkai dengan bahasa yang tajam dan indah. Selain itu, ia juga sangat lugas untuk menuturkan tentang batin dan cinta yang tumbuh bersama dan melekat dalam satu¹². Ikatan ibu dan anak dalam lagu ini juga diperjelas dengan penggunaan kata “Bun” secara literal

dalam lirik lagu ini. Kata “Bun” merupakan panggilan yang Ia tujukan kepada sang Ibunda. Penggunaan kata “Bun” ditujuakan agar khalayak tidak memberikan interpretasi lain di luar hubungan Nadin dan sang bunda¹³.

Setelah lagunya di media *streaming* Spotify dan video musiknya di Youtube mendapatkan kesuksesan, lagu Bertaut ini semakin populer di khalayak pengguna media sosial lainnya. Kepopulerannya berdampak pada penggunaan unsur-unsur lagu (lirik, musik, adegan video) di berbagai media sosial seperti TikTok, YouTube dan Instagram oleh para penggunanya. Sebagian unsur lagu tersebut dimanfaatkan sebagai wujud ekspresi yang mewakili perasaan para pengguna sosial media yang berupa foto, teks, atau video dengan menggunakan lagu bertaut sebagai latar suasananya.

Misalnya di media sosial TikTok, sebuah media sosial yang berisikan konten berupa video pendek¹⁴, unggahan konten bertagar #bertaut telah mencapai lebih dari 43,2 juta unggahan hingga 19 Maret 2021. Link tagar lagu Bertaut di TikTok <https://vt.tiktok.com/ZSJFv1K9J/>.

[rakyat.com/entertainment/pr-08910407/lagu-bertaut-dirangkai-dalam-bahasa-yang-tajam-nadin-amizah-bercerita-tentang-ikatan-ibu-dan-anak](https://www.rakyat.com/entertainment/pr-08910407/lagu-bertaut-dirangkai-dalam-bahasa-yang-tajam-nadin-amizah-bercerita-tentang-ikatan-ibu-dan-anak).

⁹ Riandi, “Album Selamat Ulang Tahun Nadin Amizah Tembus 5 Juta Streaming Dalam 2 Minggu.”

¹⁰ Halimah Saadiyah, “Kupas Makna Lagu-Lagu Dalam Album Nadin Amizah ‘Selamat Ulang Tahun,’” *Gen Sindo*, last modified 2020, <https://gensindo.sindonews.com/read/251444/700/kupas-makna-lagu-lagu-dalam-album-nadin-amizah-selamat-ulang-tahun-1606745466>.

¹¹ Nadin Amizah, *Nadin Amizah-Bertaut (Official Music Video)* (Jakarta: YouTube, 2020), <https://www.youtube.com/watch?v=HyhLsy6b0X>.

¹² Putri, “Lagu Bertaut Dirangkai Dalam Bahasa Yang Tajam, Nadin Amizah: Bercerita Tentang Ikatan Ibu Dan Anak.” <https://bogor.pikiran-rakyat.com>.

¹³ Fathurrozak, “Cerita Nadin Di Balik Selamat Ulang Tahun,” *Media Indonesia*, last modified 2020, <https://mediaindonesia.com/weekend/319055/cerita-nadin-di-balik-selamat-ulang-tahun>.

¹⁴ TikTok.com, “About TikTok,” last modified 2021, <https://www.tiktok.com/about?lang=id-ID>.

Unggahan tersebut berupa penggalan musik dan lirik lagu yang mengiringi video singkat aktivitas interaksi antara anak dengan orangtua, interaksi antara orang yang kasmaran, interaksi pasangan yang saling menyayangi, bahkan sebagai iringan pada unggahan yang berisikan tips dan trik. Beberapa unggahan video pengguna TikTok yang menggunakan latar lagu Bertaut, seringkali masuk ke fitur *For Your Page* (FYP) karena berhasil mendapatkan jumlah komentar dan jumlah *like* yang banyak.

Penggunaan lagu Bertaut di YouTube, sebagai platform untuk unggahan konten video gratis¹⁵, dan mendapatkan banyak versi video musik *cover* (dinyanyikan oleh orang lain). Hasil penelusuran studi ini menunjukkan fakta menarik. Bahwa pada unggahan video lagu Bertaut hingga 19 Maret 2021, mencapai lebih dari 19 ribu komentar yang berisi curahan hati pengguna YouTube pada link: <https://www.youtube.com/watch?v=HyhLsy6b0XI>.

Sedangkan di Instagram, sebagai media sosial yang berfokus pada unggahan foto dan video¹⁶, terdapat lebih dari 1500 postingan tentang lagu Bertaut. Sebagian besar konten Instagram yang menggunakan lagu Bertaut merupakan *cover* lagu. Bentuk konten lainnya adalah berbentuk postingan teks berupa penggalan lirik lagu Bertaut, dan postingan teks dengan iringan penggalan lagu Bertaut.

Fenomena lagu Bertaut yang digunakan dalam berbagai bentuk konten

unggahan di media sosial, menunjukkan kemampuan *media making* yang dilakukan oleh TikTok, YouTube, dan Instagram. Sebuah karya seni mengalami tingkat popularitas yang sangat cepat melalui media sosial. Lagu Bertaut mengalami proliferasi penggunaan yang meluas, bukan hanya sebagai musik yang dijual oleh Nadin kepada khalayak. Tetapi khalayak pengguna media sosial juga turut mendapatkan keuntungan dari menggunakan unsur-unsur lagu Bertaut tersebut. Pengguna YouTube yang membuat versi cover lagu Bertaut, turut mendapatkan jumlah viewers, likes, dan subscribers yang signifikan sehingga mendapatkan pemasukan dari iklan. Demikian pula para pengguna TikTok dan Instagram yang memanfaatkan lagu Bertaut untuk unggahan-unggahan konten mereka.

Untuk itulah studi ini bermaksud melakukan penelusuran tentang bentuk-bentuk proliferasi penggunaan lagu Bertaut Karya Nadin Amizah di media sosial TikTok, YouTube dan Instagram. Studi ini berharap dapat menemukan motivasi para pengguna media sosial tersebut dalam menggunakan lagu Bertaut dalam unggahannya, mendapatkan informasi tentang kecepatan penyebaran dan besarnya tanggapan pengguna media sosial terhadap unggahan-unggahan dengan konten lagu Bertaut, dan mendapatkan pengetahuan tentang peran penting Tiktok, YouTube, dan Instagram dalam proses *media making* sebuah karya seni lagu.

¹⁵ GCFGlobal, "What Is YouTube?," last modified 2020, <https://edu.gcfglobal.org/en/youtube/what-is-youtube/1/>.

¹⁶ Elise Moreau, "What Is Instagram and Why Should You Be Using It?," *Lifewire*, last modified

2021, <https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316#:~:text=Instagram is like a simplified,photos you see on Instagram.>

Media, Teknologi dan Masyarakat

Era digital yang membuat kehidupan masyarakat semakin mudah, hal ini dimudahkan dengan adanya jaringan internet atau teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu industri yang berubah karena era digital adalah industri musik. Dulu, rilisan musik biasa diabadikan dengan cakram padat, pita kaset atau *compact disc*. Namun kini hasil karya tersebut dapat didistribusikan pada media *online* seperti media sosial, layanan streaming ataupun web profile. My Space yang muncul pada awal tahun 2000-an menjadi tanda bahwa era digital telah masuk di industri musik. Dengan my Space, semua orang dapat membuat profil serta hasil karya musik yang mereka miliki. Pada tahun 2006, terdapat *Reverbnation* yang membuat para musisi untuk bermain di festival tanpa perlu memiliki label.

Hingga akhirnya saat ini semakin banyak platform digital yang dapat digunakan guna mendistribusikan musik seperti Spotify, iTunes, Deezer, Joox, YouTube musik, Soundcloud dan lainnya. Menggunakan *platform streaming*, para musisi dapat mendistribusikan karyanya menggunakan media suara. Serta *platform video sharing* seperti YouTube, dengan *platform video sharing*, para musisi dapat mendistribusikan karyanya dengan bentuk video. Sementara dengan *platform web profile* seperti Instagram, Twitter,

Facebook dan lainnya, musisi dapat menyampaikan informasi yang bersifat lebih personal seperti update informasi terbaru, membentuk *brand imange* serta berinteraksi dengan para *audience*.¹⁷ Akses menggunakan platform digital untuk mendengarkan musik yang praktis membuat banyak penikmat musik yang menggunakannya. Terbukti saat pandemic COVID-19, menurut data *World Economic Forum*, jumlah *streaming* musik mengalami kenaikan sebanyak 9 persen menjadi 47 persen¹⁸.

Media sosial merupakan suatu media *online* dimana para penggunanya dapat dengan gampang berpartisipasi, berbagi, serta menghasilkan isi meliputi web, sosial network ataupun jejaring sosial, wiki, forum serta dunia virtual. Web, jejaring sosial serta wiki bisa jadi ialah wujud media sosial yang sangat universal digunakan oleh warga di segala dunia. Media sosial merupakan "suatu kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar pandangan hidup serta teknologi *Website 2.0*, serta yang membolehkan penciptaan serta pertukaran *user-generated content*"¹⁹.

Sedangkan jejaring sosial ialah *web* dimana tiap orang dapat membuat *website page* individu, setelah itu tersambung dengan teman-teman buat berbagi data serta berbicara. Jejaring sosial terbanyak antara lain Facebook, Myspace, serta

¹⁷ Darmarespati, "Strategi Distribusi Rilisan Musik Di Era Digital," *Suara.Com*, last modified 2020, accessed May 20, 2021, <https://yoursay.suara.com/news/2020/01/13/132138/strategi-distribusi-rilisan-musik-di-era-digital>.

¹⁸ Aisyah Kamaliah, "Pendapatan Musik Global Turun Rp 148 Triliun, Streaming Musik Naik 9%," *DetikInet*, last modified 2020,

<https://inet.detik.com/business/d-5133585/pendapatan-musik-global-turun-rp-148-triliun-streaming-musik-naik-9>.

¹⁹ Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," *Business Horizons* 53, no. 1 (February 2010): 60, DOI:10.1016/j.bushor.2009.09.003.

Twitter. Bila media tradisional memakai media cetak serta media broadcast, hingga media sosial memakai internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik buat berpartisipasi, *feedback* terbuka, berikan pendapat, berdonasi dan membagi data dalam waktu cepat serta tidak terbatas²⁰.

Media sosial ialah pergeseran model mekanisme siaran dari banyak orang ke banyak orang. Formatnya berakar dari obrolan antara penulis pesan kepada sejumlah orang dalam saluran sosial mereka. Pengguna media sosial mempunyai kesempatan untuk menyalurkan pikiran, pendapat serta keahliannya secara global. Sebelum adanya media sosial, masyarakat hanya dapat menjadi penonton, namun dengan adanya fasilitas internet serta aplikasi yang terdapat di dalamnya, memungkinkan masyarakat menjadi pembuat konten yang dapat mempengaruhi masyarakat lain, sekaligus berperan sebagai pemain media sosial²¹.

Sebagai sarana interaksi banyak orang, media sosial berperan sebagai media untuk memahami berbagai realitas pada waktu yang bersamaan. Media sosial menunjukkan sebuah hubungan interaktif antara peristiwa dunia, manusia, dan media. Manusia memproduksi berbagai budaya, dan pada saat waktu yang sama

dunia sedang diproduksi oleh media sosial.²² Suatu peristiwa yang diliput media mengilustrasikan apa yang dimaksud dengan manusia hidup dalam dunia dari media, bukan dalam sebuah dunia media. Media akan membentuk (*making*) realitas atas peristiwa tertentu. Namun saat yang bersamaan, realitas (politik, budaya, ekonomi) yang muncul akan mempengaruhi (*making*) media²³.

Media making menyiratkan bahwa media dibuat oleh dirinya sendiri, sementara media secara simultan membuat sesuatu yang lain lagi. Media mempunyai kekuatan dalam kehidupan kontemporer, namun di sisi lain media tidak dapat lepas dari realitas yang membentuknya. *Media making* pada dasarnya merupakan upaya untuk memahami realitas, sementara pada saat yang bersamaan media membangun konteks dari apa yang telah dikonstruksikan melalui teks media. Teks dalam media meliputi segala mediasi dalam bahasa, suara, imajinasi dan rasa yang terdapat di media. Teks dalam hal ini diproduksi oleh para pembaca, sementara sebuah program acara media diproduksi oleh industri.

Proses *media making* juga dapat dipahami sebagai produksi budaya, hal ini karena dalam produksi teks serta usaha menginterpretasi teks yang tidak lepas dari situasi yang melatarbelakangi teks tersebut diproduksi. *Media making* merupakan

²⁰ Ririn Puspita Tutiasri et al., "Literasi Media "Bijak Menggunakan Media"," *Jurnal Abdimas Bela Negara* 1, no. 1 (2020): 13, <http://jabn.upnjatim.ac.id › article › download>.

²¹ Catur Suratnoaji, Irwan Dwi Arianto, and Sumardijjati, "Strength Map of Presidential Candidates 2019 in Indonesia Based on a NodeXL Analysis of Big Data from Twitter," *Asian Journal for Public Opinion Research* 6, no. 1 (November 2018): 33, [https://www.ajpor.org/article/13033-strength-map-of-presidential-candidates-2019-in-](https://www.ajpor.org/article/13033-strength-map-of-presidential-candidates-2019-in-indonesia-based-on-a-nodexl-analysis-of-big-data-from-twitter)

[indonesia-based-on-a-nodexl-analysis-of-big-data-from-twitter](https://www.ajpor.org/article/13033-strength-map-of-presidential-candidates-2019-in-indonesia-based-on-a-nodexl-analysis-of-big-data-from-twitter).

²² Noah Askin and Michael Mauskapf, "What Makes Popular Culture Popular? Product Features and Optimal Differentiation in Music," *American Sociological Review* 82, no. 5 (September 2017): 2, <https://doi.org/10.1177/0003122417728662>.

²³ Lawrence Grossberg, Ellen Wartella, and D. Charles Whitney, *Media Making: Mass Media In Popular Culture* (Thousand Oaks: SAGE Publications, 1988).

suatu gerakan yang dimulai saat munculnya kebangkitan internet. Saat internet semakin berkembang, adanya kesadaran untuk *Do It Yourself* (DIY) juga berkembang. Hal ini juga membuat penerimaan produksi media yang dapat diterima secara lokal dan pribadi²⁴.

Proses Media making juga dapat terjadi pada saat ada perubahan media untuk penyampaian pesan. Salah satunya adalah perubahan media untuk praktik siaran radio yang dulu hanya melalui gelombang Frequency Modulation (FM), kemudian memanfaatkan audio streaming dan YouTube untuk mengunggah program siarannya. Adaptasi siaran radio dengan menggunakan teknologi komunikasi tersebut berdampak pada semakin luasnya jangkauan pendengar dan berdampak pula pada semakin banyaknya penggemar program siaran radio tersebut. Siaran YouTube telah membuat musik campursari mengalami proliferasi, sehingga musik campursari digemari secara luas oleh masyarakat Jawa Timur bahkan hingga mancanegara²⁵.

Perkembangan media sosial yang begitu cepat disertai dengan jumlah pengguna yang terus bertambah di setiap tahun, membuatnya tidak dapat dipisahkan

dari kehidupan sehari-hari. Hiburan, informasi menarik serta jaringan merupakan bagian dari kebutuhan kehidupan manusia yang tersedia di media sosial²⁶. Banyaknya pengguna media sosial yang memiliki minat sama akan membentuk adanya komunitas daring atau integrasi budaya. Sehingga munculah budaya baru, hal ini dikarenakan budaya akan muncul seiring dengan proses pembelajaran dan diserap menjadi gaya hidup seseorang²⁷.

Budaya yang muncul karena aktivitas di media sosial dapat ditemui pada postingan dan komentar di media sosial pengguna. Selain itu, gaya bahasa baru juga dapat muncul sebagai tanda dari dampak adanya komunitas daring. Para pengguna sering kali mengadopsi kebiasaan dari media sosial ke kehidupan sehari-hari²⁸. Di sisi lain, perkembangan media serta globalisasi akan membuat budaya tradisional sulit untuk dipertahankan. Hal ini dikarenakan akan banyaknya hal baru yang muncul dan akan dipelajari agar budaya tidak tertinggal. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menjaga dan mempromosikan budaya adalah dengan memanfaatkan media sosial²⁹.

²⁴ Lawrence Grossberg, et al., "*Media Making*"

²⁵ Zainal Abidin Achmad, Rachmah Ida, and Mustain Mustain, "A Virtual Ethnography Study: The Role of Cultural Radios in Campursari Music Proliferation in East Java," *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia* 5, no. 2 (Desember 2020): 232, <https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.9787>.

²⁶ Steve Lowisz, "The Influence of Social Media in Today's Culture," *Educating Professionals* (2017): 4, https://foclonline.org/sites/live.foclonline.org/files/outline_345.pdf.

²⁷ Obiageli Ohiagu and Victor Okorie, "Social Media: Shaping and Transmitting Popular Culture," *Covenant Journal of Communication* 2, no. 1 (July 2014): 93, https://www.researchgate.net/publication/284731249_SOCIAL_MEDIA_SHAPING_AND_TRANSMITTING_POPULAR_CULTURE.

²⁸ Obiageli Ohiagu and Victor Okorie, "Social Media," 93.

²⁹ Hossein Hosseini, "Popular Culture in Asia: Globalization, Regionalization, and Localization," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 2, no. 5

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif etnografi virtual dengan mengamati aktivitas pengguna media sosial dan komunitas virtual tertentu, yang bermanfaat untuk menjelaskan pengalaman para pengguna media sosial yang melakukan aktivitas keseharian, komunikasi-interaksi, dan produksi budaya virtual.³⁰ Studi ini secara spesifik menelusuri dan menganalisis unggahan konten dengan memanfaatkan unsur dari lagu “bertaut” (lirik, musik, dan video musik) dengan menyematkan tagar #bertaut dan mengetahui motivasi melakukan unggahan tersebut.

Jumlah informan dalam penelitian ini berjumlah enam orang. Dua orang informan adalah pembuat konten unggahan di TikTok, dua orang adalah pembuat konten unggahan di Instagram, dan dua orang subscriber dari akun YouTube Nadin Amizah. Informan pertama adalah seorang *content creator* TikTok yang memiliki username @Notmyfr13nds dengan jumlah pengikut mencapai 295.500 followers serta jumlah likes 9,6 juta kali. Informan kedua adalah *content creator* TikTok dengan akun @Hanilikehoney yang memiliki jumlah pengikut mencapai 15.400, serta jumlah likes 1,6 juta kali. Informan ketiga adalah pengguna YouTube dengan nama Niken Thalia. Informan keempat adalah pengguna YouTube dengan nama Endah Riski. Informan kelima adalah pengguna Instagram dengan akun @Karinabelinda

yang sering melakukan cover lagu. Informan keenam adalah pengguna Instagram dengan akun @Lailawahyuni_.

Melalui enam orang informan tersebut, penelitian ini dapat mengetahui sehingga dapat mengetahui bentuk proliferasi (persebaran, pertumbuhan) penggunaan lagu Bertaut, mendapatkan informasi tentang kecepatan penyebaran serta besarnya tanggapan pengguna media sosial terhadap unggahan dengan lagu Bertaut, serta mendapatkan pengetahuan tentang peran TikTok, Instagram, dan YouTube dalam proses Media making lagu Bertaut karya Nadin Amizah.

Jenis data yang dianalisis adalah teks multimodal berupa video, foto, teks, berita, serta komentar yang berada di TikTok, Instagram, dan YouTube. Teks multimodal adalah sumber komunikasi verbal dan visual, yang mampu menjelaskan bahwa setiap teks, gambar, dan video memiliki makna yang berbeda, namun mampu memperkuat makna sebenarnya³¹.

Pengumpulan data dilakukan dengan Teknik wawancara mendalam dan penelusuran virtual. Peneliti secara partisipan terlibat dalam diskusi perihal unggahan konten yang menggunakan unsur lagu bertaut, melalui akun TikTok, Instagram, dan Youtube yang dimiliki peneliti. Untuk memperoleh data yang kaya dari sumber pertama, maka etnografi virtual mensyaratkan peneliti terlibat secara partisipatif³².

(December 2010): 7356, DOI:10.1016/j.sbspro.2010.05.094.

³⁰ Zainal Abidin Achmad and Rachmah Ida, “Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian,” *The Journal of Society & Media* 2, no. 2 (October 2018): 138, DOI:10.26740/jsm.v2n2.p130-145.

³¹ Theo Van Leeuwen, *Multimodality and Multimodal Research*; in *The SAGE Handbook of Visual Research Methods* (London: SAGE Publications, Inc., 2020), 477.

³² Zainal Abidin Achmad et al., “The Synergy of Islamic Da’wah and Madura Culture Programmes on Nada FM Sumenep Radio, Indonesia,” *Jurnal*

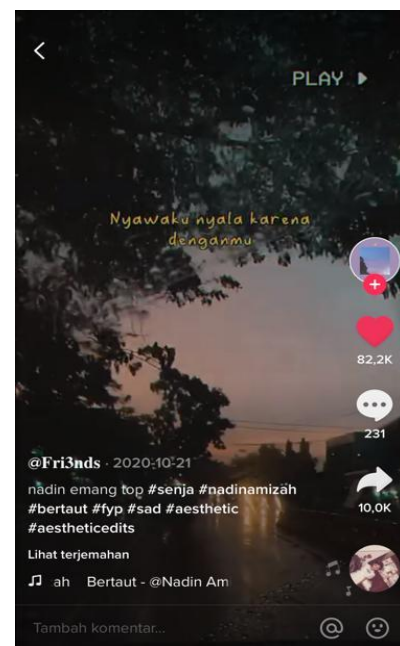
Etnografi virtual menyediakan kemampuan untuk mengungkap fenomena sosial yang dipahami dengan pengalaman baru interaksi peneliti dari tempat serta waktu tertentu.³³ Penelusuran virtual memberikan tantangan bagi peneliti untuk mengolah data yang heterogen (teks, data audiovisual dan lainnya)³⁴.

Hasil dan Pembahasan

Lagu Bertaut merupakan lagu yang masuk dalam album Selamat Ulang Tahun yang rilis pada 28 Mei 2020. Album tersebut berisikan sepuluh lagu yang salah satu diantaranya adalah Bertaut. Lagu ini ditulis sendiri oleh sang penyanyi, Nadin Amizah. Lagu ini menceritakan tentang hidup yang kadang berjalan tidak sesuai harapan, penuh akan cacian serta makian dan cibiran. Meskipun begitu, sosok ibu akan selalu ada untuk sang anak. Baik ketika sang anak merasa hancur ataupun saat sang anak berhasil. Ibu juga menjadi sosok penyemangat untuk sang anak. Bahwa karakter anak tidak jauh dari karakter ibu. Lirik pada akhir lagu menunjukkan harapan, “Aku masih ada sampai di sini, melihatmu kuat setengah mati” dan “semoga lama hidupmu di sini, melihatku berjuang sampai akhir”³⁵.

Pada konten yang terdapat di TikTok hingga 19 Maret 2021, diketahui bahwa terdapat 43,2 juta unggahan konten

yang menggunakan lagu serta tagar #bertaut. Dari banyaknya jenis konten tersebut, secara garis besar berisikan lirik lagu serta kisah hubungan anak dengan orang tua. Konten TikTok yang diunggah oleh akun @notmyfr13nds (gambar 1), berisikan gambar footage video disertai lirik lagu. Berlian mengetahui lagu Bertaut tiga bulan sebelumnya dari Instagram dan TikTok. Bahkan unggahan-unggahan pengguna TikTok mendapatkan banyak like serta komen sehingga sempat masuk ke fitur For Your Page (FYP). Berlian pun berusaha menelusuri keberadaan lagu itu, langsung ke laman YouTube Nadin Amizah untuk mendengarkannya.



Gambar 1: Konten lagu Bertaut di TikTok (Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSJKehAWH/>)

Komunikasi: Malaysian Journal of Communication 37, no. 2 (2021): 115, <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3702-08>.

³³ Zainal Abidin Achmad, “Pergeseran Relasi Antara Pendengar Radio Dengan Institusi Radio Dalam Masyarakat Jaringan (Studi Etnografi Virtual Pada Radio-Radio Budaya Di Jawa Timur Yang Bermediamorfosis)” (Universitas Airlangga, 2020).

³⁴ Daniel Domínguez et al., “Virtual Ethnography,” *Forum: Qualitative Social Research* 8, no. 3 (2007): 2.

³⁵ Saadiyah, “Kupas Makna Lagu-Lagu Dalam Album Nadin Amizah ‘Selamat Ulang Tahun,’” diakses 30 November 2020. <https://gensindo.sindonews.com/read/251444/700/kupas-makna-lagu-lagu-dalam-album-nadin-amizah-selamat-ulang-tahun-1606745466>.

Berlian mengungkapkan bahwa lagu Bertaut merupakan lagu yang enak didengar dan memiliki gaya bahasa yang berbeda dibandingkan dengan lagu lain. Sehingga Ia termotivasi untuk membuat konten dengan latar lagu Bertaut. Konten tersebut juga Ia gunakan sebagai media yang mewakili perasannya dan media renungan terhadap hubungannya dengan sang orang tua. Pada konten yang Ia unggah, Berlian menggunakan tagar #bertaut, tagar tersebut Ia gunakan sebagai keterangan (caption) yang sesuai dengan judul lagu.

Berlian mengungkapkan bahwa konten tersebut mendapatkan apresiasi yang cukup banyak di media sosial TikTok dan sesuai dengan harapannya saat mengunggah konten tersebut. Berlian juga mengungkapkan bahwa konten dengan backsound lagu Bertaut merupakan salah satu konten yang Ia sukai, hal ini karena dapat Ia gunakan sebagai Inspirasi dalam membuat konten. Kualitas video *High Definition* serta tidak dibuat asal-asalan merupakan salah satu konten yang menarik di media sosial.

Konten di TikTok yang diunggah oleh akun @Hanilikehoney pada gambar 2, berisikan perjalanan Saffah untuk mengunjungi makam sang ibu. Ia mulai mengetahui lagu tersebut saat sang penyanyi, Nadin Amizah merilis lagu tersebut. Hal ini karena memang Ia merupakan seorang penggemar dari Nadin. Sehingga Saffah mengetahui segala perkembangan dari sang idola dari media sosial sang penyanyi. Ia mengungkapkan bahwa lagu tersebut merupakan lagu yang penuh makna dan indah.

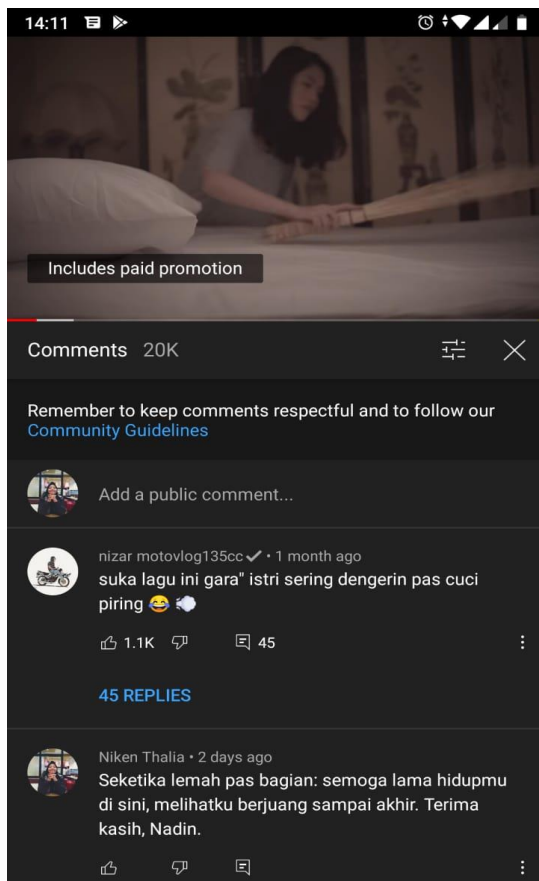


Gambar 2: Konten lagu Bertaut di TikTok
Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSJkENeVW/>

Saffah menyukai lagu tersebut karena makna lagu yang dalam dan relate dengan kehidupannya. Konten yang ia buat merupakan konten yang Ia persembahkan untuk sang ibu, sehingga Ia tidak memikirkan tentang penggunaan tagar ataupun respon dari pengguna media sosial lain. Konten yang menggunakan backsound lagu Bertaut merupakan konten yang Ia sukai di media sosial, apalagi yang berhubungan tentang orang tua.

Salah satu akun yang menjadi follower musik video lagu Bertaut di YouTube adalah Niken Thalia Ayu Pradani, dengan nama akun Niken Thalia (lihat gambar 3). Ia mengetahui lagu tersebut sekitar bulan Desember 2020 saat Ia dan temannya makan di warung makan Indomie (Warmindo), dan secara tidak

sengaja temannya memutar lagu tersebut. Ia sempat beberapa kali memutar lagu tersebut karena menurutnya lagu tersebut enak untuk didengar, ringan, dan sederhana, namun makna yang disampaikan sangat indah.



Gambar 3: Komentar follower di YouTube
(Sumber: Screenshot Akun Youtube)

Alasan yang mendasari mengapa Ia mengomentari musik video lagu tersebut adalah musik video lagu tersebut sangat relate atau sesuai dengan suasana hatinya saat itu. Hingga akhirnya Ia memberikan komentar pada musik video tersebut. Setelah memberikan komentar, Ia tidak berharap komentarnya akan direspon oleh pengguna lain. Pasalnya, Ia secara tulus ingin memberikan apresiasi kepada sang

penyanyi atas karya yang sangat baik. Konten tentang lagu bertaut di media sosial menjadi salah satu konten yang Ia sukai saat lagu tersebut menjadi backsound dari video-video K-Pop, pasalnya Ia merupakan seorang K-Popers.

Follower lain yang mengomentari musik video lagu Bertaut di media sosial YouTube adalah Endah Riski Kartini (21 tahun) dengan nama pengguna Endah Riski (lihat gambar 4). Ia mulai mengetahui lagu Bertaut pada Januari 2021, saat temannya memutar lagu tersebut. Saat ini beberapa kali Ia masih mendengarkan lagu tersebut meskipun Ia tidak mengikuti perkembangan lagu tersebut. Endah menyukai lagu Bertaut karena lagu yang enak didengar, easy listening serta arti lagu yang relate dengan kehidupan.



Gambar 4: Komentar follower di YouTube
(Sumber: Screenshot akun Youtube)

Ia mengomentari musik video lagu Bertaut karena ingin mengapresiasi Nadin Amizah atas lagu yang sangat indah. Sehingga Ia tidak mengharapkan komentar yang Ia berikan di musik video lagu tersebut akan ditanggapi oleh pengguna lain. Endah tidak selalu aktif di media sosial, sehingga Ia hanya mendengarkan lagu tersebut dan tidak mengikuti perkembangan lagu Bertaut di media sosial lain.

Sementara gambar 5 adalah jenis konten video cover musik dan berisi kebersamaan dengan orang tua (ibu). Konten ini diunggah oleh Karina Rizqi Abelinda (18 tahun) dengan nama pengguna @Karinabelinda. Karin mulai mengetahui lagu ini pada tahun 2020, saat lagu tersebut masuk pada “Home” YouTube-nya. Banyak follower yang memintanya untuk melakukan cover lagu tersebut membuat Ia berkeinginan untuk mendengarkan lagu Bertaut.



Gambar 5: Unggahan Konten lagu Bertaut di Instagram (Sumber: <https://www.instagram.com>)

Konten yang Ia buat sebenarnya merupakan suatu pemberian khusus untuk sang ibu di perayaan hari Ibu. Karin menilai lagu tersebut sangatlah indah, lirik, nada, serta makna lagu juga sangat dalam. Saat mengunggah konten tersebut, Ia memanfaatkan tagar #bertaut. Hasilnya membuat postingannya menjadi banyak dilihat oleh pengguna Instagram dan memungkinkan pengguna lain yang tidak mengetahui dirinya, dapat menemukan cover lagu tersebut karena adanya tagar yang Ia berikan.

Respons dari pengguna Instagram pada cover lagu ini juga sesuai dengan harapan Karin. Ia menjadikan konten lain tentang lagu Bertaut sebagai referensi untuk konten yang Ia buat. Karin menilai bahwa banyak konten lain tentang lagu Bertaut yang menarik dan feel dari konten tersebut sesuai dengan makna lagu. Pengambilan video yang baik, kebersamaan dengan orang tua yang kompak, serta improvisasi nada yang keren, membuatnya menyukai konten di media sosial tentang lagu ini.

Berikutnya adalah jenis konten video yang memiliki backsound lagu Bertaut dengan foto kebersamaan anak dengan ayah (lihat gambar 6). Konten ini diunggah oleh Laila Wakyuni (20 tahun) yang memiliki nama pengguna @lailawahyuni_. Laila mulai mengetahui lagu Bertaut pada Februari 2021. Ia mulai termotivasi untuk menonton musik video lagu ini saat Ia mengetahui banyaknya konten di media sosial yang menggunakan lagu Bertaut, Ia pun tertarik dengan lirik lagu tersebut.



Gambar 6: Konten lagu Bertaut di Instagram
(Sumber: <https://instagram.com>)

Laila menilai, Nadin memiliki suara yang bagus serta lirik yang tidak terbatas dengan hanya membahas tentang cinta, namun juga hubungan dengan orang tua. Hal inilah akhirnya yang membuat Laila termotivasi untuk membuat konten dengan lagu tersebut. Ia mempersembahkan konten tersebut untuk sang ayah, sehingga Ia tidak terlalu memikirkan tentang feedback berupa like atau komen di unggahannya. Laila juga menyukai konten di media sosial yang membahas tentang lagu ini, pasalnya rata-rata mereka memiliki suara yang bagus dan kreatif dalam penyajiannya.

Melihat dari fenomena penggunaan tagar di media sosial, membuat banyak

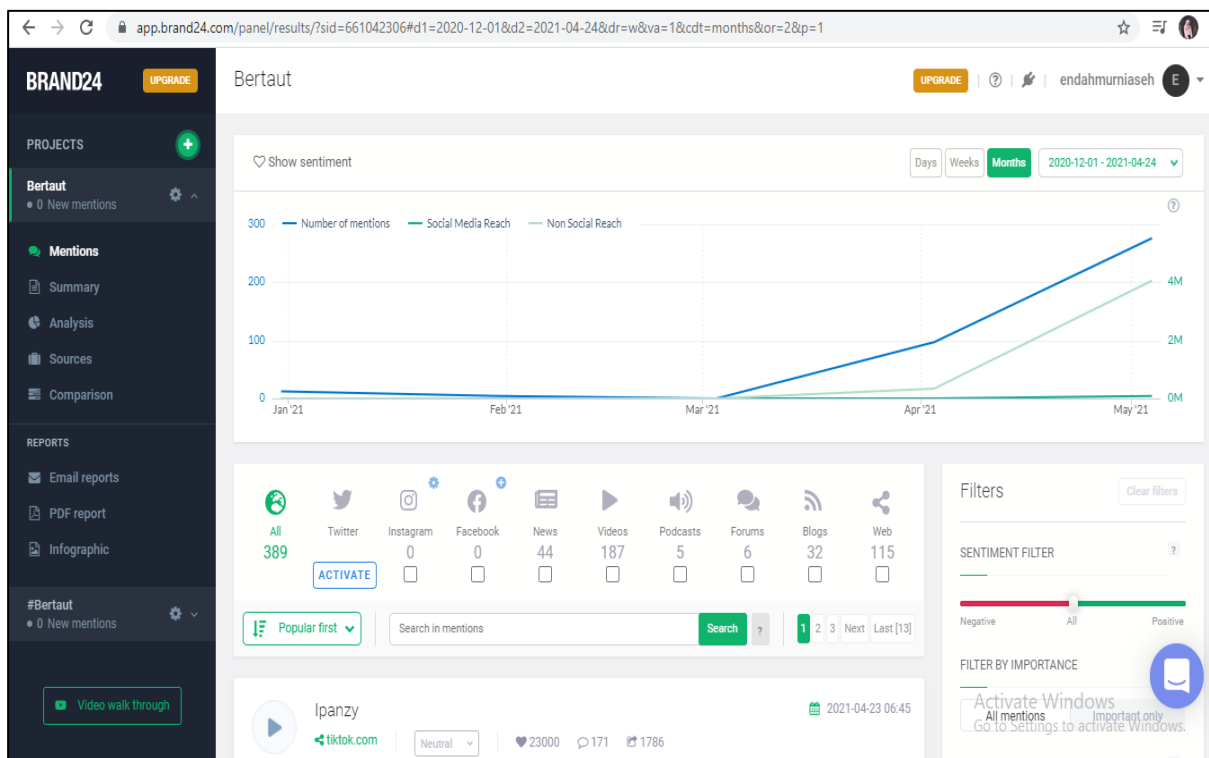
pengguna yang memanfaatkan penggunaan tagar agar konten yang ada di media sosial mereka dapat lebih mudah dicari oleh pengguna lain. Tidak terkecuali pada konten lagu Bertaut, beberapa konten diberikan keterangan (*caption*) agar mudah dijangkau oleh khalayak.

Studi ini menggunakan *website* Brand 24 untuk menganalisis interaksi dengan tagar #bertaut. Diketahui bahwa mulai terjadi interaksi saat bulan Desember 2020, yang mana pada bulan ini pula lagu Bertaut mulai terkenal di media sosial. Berikut adalah hasil yang didapatkan peneliti.

Diketahui bahwa terdapat 387 interaksi pada semua media. Hal ini menunjukkan bahwa tagar #bertaut banyak dibicarakan di media sosial. Berikut adalah rincian dari 387 interaksi yang tersebar di beberapa media sosial.

1. Terdapat 44 berita tentang #bertaut
Dari 44 berita, ada 10 berita yang membahas Nadin Amizah dan lagu Bertaut. Selebihnya, yaitu 34 berita berisikan pembahasan tentang kata kunci “bertaut”, tetapi bukan tentang lagu Nadin Amizah.
2. Terdapat 187 Video tentang #bertaut
Pada 187 video yang menggunakan tagar #bertaut, diketahui bahwa video tersebut berasal dari media sosial TikTok dan YouTube. Terdapat 23 video dari TikTok yang menggunakan tagar ini. Sedangkan 164 video berasal dari YouTube. Seluruh video merupakan konten tentang lagu bertaut.

3. Terdapat 5 Podcast tentang #bertaut
 Pada 5 podcast yang menggunakan tagar #bertaut, berasal dari media sosial Anchor, Souncloud, dan NPR. Ada 1 podcast dengan tagar #bertaut berasal dari media sosial Anchor, 1 podcast dengan tagar #bertaut berasal dari media sosial Souncloud. Selebihnya bukan podcast yang membahas lagu bertaut.
4. Terdapat 6 Forum tentang #bertaut
 Pada 6 forum di media sosial seperti Kaskus, Vainglorygame, dan Lowyat, tidak terdapat satupun yang membahas tentang lagu bertaut. Mereka membahas bertaut yang memiliki makna lain, bukan lagu Nadin Amizah.
5. Terdapat 32 Blog tentang #bertaut
 Pada 32 blog, terdapat 4 blog yang membahas lagu Bertaut. Keempat blog tersebut membahas lagu beserta *cord* musik lagu Bertaut. Selebihnya merupakan pembahasan dengan kata “bertaut”, namun tidak ada korelasi dengan lagu Bertaut.
6. Terdapat 113 Web tentang #bertaut
 Pada 113 web, terdapat 20 web yang membahas tentang lagu Bertaut. Web tersebut menjelaskan tentang posisi *top chart* lagu. Selebihnya merupakan kata “bertaut” namun tidak memiliki korelasi dengan lagu Nadin Amizah.



Gambar 7: Gambar diagram interaksi dari bulan Desember 2020 hingga April 2021

Dengan demikian, etnografi virtual tentang proliferasi pemakaian lagu “bertaut” karya Nadin Amizah di media sosial terjadi dalam berbagai bentuk unggahan konten dengan menggunakan unsur lagu berupa penggalan lirik, penggalan suara musik, dan penggalan video lagu.

Fenomena proliferasi lagu Bertaut di media sosial, menunjukkan kemampuan media making yang dilakukan oleh TikTok, YouTube, dan Instagram. Peran seorang Nadin Amizah sebagai tokoh bisa *menghipnotis* para penikmat media sosial, sehingga lagu bertaut tersebut disukai oleh banyak orang, hal ini merupakan efek dari profesionalisme dalam mengunggah suatu lagu di media sosial.

Kesimpulan

Lagu Bertaut mengalami proliferasi penggunaan di media sosial TikTok, Instagram, dan YouTube melalui berbagai bentuk unggahan konten, antara lain: cover lagu, stories, feed, IGTV, footage, caption.

TikTok, Instagram, dan Youtube mampu melakukan Media making terhadap lagu Bertaut sehingga menjadi budaya populer. Kepopuleran Lagu Bertaut menjadi sarana bagi para pengguna akun media sosial untuk turut meningkatkan jumlah pengikut pada akun sosial media mereka, dengan cara memanfaatkannya sebagai konten unggahannya, salah satunya dengan tagar #bertaut.

Daftar Pustaka

Achmad, Zainal Abidin. “Pergeseran Relasi Antara Pendengar Radio dengan Institusi Radio dalam Masyarakat Jaringan (Studi Etnografi

Virtual pada Radio-Radio Budaya di Jawa Timur yang Bermediamorfosis).” *Disertasi*, Universitas Airlangga, 2020.

Achmad, Zainal Abidin, Heidy Arviani, and Nobertus Ribut Santoso. “The Sanak-Kadang Jodhipati: A New Form of Virtual Radio Listeners Community.” *Jurnal ASPIKOM* 6, no. 1 (January 19, 2021): 94–109.

Achmad, Zainal Abidin, and Rachmah Ida. “Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian.” *The Journal of Society & Media* 2, no. 2 (October 2018): 130–145.
<https://doi.org/10.26740/jsm.v2n2>

Achmad, Zainal Abidin, Rachmah Ida, and Mustain Mustain. “A Virtual Ethnography Study: The Role of Cultural Radios in Campursari Music Proliferation in East Java.” *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia* 5, no. 2 (Desember 2020): 221–237.
<https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.9787>

Achmad, Zainal Abidin, Rachmah Ida, Mustain Mustain, and Ronald Lukens-Bull. “The Synergy of Islamic Da’wah and Madura Culture Programmes on Nada FM Sumenep Radio, Indonesia.” *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 37, no. 2 (2021): 111–129.
<https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3702-08>

Achmad, Zainal Abidin, Juwito Juwito, Yuli Candrasari, and Asia Ashfaq. “Advantages of Implementing Mediamorphosis in Supporting Using-Ethnic Programs at Radio Sritanjung FM Banyuwangi.” *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik* 34, no. 2 (June 2021): 133–146.
<http://dx.doi.org/10.20473/mkp.V34I22021.133-146>

- Achmad, Zainal Abidin, and Oktavira Wahyu Setiyanti. "The Effectiveness Use of Soundcloud Application as Social Media for Promoting Pop Punk Indie Band." In *BISSTECH*, 59–64. Denpasar, 2015.
- Amizah, Nadin. *Nadin Amizah-Bertaut (Official Music Video)*. Jakarta: YouTube, 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=H yhLsy6b0XI>.
- Angelone, Lauren. "Virtual Ethnography: The Post Possibilities of Not Being There." *Mid-Western Educational Researcher* 31, no. 3 (2018): 275–295.
- Askin, Noah, and Michael Mauskapf. "What Makes Popular Culture Popular? Product Features and Optimal Differentiation in Music." *American Sociological Review* 82, no. 5 (September 2017): 1–35. <https://doi.org/10.1177/00031224177 28662>
- Aslam, Bilal, and Heikki Karjaluto. "Digital Advertising around Paid Spaces, E-Advertising Industry's Revenue Engine: A Review and Research Agenda." *Telematics and Informatics* 34, no. 8 (December 2017): 1650–1662. DOI:10.1016/j.tele.2017.07.011
- Bender, Mark, Esther Gal-Or, and Tansev Geylani. "Attracting Artists to Music Streaming Platforms." *European Journal of Operational Research* 290, no. 3 (May 1, 2021): 1083–1097. DOI: 10.1016/j.ejor.2020.08.049
- Castells, Manuel. *Communication Power*. Oxford New York: Oxford University Press, 2009.
- Darmaspati. "Strategi Distribusi Rilis Musik Di Era Digital." *Suara.Com*. Last modified 2020. Accessed May 20, 2021. <https://yoursay.suara.com/news/2020/01/13/132138/strategi-distribusi-rilis-musik-di-era-digital>.
- Domínguez, Daniel, Anne Beaulieu, Adolfo Estalella, Edgar Gómez, Bernt Schnettler, and Rosie Read. "Virtual Ethnography." *Forum: Qualitative Social Research* 8, no. 3 (March 2006): 1–5. DOI: <https://doi.org/10.17169/fqs-7.2.86>
- Fathurrozak. "Cerita Nadin Di Balik Selamat Ulang Tahun." *Media Indonesia*. Last modified 2020. <https://mediaindonesia.com/weekend/319055/cerita-nadin-di-balik-selamat-ulang-tahun>.
- GCFGGlobal. "What Is YouTube?" Last modified 2020. <https://edu.gcfglobal.org/en/youtube/what-is-youtube/1/>.
- Grossberg, Lawrence, Ellen Wartella, and D. Charles Whitney. *Media Making: Mass Media In Popular Culture*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1988.
- Harvey, Keric. *Encyclopedia of Social Media and Politics*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc., 2014.
- Hine, Christine. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications Ltd., 2000.
- Hosseini, Hossein. "Popular Culture in Asia: Globalization, Regionalization, and Localization." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 2, no. 5 (December 2010): 7356–7358. DOI:10.1016/j.sbspro.2010.05.094
- Im, Hyunsuk, Haeyeop Song, and Jaemin Jung. "A Survival Analysis of Songs on Digital Music Platform." *Telematics and Informatics* 35, no. 6 (September 2018): 1675–1686. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.04.013>
- Kamaliah, Aisyah. "Pendapatan Musik Global Turun Rp 148 Triliun, Streaming Musik Naik 9%." *DetikInet*. Last modified 2020. <https://inet.detik.com/business/d-5133585/pendapatan-musik-global->

- turun-rp-148-triliun-streaming-musik-naik-9.
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53, no. 1 (February 2010): 59–68. DOI:10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Kemp, Simon. "Digital 2020: 3,8 Billion People Use Social Media." *We Are Social*. Last modified 2020. Accessed March 12, 2020. <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>.
- Khan, Gohar Feroz, Bobby Swar, and Sang Kon Lee. "Social Media Risks and Benefits: A Public Sector Perspective." *Social Science Computer Review* 32, no. 5 (March 2014): 606–627. <https://doi.org/10.1177/0894439314524701>
- Kirchhoff, Suzanne M. "Advertising Industry in the Digital Age." *Advertising: Developments and Issues in the Digital Age* (November 2009): 1–25. <https://sgp.fas.org/crs/misc/R40908.pdf>
- Klinenberg, E., and C. Benzecry. "Introduction: Cultural Production in a Digital Age." *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 597, no. 1 (January 2005): 6–18. <https://www.jstor.org/stable/25046058>
- Leeuwen, Theo Van. "Multimodality and Multimodal Research." In *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*, 464–483. London: SAGE Publications, Inc., 2020.
- Lowisz, Steve. "The Influence of Social Media in Today's Culture." *Educating Professionals* (2017): 1–12. https://foclonline.org/sites/live.foclonline.org/files/outline_345.pdf
- Mattke, Jens, Christian Maier, Lea Reis, and Tim Weitzel. "Herd Behavior in Social Media: The Role of Facebook Likes, Strength of Ties, and Expertise." *Information & Management* 57, no. 8 ((December 2020): 1–58. DOI:10.1016/j.im.2020.103370
- Moreau, Elise. "What Is Instagram and Why Should You Be Using It?" *Lifewire*. Last modified 2021. <https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316#:~:text=Instagram is like a simplified,photos you see on Instagram>.
- Ohiagu, Obiageli, and Victor Okorie. "Social Media: Shaping and Transmitting Popular Culture." *Covenant Journal of Communication* 2, no. 1 (July 2014): 93–108. https://www.researchgate.net/publication/284731249_SOCIAL_MEDIA_SHAPING_AND_TRANSMITTING_POPULAR_CULTURE
- Putri, Atfi Indriany. "Lagu Bertaut Dirangkai Dalam Bahasa Yang Tajam, Nadin Amizah: Bercerita Tentang Ikatan Ibu Dan Anak." *Pikiran Rakyat*. Last modified 2020. <https://bogor.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-08910407/lagu-bertaut-dirangkai-dalam-bahasa-yang-tajam-nadin-amizah-bercerita-tentang-ikatan-ibu-dan-anak>.
- Riandi, Ady Prawira. "Album Selamat Ulang Tahun Nadin Amizah Tembus 5 Juta Streaming Dalam 2 Minggu." *Kompas.Com*. Last modified 2020. <https://www.kompas.com/hype/read/2020/07/27/170030366/album-selamat-ulang-tahun-nadin-amizah-tembus-5-juta-streaming-dalam-2>.

- Saadiah, Halimah. "Kupas Makna Lagu-Lagu Dalam Album Nadin Amizah 'Selamat Ulang Tahun.'" *Gen Sindo*. Last modified 2020. <https://gensindo.sindonews.com/read/251444/700/kupas-makna-lagu-lagu-dalam-album-nadin-amizah-selamat-ulang-tahun-1606745466>.
- Salo, Jari, Mikko Lankinen, and Matti Mäntymäki. "The Use of Social Media for Artist Marketing: Music Industry Perspectives and Consumer Motivations." *International Journal on Media Management* 15, no. 1 (February 2013): 23–41. DOI:10.1080/14241277.2012.755682
- Suratnoaji, Catur, Irwan Dwi Arianto, and Sumardijati. "Strength Map of Presidential Candidates 2019 in Indonesia Based on a NodeXL Analysis of Big Data from Twitter." *Asian Journal for Public Opinion Research* 6, no. 1 (November 2018): 31–38. <https://doi.org/10.15206/ajpor.2018.6.1.31>
- TikTok.com. "About TikTok." Last modified 2021. <https://www.tiktok.com/about?lang=id-ID>.
- Tutiasri, Ririn Puspita, Chiara Baptista Varani, Faizal Juniarta, and Ananda Putri Mar'attus Soliha. "Literasi Media "Bijak Menggunakan Media"." *Jurnal Abdimas Bela Negara* 1, no. 1 (2020): 11–19.