

PROLIFERASI LAGU "MATA AIR" KARYA HINDIA (FEAT. NATASHA UDU) DI MEDIA SOSIAL TIKTOK: STUDI NETNOGRAFI

Ganis Tri Setyaning¹, Zainal Abidin Achmad²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

122043010005@student.upnjatim.ac.id, z.abidinachmad@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

The rise of social media has transformed the way people consume and share music. One song that has gone viral on TikTok is "Mata Air" by Hindia (feat. Natasha Udu). This study aims to analyze the proliferation of "Mata Air" on TikTok from a participatory cultural perspective. The study employs a netnographic method with a qualitative approach. Data were collected through observations of six TikTok videos that used the song "Mata Air" as background music, as well as in-depth interviews with three informants selected based on their engagement with the song. The results indicate that the proliferation of "Mata Air" occurs through users' active participation in creating various forms of content, such as reflections on life, animations, lip-syncs, cinematic videos, documentation of daily activities, and entertainment content. Users not only utilize the song as background music but also imbue it with new meanings tailored to their individual experiences and communication goals. The use of hashtags and high levels of engagement—including views, likes, comments, saves, and reposts—further expand the song's reach on TikTok. Research findings indicate that Henry Jenkins' theory of participatory culture can explain the proliferation of "Mata Air" as a result of users' active engagement in continuously creating, utilizing, and disseminating content in the digital space.

Keywords: Proliferation, TikTok, Participatory Culture

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi sekaligus menyebarkan karya musik. Salah satu lagu yang mengalami penyebaran secara luas di TikTok adalah lagu "Mata Air" karya Hindia (feat. Natasha Udu). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proliferasi lagu "Mata Air" di media sosial TikTok melalui perspektif budaya partisipatif. Penelitian menggunakan metode netnografi dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui observasi terhadap enam konten TikTok yang menggunakan lagu "Mata Air" sebagai backsound serta wawancara mendalam dengan tiga informan yang dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam penggunaan lagu tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proliferasi lagu "Mata Air" terjadi melalui partisipasi aktif pengguna dalam menciptakan berbagai bentuk konten seperti halnya refleksi kehidupan, animasi, *lipsync*, video sinematik, dokumentasi aktivitas sehari-hari, hingga konten hiburan. Pengguna tidak hanya memanfaatkan lagu sebagai

background musik, tetapi juga memberikan pemaknaan baru yang disesuaikan dengan pengalaman dan tujuan komunikasi masing-masing. Penggunaan hashtag serta tingginya interaksi berupa tayangan, tanda suka, komentar, simpanan, dan pembagian ulang turut memperluas penyebaran lagu di TikTok. Temuan penelitian menunjukkan bahwa teori budaya partisipatif Henry Jenkins dapat menjelaskan proliferasi “Mata Air” sebagai hasil keterlibatan aktif pengguna dalam menciptakan, memanfaatkan, dan menyebarkan konten secara berkelanjutan di ruang digital.

Kata Kunci: Proliferasi, TikTok, Budaya Partisipatif

A. Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat mengakses, memanfaatkan, dan menyebarkan berbagai bentuk konten digital, termasuk karya musik (Tania et al., 2023). Musik tidak lagi hanya dinikmati melalui platform streaming, tetapi juga dimanfaatkan sebagai bagian dari proses komunikasi dan ekspresi pengguna di media sosial (Aini et al., 2025). Kehadiran platform seperti TikTok memungkinkan sebuah lagu berkembang melalui partisipasi pengguna secara aktif menggunakan lagu sebagai background dalam berbagai jenis konten (Itasari et al., 2023). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penyebaran lagu pada era digital tidak hanya dipengaruhi oleh industri musik, tetapi juga oleh keterlibatan pengguna dalam

menciptakan dan menyebarkan konten (Kedang et al., 2026).

TikTok menjadi salah satu media sosial yang memberikan ruang luas bagi pengguna untuk berkreasi melalui video pendek yang didukung berbagai fitur, seperti penggunaan musik, hashtag, efek visual, komentar, tanda suka, simpan, dan pembagian ulang (Barbara & Achmad, 2025). Berbagai fitur tersebut memudahkan pengguna untuk mengembangkan ide kreatif sekaligus memperluas jangkauan konten kepada audiens yang lebih luas (Rachmadayanti et al., 2021). Selain berfungsi sebagai media hiburan, TikTok juga menjadi ruang interaksi yang memungkinkan pengguna membangun makna, berbagi pengalaman, dan berpartisipasi dalam budaya digital melalui konten yang mereka unggah (Ronal et al., 2025).

Salah satu lagu yang mengalami penyebaran secara luas di TikTok adalah lagu “Mata Air” karya Hindia (feat. Natasha Udu). Lagu ini tidak hanya digunakan sebagai latar musik, tetapi juga dimanfaatkan dalam berbagai bentuk konten seperti refleksi kehidupan, animasi, *lipsync*, video sinematik, dokumentasi aktivitas sehari-hari, hingga konten hiburan. Beragamnya bentuk pemanfaatan tersebut menunjukkan bahwa pengguna tidak sekadar menggunakan lagu sebagai pelengkap video, tetapi juga menghubungkan makna lagu dengan pengalaman, perasaan, dan tujuan komunikasi yang ingin disampaikan kepada audiens (Hakim, 2024).

Fenomena tersebut menunjukkan adanya proses proliferasi lagu di media sosial. Proliferasi dalam penelitian ini dipahami sebagai proses penyebaran dan pemanfaatan lagu yang berlangsung secara berkelanjutan melalui partisipasi aktif pengguna (Salimah et al., 2025). Lagu “Mata Air” terus digunakan oleh berbagai kreator dengan bentuk konten yang berbeda disertai penggunaan hashtag serta interaksi pengguna melalui komentar, tanda suka,

simpan, dan pembagian ulang. Aktivitas tersebut menyebabkan lagu terus muncul pada berbagai unggahan sehingga jangkauannya semakin luas di lingkungan TikTok.

Penelitian ini menggunakan teori budaya partisipatif yang dikemukakan oleh Henry Jenkins. Teori tersebut menjelaskan bahwa perkembangan media digital memungkinkan pengguna tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga berperan sebagai pihak yang menciptakan, mengolah, dan menyebarluaskan kembali konten (Jenkins, 2006). Dengan demikian, pengguna suatu karya sesuai dengan pengalaman dan kreativitas yang dimiliki. Terdapat di penelitian ini teori budaya partisipatif digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengguna TikTok memanfaatkan lagu “Mata Air” sebagai bagian dari proses produksi konten sekaligus memperluas penyebarannya di ruang digital (Jenkins et al., 2009).

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas proliferasi lagu di media sosial, salah satunya mengenai penggunaan lagu “Bertaut” karya Nadin Amizah melalui pendekatan etnografi virtual (Endah Murniaseh et al., 2021). Namun,

penelitian mengenai proliferasi lagu “Mata Air” karya Hindia (feat. Natasha Udu) di TikTok masih belum banyak dilakukan. Selain itu, karakter lagu yang memadukan aransemen musik yang ringan dengan lirik yang mendalam memungkinkan munculnya berbagai bentuk pemaknaan serta kreativitas pengguna dalam memanfaatkan lagu tersebut pada konten digital. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada objek penelitian sekaligus memberikan gambaran mengenai bagaimana proliferasi lagu terjadi melalui praktik budaya partisipatif di TikTok.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan proliferasi lagu “Mata Air” karya Hindia (feat. Natasha Udu) di media sosial TikTok melalui pendekatan netnografi. Penelitian dilakukan dengan mengamati bentuk pemanfaatan lagu dalam konten, penggunaan hashtag, interaksi pengguna. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi, khususnya mengenai budaya partisipatif dan

proliferasi karya musik di media sosial.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi untuk memahami fenomena proliferasi lagu “Mata Air” karya Hindia (feat. Natasha Udu) di media sosial TikTok. Metode netnografi dipilih karena mampu mengkaji aktivitas, interaksi, serta partisipasi pengguna dalam komunitas digital melalui pengamatan terhadap konten yang dipublikasikan di media sosial (Kozinets, 2014). Penelitian ini berfokus pada bagaimana pengguna memanfaatkan lagu “Mata Air” dalam berbagai bentuk konten serta bagaimana keterlibatan pengguna mendorong penyebaran lagu tersebut di TikTok.

Objek penelitian berupa enam konten TikTok yang menggunakan lagu “Mata Air” karya Hindia (feat. Natasha Udu) sebagai background. Keenam konten tersebut dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan fokus penelitian, yaitu konten yang menunjukkan pemanfaatan lagu “Mata Air” dalam berbagai bentuk serta memiliki tingkat interaksi tinggi. Selain itu, melakukan observasi

terhadap konten penelitian ini juga didukung oleh wawancara mendalam dengan tiga informan yaitu kreator TikTok yang menggunakan lagu “Mata Air” dalam unggahan mereka. Ketiga informan dipilih karena terlibat secara langsung dalam penggunaan lagu tersebut sehingga dapat memberikan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif terhadap konten TikTok, wawancara mendalam, serta dokumentasi tangkapan layar konten, caption, hashtag, dan data interaksi seperti jumlah tayangan, tanda suka, komentar, simpanan, dan pembagian ulang. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan tahapan analisis data kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2013). Proses analisis dilakukan dengan menghubungkan hasil observasi dan wawancara untuk memperoleh pemahaman mengenai proliferasi lagu “Mata Air” karya Hindia (feat. Natasha Udu) di media sosial TikTok.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proliferasi lagu “Mata Air” karya Hindia (feat. Natasha Udu) di media sosial TikTok terjadi melalui keterlibatan aktif pengguna dalam memanfaatkan lagu tersebut pada berbagai bentuk konten. Berdasarkan observasi terhadap enam konten TikTok, lagu “Mata Air” tidak hanya digunakan sebagai background musik, tetapi juga dimanfaatkan untuk menyampaikan refleksi kehidupan, pengalaman pribadi, karya animasi, video sinematik, dokumentasi aktivitas sehari-hari, hingga konten hiburan. Keberagaman bentuk konten tersebut menunjukkan bahwa pengguna memiliki cara yang berbeda dalam memaknai lagu sesuai dengan pengalaman, kreativitas, dan tujuan komunikasi masing-masing.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa setiap kreator memberikan interpretasi yang berbeda terhadap lagu “Mata Air”. Akun @winursitas menggunakan lagu tersebut untuk menggambarkan tekanan sosial yang sering dialami oleh anak muda, seperti tuntutan mengenai pekerjaan, pendidikan, dan kehidupan pribadi. Akun @pujiizzzz memanfaatkan lagu tersebut sebagai

inspirasi dalam pembuatan animasi digital, sedangkan akun @derayaamaraa menggunakannya untuk menyampaikan pesan mengenai penghargaan terhadap diri sendiri dan penerimaan terhadap proses kehidupan. Sementara itu, akun @cewastrxx19 menghubungkan lagu "Mata Air" dengan tema kemandirian, akun @ad.rinn menampilkan proses belajar dan perjuangan hidup, sedangkan akun @mhdxyzd melalui permainan makna yang memunculkan unsur humor.

Berdasarkan hasil wawancara, ketiga informan yakni @winursitas, @pujiizzzz, dan @derayaamaraa menyatakan bahwa penggunaan lagu "Mata Air" tidak didasarkan pada keinginan untuk mengikuti tren semata, tetapi karena pesan yang terkandung dalam lagu dianggap dekat dengan kehidupan mereka. Informan juga menjelaskan bahwa aransemen musik yang ringan dipadukan dengan lirik yang sangat mendalam menjadi daya tarik utama lagu tersebut. Karakter tersebut memberikan ruang bagi pengguna untuk menghubungkan lagu dengan pengalaman pribadi, kemudian menyampaikannya kembali dalam

bentuk konten yang sesuai dengan gaya masing-masing.

Hasil observasi menunjukkan bahwa penggunaan caption dan hashtag turut mendukung penyebaran lagu di TikTok. Kreator menggunakan berbagai hashtag, seperti #hindia, #mataairhindia, #mataair, #hindiasong, #baskaraputa dan hashtag lainnya untuk mempermudah konten ditemukan oleh pengguna lain yang memiliki ketertarikan terhadap lagu maupun karya Hindia. Penggunaan hashtag tersebut memperluas jangkauan konten sehingga lagu "Mata Air" terus muncul pada berbagai unggahan di TikTok (Hayati & Afriani, 2023).

Tingginya interaksi yang diperoleh pada setiap konten juga memperlihatkan adanya keterlibatan aktif pengguna. Keenam konten yang diamati memperoleh ratusan ribu hingga jutaan tayangan, puluhan ribu tanda suka, ribuan simpanan, komentar, dan pembagian ulang. Interaksi tersebut menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya menikmati konten, tetapi juga berpartisipasi melalui berbagai fitur yang tersedia di TikTok (Anaqhi et al., 2023). Aktivitas memberikan tanda suka, komentar, menyimpan, dan

membagikan ulang konten menjadi bagian dari proses penyebaran lagu sehingga jangkauannya semakin luas di media sosial.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori budaya partisipatif yang dikemukakan oleh Henry Jenkins. Teori tersebut menjelaskan bahwa pengguna media digital tidak lagi hanya berperan sebagai pihak yang menciptakan, mengembangkan, dan menyebarkan konten (Jenkins, 2006). Kondisi tersebut terlihat pada penelitian ini, di mana pengguna TikTok mengolah lagu "Mata Air" menjadi berbagai bentuk konten sesuai dengan kreativitas dan pengalaman masing-masing. Proses tersebut menunjukkan bahwa pengguna turut berkontribusi dalam memperluas penyebaran lagu melalui aktivitas kreatif yang dilakukan di media sosial.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa proliferasi lagu "Mata Air" di TikTok tidak hanya dipengaruhi oleh popularitas lagu, tetapi juga oleh partisipasi aktif pengguna dalam memanfaatkan lagu tersebut sebagai media untuk menyampaikan pengalaman, ekspresi diri, hiburan, dan refleksi kehidupan (Herawati et

al., 2025). Penggunaan berbagai format konten, pemanfaatan hashtag, serta tingginya interaksi pengguna menunjukkan bahwa penyebaran lagu berlangsung melalui proses budaya partisipatif yang terus berkembang di ruang digital. Maka dari itu, teori budaya partisipatif Henry Jenkins mampu menjelaskan bahwa keberlangsungan proliferasi lagu "Mata Air" di TikTok terjadi karena keterlibatan pengguna dalam menggunakan, mengembangkan, dan menyebarkan konten yang memanfaatkan lagu tersebut.

D. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proliferasi lagu "Mata Air" karya Hindia (feat. Natasha Udu) di media sosial TikTok terjadi melalui keterlibatan aktif pengguna dalam memanfaatkan lagu tersebut pada berbagai bentuk konten digital. Lagu tidak hanya digunakan sebagai background, tetapi juga dimanfaatkan untuk menyampaikan refleksi kehidupan, pengalaman pribadi, karya kreatif, hiburan, dan ekspresi diri. Selain itu juga, penggunaan caption, hashtag, dan tingginya interaksi pengguna melalui fitur tanda suka, Komentar, simpan, dan

pembagian ulang turut mendukung penyebaran lagu sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas di TikTok.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa pengguna TikTok tidak hanya berperan sebagai penikmat lagu, tetapi juga sebagai pihak yang aktif mengembangkan dan menyebarluaskan konten berdasarkan pemaknaan mereka terhadap lagu “Mata Air”. Kondisi tersebut sejalan dengan teori budaya partisipatif Henry Jenkins yang menjelaskan bahwa pengguna media digital memiliki peran aktif dalam menciptakan serta mengembangkan konten melalui kreativitas dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, proliferasi lagu “Mata Air” di TikTok menunjukkan bahwa penyebaran karya musik di era digital tidak hanya dipengaruhi oleh popularitas lagu, tetapi juga oleh partisipasi pengguna yang terus memanfaatkan lagu tersebut dalam berbagai bentuk konten sehingga keberadaannya tetap berkembang di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, H. N., Achmad, Z. A., & Mudianto, C. D. P. (2025). Music Communication in Juicy Luicy's Lyrics: Emotional Voices of Generation Z. *JOSAR (Journal of Students Academic Research)*, 10(2), 47–61. <https://online-journal.unja.ac.id/kal/article/view/45231>
- Anaqhi, A. W., Achmad, Z. A., Zuhri, S., & Arviani, H. (2023). Viralitas Trash-Talking di Tiktok Sebagai Gaya Baru Personal Digital Branding. *Nomosleca*, 9(1), 67–87. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n/article/view/9487>
- Barbara, V. K., & Achmad, Z. A. (2025). Peran TikTok dalam mengembalikan popularitas lagu-lagu ' Happy House ': Sebuah studi netnografi studi. *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia*, 17, 75–87. <https://doi.org/10.20473/ijss.v17i2.63199>
- Endah Murniaseh, Catur Suratnoaji, Heidy Arviani, & Zainal Abidin Achmad. (2021). Etnografi Virtual Tentang Proliferasi Pemakaian Lagu “Bertaut” Karya Nadin Amizah Di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2). <https://doi.org/10.1080/14241277.2012.755682.1>
- Hakim, P. N. (2024). Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu Viral di TikTok. *Jurnal Pendidikan Seni Dan Budaya*, 02(01), 75–84. <https://ejournal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/JWS/article/download/2051/735/>
- Hayati, K., & Afriani, A. L. (2023). Pemanfaatan Fitur Instagram Hashtag (#) di Era Konvergensi. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, Vol.5, No., 1–16. <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/KOMASKAM/article/view/>

- w/1069?utm_source=chatgpt.com
- Herawati, I., Octaviani, V., & Sm, A. E. (2025). *Studi Netnografi Lagu " Satu Bulan " Terhadap Perilaku Sharing Di Akun Tiktok @ Bearnotber A Netnographic Study Of The Song " One Month " On Sharing Behavior On Tiktok @ Bearnotber.* 2(1), 9–14. file:///C:/Users/HP/Downloads/2.+Ike+Herawati,+Vethy+Octaviani ,+Anis+Endang+SM (2).pdf
- Itasari, A. A., Herawati, D. M., & Aji, H. K. (2023). Komunikasi Musik : Hubungan Erat Antara Komunikasi dengan Musik Musical Communication : The Close Relationship Between Communication and Music. *Translitera : Jurnal Unisba Blitar*, 12(1), 55–62. https://www.researchgate.net/publication/382810920_Komunikasi_Musik_Hubungan_Erat_Antara_Komunikasi_dengan_Musik
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture.* <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814743690.001.0001>
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century.* The MIT Press.
- Kedang, C. O. L., Widodo, H. P., & Adi, E. B. (2026). Makna Cinta Diri dan Keresahan Emosional Anak Muda dalam Lirik Lagu "Mata Air" Karya Hindia Ft. Natasha Udu & Kamga. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 8, 68–73. <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/2815/201>
- Kozinets. (2014). *Netnography : Refefined @2nd Edition.* https://www.researchgate.net/publication/267922181_Netnography_Doing_Ethnographic_Research_Online/link/5c575bb3a6fdccd6b5e0f5fd/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2013). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook.* SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=p0wXBAAAQBAJ>
- Rachmadayanti, R., Andini, F., Susilo, V. V., & Sheilma, W. (2021). DAMPAK ALGORITMA TIKTOK TERHADAP KONSUMSI MUSIK. *Journal UNTAR*, 2069–2076. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/pserina.v1i1.18090>
- Ronal, Faellen, & Syifa. (2025). Pengaruh Musik Internasional "Like Jennie" Terhadap Preferensi Musik Gen Z Di Media Sosial Tik-Tok. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 05(04), 51–67. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jikr/article/view/12267>
- Salimah, S. N., Kurniawan, Achmad Wildan, Adnan, & Iis Zilfah. (2025). Etnografi Virtual Sandwich Generation melalui Lagu " Berakhir di Aku " di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 204, 455–472. <https://doi.org/10.32509/wacana.v24i2.5575>
- Tania, Syaras, & Fatima. (2023). Peran Musik Melayu dalam Komunikasi Budaya : Analisis Musik Internal dan Eksternal dalam Kesenian Randai Kuantan. *Journal Of Social Science Research*, 3, 3930–3940. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5166>