

Anomali brainrot: tafsir budaya atas tubuh, hasrat, dan kekerasan simbolik di era digital

Moch. Lukluil Maknun, Umi Muzayanah, Arif Gunawan Santoso

Badan Riset dan Inovasi Nasional

email: moch054@brin.go.id



10.51817/susastra.v14i1.242

Abstract

The Anomali Brainrot phenomena on social media tergeting generation Z and Alpha in early 2025 raises serious concern. Despite apperaring as a platform for entertainment and creative expression, this phenomenon conceals threats to young individuals -ranging from esyptoms of psychological disorders to tendencies toward subversive behavior. Employing a systematic review of web-based literacy sources and scholarly journal articles, this study applies metadata analysis to describe brainrot as a sociocultural anomaly. Concepts such as discourse deconstruction, power relations, play of meaning, hyperreality, and identity representation are used to frame and interpret the findings. The analysis supports the hypothesis that brainrot represents a significant threat in the posthumanist era. A collective awareness involving parents, educational institutions, and govermental agencies is essential to respond to this phenomenon wiselt and responsibly.

Keywords: *posthumanism, hyperreality, anomaly, brainrot, culture*

Sitasi (APA Style)

Maknun, ML., Muazayanah, U., & Santoso, AG. (2025). Anomali brainrot: tafsir budaya atas tubuh, hasrat, dan kekerasan simbolik di era digital. *Susastra*, 14(1), 54-72. <https://doi.org/10.51817/susastra.v14i1.242>.

PENDAHULUAN

Pada semester awal atau triwulan pertama tahun 2025 ini, bagi orangtua yang memiliki anak di bawah sepuluh tahun dapat memeriksa riwayat penelusuran media sosialnya. Baik itu gawai orangtua yang kadangkala dipinjam oleh anak, ataupun memang gawai yang diberikan untuk anak. Hampir dapat dipastikan, riwayat media sosialnya, terlebih yang memiliki platform TikTok dan Instagram terdapat konten Anomali Brainrot. Sekilas, fenomena karakter viral ini tidak sampai mengkhawatirkan orang tua karena visualnya lebih merupakan hiburan. Akan tetapi, jika orang tua mau mencermati lebih dalam, karakter dan konten ini memiliki aspek negatif, terutama dari muatan konten yang ada hampir dapat dipastikan tidak memiliki nilai edukatif, bahkan mengarah pada absurditas yang tidak bermakna, yang disebut juga dengan “brainrot” (Pratama, 2025; Ramadhan, 2025)

Fenomena “brainrot” (pembusukan otak) menjadi istilah populer terlebih tahun 2025 ini bagi kalangan Gen Z di media sosial (TikTok, Twitter/X, Instagram, dan lain sebagainya). Brainrot awalnya merujuk pada keterobsesian ekstrem terhadap fiksi, tokoh, atau media tertentu, namun mengalami perluasan makna hingga menjadi semacam “simulasi hasrat” dan “resistensi lunak”. Adapun yang menjadi populer di

media sosial Indonesia disebut dengan “Anomali”, berupa karakter buatan AI yang merupakan gabungan dari dua benda yang absurd dan diberi nama yang bermacam-macam (Aminata, 2025).

Dari sini, dapat diposisikan bahwa Anomali yang dimaksud dalam kajian ini adalah karakter populer di media sosial hasil buatan AI. Di satu sisi, ini adalah wujud kreatifitas generasi muda dan pemanfaatan teknologi. Di sisi lain, hal ini faktanya lebih banyak menimbulkan efek ‘brainrot’ bagi para penikmatnya, yaitu netizen muda. Anomali diolah menjadi konten-konten pendek yang membanjiri video pendek media sosial tanpa melalui proses editing substansi.

Hasil penelusuran artikel dengan kata kunci anomali/anomaly lebih mengarah pada temuan artikel kesehatan dan sains yang kurang relevan. Kajian global lebih mengenal term ‘brainrot’ dan dampak konsumsi media sosial berlebihan yang dapat dirangkum dalam klasifikasi sebagai berikut. *Pertama*, dampak media digital dan sosial terhadap kognisi dan perilaku, yang mencakup fenomena brainrot sebagai akibat dari konsumsi berlebihan konten online. Kajian ini mengeksplorasi bahwa media sosial dan platform seperti TikTok memengaruhi fungsi kognitif, perhatian, dan kesehatan mental terutama generasi muda (Roy, 2024; Yan, Su, Xue, Hu, & Zhou, 2024; Yousef, Alshamy, Tlili, & Metwally, 2025). Kedua, aspek budaya dan identitas dalam konteks digital, termasuk analisis selfie sebagai praktik konsumsi dan ekspresi diri (Iqani & Schroeder, 2016), serta penggunaan bahasa dan humor khas Gen Alpha yang dianggap brainrot (Press-Reynolds, 2024; Venkatraman, 2024). Ketiga, kajian etika dan filsafat teknologi yang membahas tantangan seperti pengawasan digital, biopolitik, dan etika global dalam era teknologi (Capodivacca & Giacomini, 2024; Kantar & Bynum, 2021). Tiga klasifikasi tren artikel tema brainrot menunjukkan keragaman pendekatan akademis dalam memahami interaksi manusia dengan teknologi dan media kontemporer.

Novelty yang disajikan dari kajian ini adalah menempatkan brainrot bukan sebagai gangguan, melainkan sebagai gejala wacana dan politik afeksi. Kajian ini juga melihat secara netral Anomali Brainrot sebagai fenomena digital yang dapat memiliki fungsi ideologis yang diabaikan dalam studi budaya populer. Lebih jauh lagi, alih-alih hanya memaknai sebagai kegilaan dalam budaya digital, namun memberikan kesadaran akan penggunaan dan gejalanya sebagai perlawanan simbolik. Berangkat dari sini, kajian ini memiliki dua tujuan utama; 1) deskripsi fenomena brainrot sebagai anomali sosial budaya; dan 2) analisis dengan pendekatan dekonstruksi wacana dan representasi budaya.

Selain menjawab pertanyaan yang dirumuskan, kajian ini ingin menguji hipotesis awal sebagai berikut. Anomali yang merupakan karakter hasil kreativitas antara generasi muda yang dibantu AI dapat menjadi alat brainrot, utamanya karena dorongan faktor ekonomi. Karakter anomali yang menjadi viral dan terus berkembang menarik para konten kreator muda untuk membuat konten. Karakter anomali ini bukan seperti hasil produksi kreatif animator sebelumnya yang memerlukan waktu, tenaga, dan kerja keras untuk menghasilkan sebuah produk yang kemudian dapat dihargai mahal dan dipatenkan. Karya ini dapat digandakan secara bebas, diadopsi, dan dimanfaatkan oleh umum, bahkan diolah dan diproduksi kembali. Oleh karenanya, karakter anomali ini bukan menjadi ‘karya seni’ yang mahal. Kelebihan yang dimiliki para konten kreator muda dibanding para akademisi misalnya, adalah kemauan, keterampilan, dan waktu luang untuk membuat konten. Para akademisi yang memiliki kemampuan akademis dan

budaya lebih baik, terjerat sistem dan waktu yang membatasi, kalah dengan para konten kreator. Pada akhirnya, konten yang dibuat dengan dikejar waktu tayang harus segera terbit dan terus terbit tanpa editing substansi yang komprehensif. Adapun yang menjadi sasaran dan korban penikmat konten ini adalah generasi Alpha yang dalam dunia nyata kurang mendapatkan apresiasi yang cukup, sehingga sangat rawan menjadikan gawai sebagai pelarian.

Istilah “brainrot” pertama kali digunakan pada tahun 1854 dalam Buku *Walden* karya Henry David Thoreau, yang menggambarkan kesulitan menjalani hidup sehat di alam terbuka. Di era digital, frasa tersebut telah memperoleh makna baru, khususnya dalam 12 bulan terakhir. Mengingat kekhawatiran masyarakat tentang dampak buruk konsumsi materi daring yang berlebihan, istilah “brainrot” yang pertama kali populer di platform media sosial, khususnya di TikTok bagi kalangan Gen Z dan Gen Alpha, kini digunakan secara lebih luas, bahkan dalam berita arus utama. Konten berkualitas rendah dan bernilai rendah yang ditemukan di media sosial dan internet, serta dampak buruk yang ditimbulkan akibat mengonsumsi konten semacam ini terhadap individu atau masyarakat luas disebut sebagai “brainrot” di tahun 2024 (Oxford, 2024).

Konsep “brainrot” di era digital mengacu pada penurunan kognitif yang terkait dengan konsumsi konten daring yang berlebihan dan ketergantungan pada perangkat digital (Ali, Janarthanan, & Mohan, 2024; Özpençe, 2024). Fenomena ini, yang juga dikenal sebagai “digital dementia,” dapat menyebabkan defisit perhatian, kehilangan memori, dan berkurangnya empati kognitif (Ali et al., 2024). Paparan teknologi digital terus menerus mengubah sirkuit saraf, yang berpotensi melemahkan jalur kognitif tradisional (Rao, Hemalatha, Yetish, Muralidhara, & Rajini, 2019). Penggunaan ponsel pintar, tablet, media sosial, dan video game secara terus menerus dan intens merupakan pendorong utama kerusakan otak, terutama jika konten berkualitas rendah atau sangat repetitif (Ia, 2025; Özpençe, 2024; Yousef et al., 2025). Dengan demikian, “brainrot” merupakan krisis neurokognitif yang ditimbulkan oleh budaya digital yang memicu overload informasi tanpa refleksi mendalam. “Brainrot” tidak hanya berdampak individu, tetapi juga memicu anomali dalam struktur sosial digital.

Konsep anomali dalam kajian budaya digital dapat dipahami sebagai bentuk deviasi atau gangguan terhadap pola sosial dan identitas kolektif yang telah mapan. Dalam konteks komunitas digital, anomali tampak dalam bentuk lonjakan interaksi yang tidak biasa, pergeseran fokus percakapan dari inti ke perifer, serta perubahan tajam dalam ekspresi identitas komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa anomali bukan hanya masalah teknis, melainkan juga mencerminkan disrupsi terhadap konstruksi sosial yang ditengahi oleh media digital (Pita, Ehn, & dos Santos, 2022).

Dalam kaitannya dengan “brainrot,” anomali dapat dilihat sebagai dampak dari tekanan algoritmik dan struktur sosial media yang memaksa individu untuk terus menerus mengakses, mengonsumsi, dan memproduksi konten. Hal ini menciptakan ruang kekerasan simbolik, dimana otonomi pengguna dikompromikan oleh keharusan untuk berpartisipasi dalam sirkuit visual yang dipicu oleh ekspektasi sosial dan algoritma platform. Fenomena ini tidak hanya menciptakan kelelahan kognitif, tetapi juga merusak relasi sosial dan identitas personal yang dikonturksi secara digital (Payne, 2019; Pita et al., 2022). Dengan demikian, “brainrot” dan anomali digital saling berkaitan erat dalam budaya digital masa kini, terutama di kalangan Gen Z sebagai pencipta dan Gen Alpha sebagai penikmat utama. Keduanya mencerminkan krisis cara berpikir dan

cara hidup yang dipengaruhi oleh algoritma, tampilan visual, dan tuntutan untuk selalu tampil di dunia maya.

Relasi Kuasa, Simulacra dan Hiperrealitas, Dekonstruksi dan Permainan Makna, serta Representasi Identitas

Michel Foucault melalui konsep *biopower* dan *governmentality* menawarkan lensa untuk menganalisis bagaimana kekuasaan bekerja secara halus melalui regulasi tubuh dan hasrat dalam ruang digital (Gane, 2008; Salih & Kraidy, 2020). Di era algoritma, platform media sosial menjadi perangkat kekuasaan biopolitik yang mengatur norma melalui mekanisme seperti *shadow banning* dan *content moderation*, mencerminkan proses esensialisasi seperti yang terjadi pada kebijakan perbatasan Kanada selama pandemi. Tubuh pengguna dikodifikasi sebagai data yang tunduk pada logika kapitalisme platform, mirip dengan biopolitik tenaga kerja migran yang dieksploitasi untuk mempertahankan kehidupan nasional. Contohnya, tren *body positivity* yang dikomodifikasi algoritma memperlihatkan paradoks kekuasaan Foucaultian, yaitu pembebasan sekaligus pengontrolan (Chaulagain, Nasser, & Young, 2022).

Di era digital, kekuasaan tidak lagi bersifat langsung atau represif, melainkan hadir melalui pengawasan halus seperti personalisasi konten, pengumpulan data, dan microtargeting perilaku pengguna. Ini sejalan dengan konsep “disciplinary power” Foucault, dimana kontrol terjadi secara tersembunyi namun meresap dalam kehidupan sehari-hari melalui platform digital (Capodivacca & Giacomini, 2024; López, Sánchez, & Mercado, 2021). Algoritma digital berperan sebagai bentuk “governmentality,” mengarahkan perilaku dan preferensi pengguna tanpa paksaan langsung. Pengguna secara tidak sadar didisiplinkan dan dibentuk oleh arus informasi serta logika platform. Dalam konteks digital, identitas pengguna dibentuk oleh paparan konten, termasuk konten absurd yang dapat memengaruhi cara berpikir dan bertindak “brainrot”. Kuasa digital juga bekerja dengan mengarahkan perhatian (bukan sekadar menipu) sehingga konten absurd dapat menjadi alat untuk memproduksi dan mempertahankan ketidaktahuan atau “ignorance” di masyarakat. Konten yang tidak bermakna atau absurd dapat menjadi bagian dari mekanisme disiplin, membentuk pola pikir pasif dan konsumtif pada pengguna (Capodivacca & Giacomini, 2024; Hancock, 2018; López et al., 2021; Roberts, 2005; Tiisala, 2021).

Manusia di era pascamodern ini, bagi Jean Boudillard dalam konsepnya *simulacra* dan *hyperreality*, hidup dalam dunia simulasi, tidak mampu membedakan antara yang nyata dan yang dibuat-buat. Media, khususnya konten daring berperan sebagai agen simulakra yang menggiring imajinasi publik ke arah hiperrealisme. Fenomena ini meluas ke sastra, film, iklan, dan media sosial, di mana realitas sosial yang dibuat menekan kebenaran dan orisinalitas. Kaum kapitalis mengeksplorasi hiperrealitas menciptakan fantasi dan simulasi yang mengaburkan antara yang nyata dan virtual (Antony & Tramboo, 2020; Oktavianingtyas, Seran, & Sigit, 2021; Sulaiman & Tjahjono, 2020). Pergerakan halus relasi kuasa dalam ranah digital membuka ruang bagi pembacaan dekonstruktif ala Derrida, dimana makna, identitas, dan kebenaran yang dibentuk oleh apparatus kuasa dapat dipertanyakan dan dipermainkan kembali.

Derrida dengan konsep dekonstruksi membantu membongkar ambiguitas fenomena “brainrot” yang sengaja dibuat nonsensial. Konsep dekonstruksi ini menantang gagasan tentang makna yang tetap, dengan menekankan fluiditas dan

permainan bahasa. Di era digital, dimana informasi dan makna terus berubah, gagasan Derrida menjadi sangat relevan untuk memahami anomali dan absurditas yang muncul di ruang daring. Konten seperti *memesigma male* menciptakan *play of meaning* yang ironis, tetapi juga terjebak dalam logika algoritma seperti *naloxone* (Narcana) dalam krisis opiois (awalnya alat perlawanan), lalu menjadi bagian dari sistem biomedis yang represif (Kavanaugh, 2022; Küle, 2022). Dekonstruksi Derrida mengungkap bagaimana “karakter farmakon” bekerja pada konten digital, dimana absurditas yang seolah membebaskan justru dikapitalisasi sebagai komoditas. Karya yang menggunakan omong kosong atau absurditas (misalnya literatur anak-anak, novel postmodern) menggunakan dekonstruksi untuk mempertanyakan makna yang mapan, mengungkap sifat bahasa dan logika yang sewenang-wenang dan terkonstruksi (Burton, 2019; Kavanaugh, 2022; Rachel & Vennila, 2024). Dengan mendekonstruksi makna yang tampak stabil, Derrida membuka jalan bagi pemahaman bahwa identitas bukanlah esensi tetap, melainkan konstruksi yang selalu dibentuk dan dinegosiasikan, sebuah gagasan yang sejalan dengan teori representasi identitas Stuart Hall.

Hall menekankan identitas sebagai hasil *encoding/decoding* yang dalam konteks digital direpresentasikan melalui *self-curation* atau *avatar* (Noble, 2016). Identitas menurut Hall tidak bersifat tetap atau esensial, melainkan terbentuk melalui proses sosial, sejarah, dan artikulasi makna yang terus berubah. Tiga kata kunci penting adalah “resistensi,” “keterbukaan,” dan “artikulasi” yang menandai identitas sebagai proses tanpa jaminan tetap, selalu terbuka pada perubahan dan negosiasi (Fuchs, 2023; Zhang, 2017). Dalam konteks anomali, konsep absurditas muncul dalam budaya konsumen sebagai kondisi paradoks, di mana janji-janji pasar untuk keluar dari “kondisi absurd” justru menghasilkan pembalikan makna dan lingkaran tak berujung, menciptakan “hall of mirror” identitas yang tidak pernah stabil (Södergren, Ahlberg, & Hjelm, 2025). Ketidaksesuaian atau anomali dapat muncul ketika identitas yang direpresentasikan tidak sesuai dengan makna aslinya, atau ketika terjadi pembalikan makna akibat interaksi kekuasaan, media, dan resistensi sosial (Ivana Grace Sofia Radja & Leo Riski Sunjaya, 2024; Oktaviany & Ridlo, 2018; Södergren et al., 2025). Dalam praktiknya, proses representasi identitas sering kali melahirkan anomali atau absurditas, baik dalam bentuk paradoks budaya, pembalikan makna, maupun ketidaksesuaian antara simbol dan makna identitas.

Dari paparan di atas dapat dipahami bahwa kerangka konsep “Anomali Brainrot” merefleksikan bagaimana tubuh, hasrat, dan identitas di era digital dibentuk dan dipertarungkan dalam ruang simbolik yang diwarnai oleh relasi kuasa (Foucault), permainan makna (Derrida), hiperrealitas (Baudillard), dan representasi identitas (Hall). Fenomena konten absurd dan viral yang dikonsumsi dan diproduksi secara masif oleh Gen Z dan Gen Alpha bukan sekadar hiburan ringan, melainkan produk dari sistem kekuasaan algoritmik yang mendisiplinkan pikiran, membentuk persepsi tubuh dan hasrat, serta menata ulang identitas melalui citra-citra yang terus berubah. Dalam logika ini, anomali bukan sekadar penyimpangan, tetapi tanda dari krisis representasi dan pembungkaman makna yang cair dan selalu dinegosiasikan. “Brainrot” sebagai kondisi kognitif dan kultural, menjadi gejala dari tata kuasa digital yang menyalurkan kekuasaan melalui estetika absurditas, komodifikasi identitas, dan distorsi makna, yang sekaligus membuka ruang untuk resistensi simbolik maupun dekonstruksi kritis atas struktur dominan yang menyertainya.

METODE

Studi ini merupakan tinjauan sistematis atas berbagai artikel, publikasi, dan konten terkait fenomena “Anomali Brainrot”. Prinsip kerja metode yang digunakan mengadaptasi metode kualitatif khususnya literasi repositori digital yang diolah menjadi metadata (Abidin, Mukhlis, & Zagladi, 2023; Pramudyo, 2023; Yusrizal, Astria, & Arifin, 2024). Titik tolak penggalan data dimulai dengan alat bantu aplikasi Grok X/Twitter (chatbot AI yang membantu pengguna merangkum berita atau topik yang sedang diperbincangkan di platform media sosial X). Hasil dari alat bantu Grok ini dapat mengarahkan peneliti membuat tabel/metadata alamat web yang dapat dibaca dan dikompilasi. Dengan kata kunci “anomali brainrot” ditemukan setidaknya 15 alamat web berita di Indonesia yang membahas hal ini, disajikan dalam tabel metadata. Dikarenakan kompilasi data dari artikel berita tersebut kurang mencukupi untuk melakukan deskripsi dan menjawab pertanyaan kajian, maka dilanjutkan dengan melakukan pencarian artikel di lingkup global.

Penggunaan kata kunci “anomali brainrot” di lingkup global kurang signifikan. Data yang ada lebih mengarah kepada pembahasan “brainrot”. Meskipun demikian, hal ini penting dilakukan untuk mengarahkan pemahaman peneliti dalam melakukan deskripsi dan analisis. Hasil dari pencarian artikel berita dan jurnal di lingkup global kemudian disarikan dalam bentuk tabelisasi metadata berikut dengan abstrak atau ringkasan tiap artikel. Metadata kedua ini kemudian diklasifikasi dan dikelompokkan untuk menjawab atau mendeskripsikan permasalahan sesuai konteks kajian.

Penelusuran data dilakukan pada bulan Mei 2025, dan hasilnya menunjukkan bahwa artikel yang ditulis di web Indonesia memang baru ditulis pada bulan April. Dengan kata lain, perhatian atas hal ini oleh artikel berita di Indonesia masih relatif baru. Berbeda halnya dengan lingkup global, namun dengan kata kunci lebih luas yaitu “brainrot”, ditemukan beberapa pembahasan dari penulis sebelumnya. Meskipun demikian, perhatian yang dituangkan dalam bentuk artikel jurnal belum banyak ditemukan, sehingga kajian ini memiliki potensi besar untuk mengisi celah tersebut.

Hasil temuan klasifikasi kedua dijadikan bahan untuk menjawab pertanyaan kajian, dan intisarinnya dijadikan bahan diskusi analisis. Pendekatan dekonstruksi wacana dan relasi kuasa, permainan makna, hiperrealitas, dan representasi identitas digunakan untuk diskusi dan analisis temuan data. Konsep-konsep yang disebut dan dikutip sebelumnya dianggap membantu dalam memahami tantangan masa post humanisme yang tidak lagi menjadikan manusia sebagai pusat, melainkan terdapat hal-hal lain yang mengatur, termasuk internet dan kecerdasan buatan (AI).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum lebih jauh membahas “Anomali Brainrot,” sebagai pijakan penulis dan pembaca, disajikan dulu secara ringkas pengelompokan generasi yang berkaitan dengan kajian ini. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kelompok generasi dibedakan berdasarkan tahun kelahiran dan karakteristik unik. Pembagian generasi dari yang tertua hingga termuda beserta karakteristiknya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Pembagian Generasi dan Karakteristiknya

Generasi	Rentang Kelahiran	Tahun	Karakteristik Utama
Silent Generation	1928 – 1945		Kejujuran, loyalitas organisasi, dan etos kerja yang kuat
Baby Boomers	1946 – 1964		Stabilitas organisasi, loyal
Generasi X	1965 – 1980		Adaptif teknologi, mandiri, kritis
Generasi Y (Milenial)	1981 – 1995		Personal development, kolaboratif, digital savvy
Generasi Z	1996 – 2010		Digital native, cepat adaptasi, pragmatis
Generasi Alpha	2011 – ke atas		Intuitif teknologi, sangat digital, suka pembelajaran berbasis teknologi

Sumber: (Alexander & Sysko, 2012; Barczykowska & Pawełek, 2021; Pereira et al., 2024; Seijo, 2019; Vuokko, 2016).

Gen Z dan Gen Alpha merupakan dua generasi yang tumbuh dan berkembang sepenuhnya dalam ekosistem digital, menjadikan mereka sebagai kelompok dengan intensitas penggunaan teknologi paling tinggi dibandingkan generasi sebelumnya. Dengan karakter sebagai *digital native* dan intuitif teknologi, keduanya menunjukkan ketergantungan yang kuat pada perangkat digital dalam aktivitas sehari-hari, bahkan dapat berperan sebagai produsen sekaligus konsumen konten digital.

Anomali Brainrot yang Viral di Indonesia

Kata “anomali” secara harfiah berarti sesuatu yang menyimpang dari kebiasaan atau norma. Dalam konteks ini, karakter “brainrot” dianggap tidak masuk akal, mengganggu, atau absurd. Mereka ditampilkan dengan nama-nama aneh, perilaku tidak logis, dan estetika visual yang menyimpang dari narasi normal, sehingga disebut anomali.

Konten “brainrot” yang menjadi objek awal dalam kajian ini bermula dari hasil penelusuran dengan bantuan Grok X (fasilitas chat.AI di platform X/twitter). Fasilitas ini memudahkan pembaca untuk mengumpulkan berita-berita yang muncul baik di post/twit yang sedang ramai maupun berita yang relevan. Hasil penelusuran peneliti dibantu Grok X menghasilkan list data yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Alamat Web Berita Indonesia Terkait Anomali Brainrot

No	Penulis	Tanggal	Web
1	Zulfikar Hardiansyah	23/04/25	https://tekno.kompas.com/read/2025/04/21/15150087/apa-itu-italian-brainrot-atau-meme-anomali-yang-lagi-viral-di-tiktok
2	Kesuma Ramadhan	23/04/2025	https://www.ftnews.co.id/meme-anomali-viral-di-tiktok-berikut-makna-dan-asal-usulnya
3	Muhammad Bimo Aprilianto	22/04/2025	https://www.idntimes.com/hype/entertainment/muhammad-bimo-aprilianto/meme-anomali-brainrot-asal-indonesia-viral
4	Syara aprilia yusman	24/04/2025	https://www.ggwp.id/entertainment/trend/asal-usul-anomali-brainrot-viral-00-qc6k5-tz3mfz

5	Tim Sindonews	25/04/20 25	https://lifestyle.sindonews.com/read/1559507/166/10-daftar-nama-brainrot-anomali-fenomena-kemunduran-mental-di-era-digital-yang-viral-1745568269
6	Al Makruf Yoga Pratama	22/04/20 25	https://www.pikiran-rakyat.com/teknologi/pr-019261886/asal-mula-anomali-tiktok-alias-italia-brainrot-meme-ai-absurd-yang-viral-tahun-2025
7	Romi Subhan	29/04/20 25	https://www.popbela.com/career/inspiration/anomali-brainrot-viral-asal-indonesia-00-rxg23-3w6zmy
8	Nisa Zarawaki	25/04/20 25	https://www.idntimes.com/life/inspiration/nisa-zarawaki/apa-itu-tren-anomali-brainrot
9	Rayhan Fairuz SA	28/04/20 25	https://www.popmama.com/big-kid/6-9-years-old/nama-anomali-paling-viral-beserta-asal-usulnya-00-58r8y-ns7cvq
10	M. Ainul Budi	05/05/20 25	https://radarjember.jawapos.com/infotainment/795971561/akhirnya-terbongkar-sudah-fakta-ini-anomali-brainrot-adalah-pertama-kalinya-bukan-tung-tung-tung-sahur-tapi-boneca-ambalabu
11	Sabna Lutfika Aminata	29/04/20 25	https://serayunews.com/jenis-brainrot-anomali-simbol-baru-untuk-hal-hal-absurd
12	Yuma Ivanda	16/04/20 25	https://www.poline.id/trend/751197612/apa-itu-anomali-italian-brainrot-tren-yang-sedang-ramai-di-kalangan-gen-alpha
13	Deasy Putri Ayu Wulandari	29/04/20 25	https://jember.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/amp/pr-4079284824/9-nama-nama-lengkap-anomali-brainrot-yang-lagi-viral-di-indonesia-ternyata-tak-hanya-tung-tung-tung-sahur
14	Andrea Burhana	27/04/20 25	https://serayunews.com/daftar-nama-anomali-brainrot-asal-indonesia-viral-sering-jadi-postingan-meme-luar-negeri
15	Alya Ramadhanty Vardiansyah	25/04/20 25	https://www.rctiplus.com/news/detail/gaya-hidup/4739656/10-daftar-nama-brainrot-anomali--fenomena-kemunduran-mental-di-era-digital-yang-viral

Sumber: Kompilasi peneliti memanfaatkan Grok X

Tabel 2 tersebut dapat membantu pembaca untuk melihat dan membandingkan lebih lanjut pemberitaan yang dilakukan oleh redaktur berita yang ada di Indonesia menyikapi fenomena ini. Beberapa penekanan yang dapat disimpulkan dari Tabel 2 adalah: fenomena viral, asal usul istilah, adaptasi dan lokalitas, simbol absurd dan kritik sosial, dominasi kalangan Gen Z dan Gen Alpha, dan diskusi antara hiburan dan kekhawatiran.

Tiap artikel pada Tabel 2 umumnya memberikan lampiran gambar atau foto contoh dari karakter “Anomali Brainrot” yang sedang dibahas. Sifatnya adalah hanya sebagai contoh, karena memang di media sosial saat ini jumlah dan nama “Anomali

Brainrot” terus berkembang dan tercipta. Kemunculan karakter baru dari Anomali ini dapat dikatakan hanya menunggu momen untuk dikenal luas hingga viral.



Gambar 1. Contoh Ilustrasi dari Artikel Web di Indonesia

Ilustrasi Italian Brainrot atau meme anomali yang viral di TikTok, ada Tralalero Tralala, Bombardiro Crocodillo, Tung Tung Tung Sahur, dan lain sebagainya. Sumber: (Hardiansyah, 2025)

Semua artikel ditulis pada bulan April (tepatnya pertengahan hingga akhir April 2025). Hal ini menandakan fenomena ini meledak dalam waktu singkat, yang juga menunjukkan sifat viral tren khas media sosial, utamanya dalam konteks ini adalah TikTok. Dalam beberapa artikel, disebutkan asal mula istilah ini dari TikTok global, khususnya konten absurd atau *AI-generated meme* yang meniru gaya dramatis film atau musik Italia, lalu diadaptasi secara lokal. Beberapa anomaly brainrot versi Indonesia dapat disebutkan seperti “Tung Tung Tung Sahur”, “Boneca Ambalabu”, dan lainnya yang menunjukkan bahwa budaya internet Indonesia menyerap tren global dan mengadaptasinya dengan humor lokal. Beberapa artikel berita web menggarisbawahi tren ini dapat dimaknai sebagai simbol absurditas dan keacauan digital, bahkan dikaitkan dengan kemunduran mental akibat konten internet yang tidak masuk akal. Tren ini sangat populer di kalangan Gen Z dan Gen Alpha, terutama pengguna aktif TikTok, yang mana hal ini menunjukkan pola konsumsi yang mengedepankan sensasi, keanehan, dan keterlepasan dari logika naratif konvensional. Diskusi dalam artikel berita, utamanya yang mendebatkan antara hiburan dan kekhawatiran akan ancaman dan risiko pada generasi muda juga ditemukan meskipun belum mendalam.

Hasil pembacaan atas kumpulan berita web terkait “Anomali Brainrot” di Indonesia masih menyisakan banyak celah yang belum terjawab untuk dirangkai dalam kajian ini. Oleh karenanya, penelusuran berikutnya disarikan dari pencarian tema brainrot dalam konteks global, baik dalam artikel/berita web maupun artikel jurnal. Hasil pencarian yang kemudian disarikan menjadi metadata menjadi bahan data dan analisis berikutnya.

Brainrot sebagai Gejala Sosial Budaya

Asal usul *brainrot* awalnya bukanlah muncul dari internet, melainkan sudah digunakan sejak abad ke-19. Catatan tertulis paling awal ditemukan dalam karya Henry David Thoreau, *Walden* (1854), yang mana ia gunakan istilah tersebut sebagai metafora penggambaran kemunduran intelektual akibat konten dangkal. “While England endeavours to cure the potato rot, will not any endeavour to cure the brain-rot -which prevails so much more widely and fatally?” (Oxford, 2024).

Secara literal, *brainrot* berarti ‘pembusukan otak’ yakni penurunan fungsi kognitif atau intelektual. Awalnya digunakan dalam teks seperti digunakan dalam *Walden*. Dalam dunia digital, istilah ini berubah fungsi menjadi; 1) Linguistik sinkretik, bahwasanya *brainrot* tidak hanya menggambarkan kondisi mental, tetapi juga jenis konten absurd, acak, dan dangkal; 2) Slang generasional, yaitu digunakan secara ironis dan hiperbolis oleh Gen Z dan Gen Alpha; 3) Polisemi, menjadi satu istilah yang memuat banyak makna tergantung konteks, baik negatif (kecanduan layar), atau netral-positif (hiburan) (Roy, 2024).

“Brainrot” dapat pula secara semiotis dimaknai sebagai tanda budaya. Ia berevolusi dan memiliki fungsi menjadi; 1) simbol afektif atas rasa lelah digital, kejenuhan, dan disosiasi emosional akibat paparan konten media berlebihan; 2) Diadopsi dalam bahasa sehari-hari remaja untuk menyebut konten ‘bodoh tapi menyenangkan’ sebagai bentuk *self-soothing* atau pelarian dari tekanan hidup; 3) ia juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi kelompok dan menciptakan ironi kolektif dalam komunitas online terutama lewat penggunaan istilah semisal *skibidi*, *Ohio*, dan *rizzler* (North, 2025; Owens, 2024; Venkatraman, 2024). Terlepas dari bagaimanapun evolusinya, istilah *brainrot* ini menjadi viral (lonjakan popularitas). Data Oxford University Press mencatat peningkatan hingga 230% antara tahun 2023-2024, hingga menjadikannya ‘Oxford Word of The Year 2024’. Gambaran evolusi istilah *brainrot* dapat dilihat dalam Tabel 3.

Tabel 3. Evolusi “Brainrot”

Dimensi	Makna Literal	Bentuk Digital	Afeksi/Fungsi Emosional
Linguistik	Kerusakan otak	Slang Generasi Z/Alpha	Ironi, sindiran, kebanggaan digital
Semiotik	Dekomposisi biologis	Simbol konten absurd	Pelarian, <i>self-soothing</i> , humor
Afektif	Penurunan fungsi mental	Meme, TikTok, animasi absurd	Kecemasan, lelah, penghiburan bersama

Sumber: hasil olah metadata

Ekpresi Digital Fandom dan Tubuh digital

Gen Z sebagai generasi digital native, memainkan peran ganda sebagai pengguna dan produsen dalam lanskap media sosial. Mereka memanfaatkan media untuk mengekspresikan brainrot lewat meme, *fanart*, *fanfic*, bahkan *self-insertion*. Hal ini sebagai upaya kreatif mereka untuk memperluas dan memperdalam keterlibatan mereka dengan narasi yang mereka gemari.

Meme adalah elemen budaya atau gagasan yang disebarakan, saat ini menggunakan media internet, yang memiliki makna simbolis atau humor tertentu, biasanya berupa gambar, video, teks, atau perilaku (Nugraha, Sudrajat, & Putri, 2015; Wahyudi, 2023). *Fan fiction* dan *fan art* merupakan ekspresi kreatif yang dihasilkan penggemar berdasarkan properti media yang ada. Karya *fans* (penggemar) ini memungkinkan para pesertanya terlibat mendalam dengan budaya populer dan mengembangkan keterampilan artistik mereka (Manifold, 2009). *Fan fiction* biasanya berupa prosa naratif yang menampilkan karakter atau latar dari teks yang ada (Hellekson & Busse, 2014; Van Steenhuyse, 2011). *Self insertion* dimaknai sebagai teknologi digital dari diri yang memperluas kemungkinan yang ditawarkan oleh teknologi digital lainnya. Bahasa mudahnya, dalam cerita karangan yang dibuat penggemar, ia memasukkan karakter tambahan berupa dirinya ke dalam cerita (Sapuridis & Alberto, 2022).

Komunitas penggemar atau fandom seringkali terentuk berdasar minat bersama terhadap media seperti K-pop atau anime, dengan para anggotanya berpartisipasi dalam berbagai aktivitas seperti membuat situs penggemar, pertemuan penggemar dan proyek penggemar (Kusuma, 2014). Tren terkini menunjukkan pergeseran platform *fan fiction* dari situs web khusus ke media sosial. Penciptaan karya penggemar ini dapat memberikan efek kedekatan mereka dengan idola dan kepuasan dalam menjelajahi narasi atau dunia alternatif (Bangun, Kumalalita, & Sukur, 2022).

Meme menjadi salah satu bentuk utama ekspresi brainrot. Gen Z menggunakan meme untuk menyampaikan absurditas dan kepadatan referensi daring yang mereka konsumsi setiap hari. Akun seperti TikTok user “Fort History” merekayasa ulang adegan dari acara TV dengan menyisipkan leksikon brainrot seperti “Rizzler” dan “edge right down” yang memperlihatkan bagaimana meme menjadi ruang remix bagi identitas digital (Roy, 2024). *Fanart* dan *fanfic* memberikan ruang bagi Gen Z untuk mengeksplorasi dunia fiksi secara afektif dan kreatif. *Brainrot* tidak hanya tentang konsumsi pasif, tetapi juga menciptakan genre partisipatif di mana remaja secara aktif memproduksi ulang konten, termasuk narasi viral. Ekspresi ini mengandung kesenangan dalam absurditas dan estetika kebodohan yang disengaja. Kegiatan *self-insertion* memungkinkan penggemar dapat masuk dalam dunia fiksi. Mulanya ini adalah fasilitas/aksi yang digunakan sebagai tagar populer yang menjadi medium pelarian dan proyeksi afeksi terhadap karakter fiksi (Owens, 2024).

Dengan demikian, para fandom berkesempatan memiliki ‘tubuh digital’ yang merepresentasikan karakter atau persona mereka yang kerap tidak mendapatkan tempat di ruang sosial (nyata). Dalam video TikTok yang dicontohkan, penggunaan frasa aneh bukan sekedar menjadi jargon, tetapi artikulasi dari keinginan untuk beresonansi dan terkoneksi melalui representasi tubuh atau identitas digital yang dikonstruksi (Roy, 2024). Video absurd menjadi kanal pelarian yang penuh gairah. Tubuh digital dalam *fanart* dan *fanfic* bukan hanya objek estetis, tetapi juga tempat penyisipan emosi, trauma, dan fantasi. Tubuh ini seringkali mengalami kekerasan, absurditas, datau

dimanipulasi secara erotik dan emosional -sebagai bentuk pelampiasan hasrat yang tidak terekspresikan di ruang nyata (Owens, 2024). Dalam konteks ini *brainrot* adalah bentuk keterlibatan emosional dan pelampiasan melalui media yang dipenuhi konten instan, meme, dan video yang memanjakan sistem reward otak. Maka, tubuh digital menjadi lokus pelampiasan dan rekonstruksi identitas diri dan hasrat yang cair (Purwanto, 2025).

Ancaman Brainrot bagi Gen Z dan Alpha

Brainrot dapat menimbulkan dampak serius yang dapat mengancam Gen Z dan Gen Alpha sebagai pengguna digital dengan intensitas tinggi. Konsumsi konten digital yang berlebihan dapat menimbulkan dampak kognitif dan psikologis berupa terganggunya fungsi eksekutif, termasuk memori, perencanaan, dan pengambilan keputusan. Pengguna juga dapat mengalami penurunan kepekaan terhadap aspek material dan moral kehidupan yang menyebabkan ketidakpedulian dan keterasingan. Lebih parah lagi, penggunaan media digital secara overload dapat menimbulkan gejala kabut otak, kelelahan mental yang dapat terjadi baik saat terjaga maupun saat tidur. Tidak hanya itu, paparan yang berkepanjangan dikaitkan dengan hilangnya rasa percaya diri, peningkatan kecemasan, depresi, dan tekanan psikologis. Pengguna juga akan merasa kecanduan media sosial, dan merasa terputus dari lingkungan mereka dan mengalami rasa gila atau kehilangan realitas (Ia, 2025; Yousef et al., 2025). Dengan demikian, dampak luas “brainrot” tidak dapat dipisahkan dari munculnya berbagai anomali digital yang mencerminkan disorientasi nilai, perilaku menyimpang, dan krisis identitas dalam budaya daring kontemporer.

Sebagai produsen sekaligus konsumen konten digital, Gen Z memainkan peran sentral dalam menciptakan dan menyebarluaskan karakter-karakter absurd berbasis AI yang kini viral sebagai “anomali” di media sosial. Sementara Gen Alpha berperan sebagai konsumen utama yang terekspos secara pasif namun intens terhadap maraknya konten tersebut. Pola ini menciptakan siklus produksi-konsumsi yang digerakkan oleh algoritma dan ekspektasi viralitas, dimana kreativitas tidak lagi diarahkan pada kualitas substansial, melainkan pada daya kejut dan daya tarik visual instan (Payne, 2019; Pita et al., 2022). Dalam konteks ini, Gen Z tidak hanya merepresentasikan agensi kreatif yang terjebak dalam logika platform, tetapi juga menjadi bagian dari sistem simbolik yang secara tidak sadar mereproduksi kekerasan visual dan disorientasi makna. Hal inilah yang kemudian dikonsumsi oleh Gen Alpha sebagai norma baru dalam pengalaman digital mereka.

Cara membuat konten anomali “brainrot” seperti yang dipopulerkan oleh akun TikTok @Noxxa tidak terlalu rumit. Salah satu cara misalnya seperti yang dijelaskan oleh akun TikTok @yparikesit. Tahapan yang dilakukan sebagai berikut; 1) buka di pencarian google dengan mengetik: *motionize.ai* dan *login* menggunakan gmail; 2) gulir dan pilih *text to speech*, pilih *brainrot*, dan tuliskan teks yang ingin dibacakan oleh AI, lalu *generate*, dan unduh; 3) buat gambar, dengan memilih *text to image*, gulir ke bawah pilih yang *brainrot*, lalu tulis penjelasan gambar yang hendak dibuat, *generate*, lalu unduh; 4) setelah memiliki foto dan narasinya, lalu gabungkan dan upload di TikTok, lalu tambahkan sound *gud night* dan efek *shock wave* untuk memberi efek api misalnya, dan unggah. Akun ini menekankan bahwa deksripsi yang dibuat dalam bentuk teks semakin aneh semakin bagus, dan demikianlah anomali. Video lengkap dari akun ini

dapat dilihat pada laman berikut:
<https://www.tiktok.com/@yparikesit/video/7495967913032174854>.

Setelah mengetahui kemuduhan membuat konten anomali dan jumlahnya yang berlimpah, maka hal yang perlu diperhatikan lebih lanjut sebagai orang tua dan pemerintah dalam menjaga generasi Z dan Alpha adalah aspek-aspek sosial, psikologis, dan budaya yang lebih dalam. Beberapa ancaman signifikan yang dapat disarikan dari literatur yang terkumpul terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Ancaman Signifikan Anomali

Dampak	Alasan	Deskripsi Akibat
Normalisasi kekacauan kognitif	Konten brainrot sering didesain untuk hiper-stimulasi, cepat, absurd, dan penuh <i>noise</i> visual/audio	Menurunkan rentang perhatian Melemahkan kemampuan berpikir reflektif dan kritis Menjadikan generasi Alpha lebih resisten terhadap konten edukatif atau diskursus kompleks Kesulitan membedakan realitas dan fantasi
Pendangkalan intelektualitas dan kreatifitas	Penggunaan AI dan produksi konten absurd tanpa makna merupakan hasil dari konten kreator yang tidak mementingkan proses berpikir kreatif inovatif.	Dalam jangka panjang dapat berdampak matinya intelektualitas dan kreativitas.
Dekonstruksi nilai sosial tanpa rekonstruksi	Brainrot sering menyindir norma, moralitas, atau ideologi yang dominan, tanpa memberikan alternatif konstruktif	Generasi muda dapat mengalami nihilisme pasif Pengikisan nilai tanpa penilaian ulang yang sehat
Alienasi digital dan fragmentasi identitas	Algoritma mengarahkan dan memprioritaskan konten absurd dan cepat viral	Anak muda dapat merasa lebih 'terhubung' dengan pesona daring dibanding realitas sosial Identitas menjadi cari, ironis, dan terfragmentasi (mereka ada di mana-mana, tetapi tidak pernah utuh)
Radikalisasi emosi dan pola pikir ekstrem	Brainrot memang tampak tidak serius, tetapi berpotensi besar menjadi gerbang menuju konten yang lebih ekstrem (politik, estetika, atau ideologi) yang menyimpang dari arus utama	Algoritma menyarankan konten yang intens Ekosistem digital mendorong konten yang memicu emosi negatif
Krisi empati, simulasi kekerasan dan seksualitas	Konten absurd sering memasukkan unsur kekerasan dan seksualitas dalam bentuk lelucon atau ironi, yang berakibat fatal jika terus dikonsumsi	Empati bisa tumpul Kekerasan atau penderitaan dapat dianggap normal atau hiburan Konten seksualitas menjadi hilang tabu

Dominasi kapitalisme platform	Di samping konten, hal yang lebih mengkhawatirkan adalah sistem ekonomi di baliknya	Kreator dipaksa menciptakan konten viral demi uang, bukan makna. Kualitas kalah oleh kuantitas (lebih penting <i>clickbait</i> dan <i>engagement</i>)
Kegagalan pendidikan dalam merespons	Institusi pendidikan sering tertinggal dalam memahami dan merespons dinamika ini. Tanpa literasi digital dan media yang kuat, maka membahayakan pengguna.	Generasi muda tidak mendapat bekal cukup untuk menyaring, memahami, atau mendekonstruksi kritis konten digital. Pendidikan menjadi tidak relevan atau asing dibanding dunia daring yang mereka hadapi

Sumber: diolah dari metadata peneliti

Anomali Brainrot: Symptom atau Subversi?

Anomali “brainrot” awalnya menjadi kata lain dari dampak kecanduan atas tayangan media yang tidak menyehatkan hingga menjadi wacana di dunia medis dan moralitas yang melabelinya sebagai simptom atau gejala suatu penyakit. Di sisi lain, secara budaya, anomali “brainrot” dapat menjadi kegiatan subversi (upaya perlawanan untuk melemahkan sistem, arus utama, atau pemerintah) secara simbolis yang memecah batas normatif, relasi afektik, dan logika kontrol. “Brainrot” menjai zona liminal antara kegilaan dan kebebasan. Melalui karakter anomali produsen/konten kreator dapat memproduksi konten. Konten yang viral dan sudah memiliki pasar ini menjadi media potensial bagi pribadi atau kelompok untuk memproduksi ekspresi budaya hingga protes terhadap sistem yang tidak dapat disentuh secara langsung. Protes subversif menggunakan media ini dapat menjadi bentuk propaganda, sabotases, pemberontakan, hingga perlawanan.

Konten “brainrot” dicirikan dengan kecepatan, fragmentasi, dan ketidakteraturan visual atau naratif. Konten absurd, teks yang berkelebat, musik berisik, atau meme yang saling bertabrakan menjadi hiburan buatan dan pengalaman digital kontemporer yang disebut Baudrillard sebagai simulacra. Konten tidak lagi merujuk pada realitas melainkan pada hiperrealitas yang sepenuhnya artifisial. Hal ini melahirkan estetika baru, yang mana absurditas menjadi norma, kebisingan menjadi baseline, dan disrupsi menjadi cita rasa utama. Kekacauan kognitif ini dianggap normal dan wajar, atau sistem yang dikehendaki manusia, padahal ini merupakan hasil algoritma yang menciptakan ikatan emosional tanpa kedalaman makna.

Di balik estetika “brainrot” terdapat kekuatan ekonomi dan algoritmik yang merancang atensi sebagai kapital. Semakin cepat dan intens konten diproses, semakin besar peluang monetisasi. Oleh karenanya, kekacauan kognitif bukan sekedar efek samping, ia adalah produk. Di titik ini kekacauan bukan lagi disfungsi, melainkan menjadi fungsi. Bukan berarti manusia menginginkan konten yang kacau, tetapi karena mesin telah menandai bahwa kekacauan itu menjual. Dalam perspektif ini, penikmat konten digital dalam kacamata Derrida tidak hanya dihibur, tetapi ‘dikendalikan’.

Subversi anomali brainrot yang utamanya diproduksi oleh konten kreator dapat dirinci ke dalam dua arus besar. *Pertama*, bagi generasi Alpha, subversivitas kreator terletak pada konten digital yang kosong nir makna, yang melemahkan sistem kognitif penikmat. *Kedua*, anomali brainrot yang diperuntukkan kepada penikmat generasi Z, lebih banyak bermuatan politis atau penyisipan pesan politis yang dangkal. Hal ini nantinya akan memberikan stimulan subversi kepada penikmat untuk melawan pemerintah. Mirisnya, dua alasan di atas tidak murni dilatarbelakangi oleh niat sadar dan ideologi para konten kreator yang ingin memengaruhi alam pikir penikmat, melainkan lebih didasari alasan 'ekonomi'. Dua hal tersebutlah yang dapat dimonetisasi dan mudah menjadi FYP bagi dua generasi sasaran.

Akibat lebih lanjut dari normalisasi hal ini adalah terbentuknya generasi dengan identitas yang terfragmentasi. Mereka hidup dalam rangkaian potongan persona daring, meme ironis, dan reaksi spontan. Empati generasi muda menjadi korban karena konten penderitaan disandingkan dengan efek suara lucu dan *caption* absurd. Emosi yang sebenarnya dan sensibilitas manusiawi menjadi lemah.

SIMPULAN

Hasil kajian dari literasi berita di media yang sedang populer saat ini terkait Anomali Brainrot ternyata tidaklah sederhana. Dengan halus, baik generasi muda (Z dan Alpha) tergiring untuk menikmati dan terlibat di dalamnya. Sementara itu, orang tua, instansi pendidikan, dan pemerintah tidak cukup cepat menanggapi, alih-alih permisif tanpa menyadari ancaman yang akan timbul. Bisa jadi pihak generasi tua sadar akan hal itu, tetapi kurang mampu memahami dengan baik, terlebih memberikan pemahaman kepada generasi muda. Potensi positif tentu saja ada, tetapi kesibukan dan kealpaan pengaturan, manajemen, dan kontrol menjadikannya tidak bermakna.

Menghadapi dominasi kekacauan ini, resistansi terhadapnya bisa dimulai dari hal paling sederhana namun radikal, yaitu keheningan. Orang tua dan generasi muda perlu menyadari untuk mengembalikan hak atas waktu sesuai porsinya, hak atas perhatian, dan hak untuk tidak merespon. Selain itu, pendidikan literasi media dan algoritma perlu diarusutamakan agar generasi muda dapat melihat bahwa kekacauan bukan sesuatu yang ditakdirkan, melainkan sesuatu yang sengaja dibentuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, H., Mukhlis, I., & Zagladi, A. N. (2023). Multi-method Approach for qualitative research: literature review with NVivo 12 PRO Mapping. *Kalam Cendekia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 11(3). <https://doi.org/10.20961/jkc.v11i3.80748>
- Alexander, C. S., & Sysko, J. M. (2012). A study of the cognitive determinants of generation Y's entitlement mentality. *The Academy of Educational Leadership Journal*.
- Ali, Z., Janarthanan, J., & Mohan, P. (2024). Understanding digital dementia and cognitive impact in the current era of the internet: a review. *Cureus*. <https://doi.org/10.7759/cureus.70029>
- Aminata, S. L. (2025). Jenis Brainrot anomali, simbol baru untuk hal-hal absurd? Retrieved from Serayunews.com website: <https://serayunews.com/jenis-brainrot-anomali-simbol-baru-untuk-hal-hal-absurd%0D%0A>
- Antony, S., & Tramboo, I. A. (2020). Hyperreality in media and literature: an overview of

- Jean Baudrillard's Simulacra and Simulation. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(10). Retrieved from <https://www.ejmcm.com/archives/volume-7/issue-10/9757>
- Bangun, C. R., Kumaralalita, N., & Sukur, G. F. F. (2022). Studying fandom online: A case study of Twice and Stray Kids Fandom on fan fiction practices of @Eskalokal And @Gabenertwice On Twitter. *ASPIRATION Journal*, 1(2), 200–219. <https://doi.org/10.56353/aspiration.v1i2.18>
- Barczykowska, A., & Pawełek, K. (2021). Międzypokoleniowe różnicowania w doświadczaniu konsekwencji pandemii COVID-19. *Studia Edukacyjne*, (62), 7–48. <https://doi.org/10.14746/se.2021.62.1>
- Burton, L. (2019, May 19). *The posthumanist child: Pharmakon and Collodi's Pinocchio*. SocArXiv. <https://doi.org/10.31235/osf.io/b8nqa>
- Capodivacca, S., & Giacomini, G. (2024). Discipline and Power in the digital age: critical reflections from Foucault's thought. *Foucault Studies*, 36(1), 227–251. <https://doi.org/10.22439/fs.i36.7215>
- Chaulagain, R., Nasser, W. M., & Young, J. E. E. (2022). #StayHomeSaveLives: essentializing entry and Canada's Biopolitical COVID Borders. *Journal of Borderlands Studies*, 37(4), 723–740. <https://doi.org/10.1080/08865655.2021.1985588>
- Fuchs, C. (2023). A Marxist-Humanist perspective on Stuart Hall's communication theory. *Theory and Society*, 52(6), 995–1029. <https://doi.org/10.1007/s11186-023-09524-5>
- Gane, M. (2008). Foucault on governmentality and liberalism: the birth of biopolitics: lectures at the collège de France, 1978—1979 by Michel Foucault, trans. Graham Burchell Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008, pp. 346 Security, Territory, Population: Lectures at the C. *Theory, Culture & Society*, 25(8), 353–363. <https://doi.org/10.1177/0263276408097812>
- Hancock, B. H. (2018). Michel Foucault and the problematics of power: theorizing DTCA and medicalized subjectivity. *The Journal of Medicine and Philosophy: A Forum for Bioethics and Philosophy of Medicine*, 43(4), 439–468. <https://doi.org/10.1093/jmp/jhy010>
- Hardiansyah, Z. (2025). Apa itu Italian brainrot atau meme anomali yang lagi viral di TikTok? Retrieved from Kompas.com website: <https://tekno.kompas.com/read/2025/04/21/15150087/apa-itu-italian-brainrot-atau-meme-anomali-yang-lagi-viral-di-tiktok%0D%0A>
- Hellekson, K., & Busse, K. (Eds.). (2014). *The fan fiction studies reader*. University of Iowa Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt20p58d6>
- Ia, A.-B. (2025). Brain rot. *Annals of Bioethics & Clinical Applications*, 8(1). <https://doi.org/10.23880/abca-16000280>
- Iqani, M., & Schroeder, J. E. (2016). #selfie: digital self-portraits as commodity form and consumption practice. *Consumption Markets and Culture*, 19(5), 405–415. <https://doi.org/10.1080/10253866.2015.1116784>
- Ivana Grace Sofia Radja, & Leo Riski Sunjaya. (2024). Representasi budaya Jember dalam Jember fashion carnival: pendekatan teori representasi Stuart Hall. *WISSEN : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 13–20. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.160>

- Kantar, N., & Bynum, T. W. (2021). Global ethics for the digital age – flourishing ethics. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 19(3), 329–344. <https://doi.org/10.1108/JICES-01-2021-0016>
- Kavanaugh, P. R. (2022). Narcan as biomedical panic: The war on overdose and the harms of harm reduction. *Theoretical Criminology*, 26(1), 132–152. <https://doi.org/10.1177/1362480620964779>
- Küle, M. (2022). Philosophy in Latvia in the recent 40 Years (1982 – 2022). *Ideology and Politics Journal*, (1(20)), 219–249. <https://doi.org/10.36169/2227-6068.2022.01.00007>
- Kusuma, E. P. A. D. (2014). Hibriditas dalam pembentukan budaya penggemar (studi etnografi tentang budaya penggemar pada fandom vip. *Malang*. Universitas Brawijaya. Retrieved from <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/121035/>
- López, D. R., Sánchez, N. F., & Mercado, J. B. (2021). The method Foucault gave us: the Foucauldian toolbox for thinking about philosophical problems in a digital context. Some notes and examples from the 2019 Chilean mobilizations. *Revista de Humanidades de Valparaíso*, (17), 271. <https://doi.org/10.22370/rhv2021iss17pp271-288>
- Manifold, M. C. (2009). What art educators can learn from the fan-based artmaking of adolescents and young adults. *Studies in Art Education*, 50(3), 257–271. <https://doi.org/10.1080/00393541.2009.11518772>
- Noble, D. (2016). Beyond racial trauma: remembering bodies, healing the self. In *Thinking Gender in Transnational Times* (pp. 229–274). Retrieved from https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85146093881&doi=10.1057%2F978-1-137-44951-1_7&partnerID=40&md5=76f316f755f72fc78b76bd90ed232995
- North, A. (2025). iPad kids speak up: Inside Gen Alpha's relationship with tech. Retrieved from Vox website: <https://www.vox.com/life/369953/skibidi-tweens-gen-alpha-brainrot-ipad-kids>
- Nugraha, A., Sudrajat, R. H., & Putri, B. P. S. (2015). Fenomena meme di media sosial: studi etnografi virtual posting meme pada pengguna media sosial instagram. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(3), 237–245. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.3.3>
- Oktavianingtyas, I., Seran, A., & Sigit, R. R. (2021). Jean Baudrillard dan pokok pemikirannya. *PROPAGANDA*, 1(2), 113–121. <https://doi.org/10.37010/prop.v1i2.258>
- Oktaviany, D., & Ridlo, M. R. (2018). Jaranan Kediri: Hegemoni dan representasi identitas. *Journal of Development and Social Change*, 1(2), 127. <https://doi.org/10.20961/jodasc.v1i2.23050>
- Owens, E. (2024). Why teenagers are deliberately seeking brain rot on TikTok. Retrieved from psyche website: <https://psyche.co/ideas/why-teenagers-are-deliberately-seeking-brain-rot-on-tiktok>
- Oxford. (2024). 'Brain rot' named Oxford Word of the Year 2024. Retrieved from Oxford university press website: <https://corp.oup.com/news/brain-rot-named-oxford-word-of-the-year-2024/>
- Özpençe, A. İ. (2024). Brain rot: overconsumption of online content (An Essay On The

- Publicness Social Media). *Journal of Business Innovation and Governance*, 7(2), 48–60. <https://doi.org/10.54472/jobig.1605072>
- Payne, R. (2019). Productivity and promiscuity: Paying undivided attention. In *Communication in the Era of Attention Scarcity* (pp. 129–139). Retrieved from https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85085817770&doi=10.1007%2F978-3-030-20918-6_9&partnerID=40&md5=0280f7d821b50d06c388e83b3d655dc8
- Pereira, D. H., Prado da Silva, F., Arantes Nogueira, M. L., Belini Gontijo, G., Scudeler, M. A., Rodrigues de Souza, L., & Cortez Gaio, R. (2024). The alpha generation in the face of learning technologies. *Concilium*, 24(16), 534–555. <https://doi.org/10.53660/CLM-3975-24R02>
- Pita, M., Ehn, K., & dos Santos, T. (2022). Community identities under perturbation: COVID-19 and the r/digitalnomad subreddit. *First Monday*, 27(11). <https://doi.org/10.5210/fm.v27i11.12725>
- Pramudyo, G. N. (2023). Literasi web: definisi, keterampilan dan konteksnya di Indonesia. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 7(2), 345–354. <https://doi.org/10.14710/anuva.7.2.345-354>
- Pratama, A. M. Y. (2025). Asal Mula Anomali TikTok alias Italia Brainrot, Meme AI Absurd yang Viral Tahun 2025. Retrieved from Pikiranrakyat.com website: <https://www.pikiran-rakyat.com/teknologi/pr-019261886/asal-mula-anomali-tiktok-alias-italia-brainrot-meme-ai-absurd-yang-viral-tahun-2025>
- Press-Reynolds, K. (2024). How brainrot humour infected the internet with surreal gibberish. Retrieved from Dazed website: <https://www.dazeddigital.com/life-culture/article/62947/1/how-brainrot-humour-infected-the-internet-with-surreal-gibberish-tiktok-skibidi>
- Purwanto, P. J. (2025). Fighting brain Rot: Can ChatGPT Be the Solution for Gen Z? Retrieved from Kompasiana website: https://www.kompasiana.com/pjokopurwanto5986/678f12b034777c37eb26b442/fighting-brain-rot-can-chatgpt-be-the-solution-for-gen-z?page=all#goog_rewarded%0D%0A
- Rachel, D. C., & Vennila, S. (2024). The art of wordplay: deconstruction and différance in LEWIS CARROLL'S SYLVIE AND BRUNO. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(7). <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i7.2024.3890>
- Ramadhan, K. (2025). Meme anomali viral di tiktok: berikut makna dan asal usulnya! Retrieved from ftnews website: <https://www.ftnews.co.id/meme-anomali-viral-di-tiktok-berikut-makna-dan-asal-usulnya%0D%0A>
- Rao, S. V., Hemalatha, P., Yetish, S., Muralidhara, M., & Rajini, P. S. (2019). Prophylactic neuroprotective propensity of Crocin, a carotenoid against rotenone induced neurotoxicity in mice: behavioural and biochemical evidence. *Metabolic Brain Disease*, 34(5), 1341–1353. <https://doi.org/10.1007/s11011-019-00451-y>
- Roberts, M. (2005). The production of the psychiatric subject: power, knowledge and Michel Foucault. *Nursing Philosophy*, 6(1), 33–42. <https://doi.org/10.1111/j.1466-769X.2004.00196.x>
- Roy, J. (2024). If you know what 'brainrot' means, you might already have it. Retrieved from New York Times website: <https://www.nytimes.com/2024/06/13/style/brainrot-internet-addiction->

social-media-tiktok.html

- Salih, M. A., & Kraidy, M. M. (2020). Islamic state and women: a biopolitical analysis. *International Journal of Communication*, 14, 1933–1950. Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85086675453&partnerID=40&md5=ffb139d79f48be94c005464604ac0b4d>
- Sapuridis, E., & Alberto, M. K. (2022). Self-Insert fanfiction as digital technology of the self. *Humanities*, 11(3), 68. <https://doi.org/10.3390/h11030068>
- Seijo, B. C. (2019). Generation alpha. *C&EN Global Enterprise*, 97(30), 2–2. <https://doi.org/10.1021/cen-09730-editorial>
- Södergren, J., Ahlberg, O., & Hjelm, M. (2025). Marketing and the theatre of the absurd. *Marketing Theory*, 25(2), 241–261. <https://doi.org/10.1177/14705931241249020>
- Sulaiman, & Tjahjono, T. (2020). Simulacra and hyperreality in novel *Aku Lupa Bahwa Aku Perempuan* by Ihsan Abdul Qudus: perspective Jean Baudrillard. *Proceedings of the 4th International Conference on Arts Language and Culture (ICALC 2019)*. Paris, France: Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200323.065>
- Tiisala, T. (2021). Foucault, neoliberalism, and equality. *Critical Inquiry*, 48(1), 23–44. <https://doi.org/10.1086/715986>
- Van Steenhuyse, V. (2011). The writing and reading of fan fiction and transformation theory. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 13(4). <https://doi.org/10.7771/1481-4374.1691>
- Venkatraman, S. (2024). Parents and Gen Alpha kids are having unintelligible convos because of ‘brainrot’ language. Retrieved from Nbc News website: <https://www.nbcnews.com/news/gen-alpha-kids-parents-brainrot-language-rcna162227%0D%0A>
- Vuokko, E. (2016). *Understanding motivational factors in business environment: difference between baby boomers, generation X, and Y* (Helsinki Metropolia University). Helsinki Metropolia University. <https://doi.org/https://doi.org/10.24250/jpe/1/2024/SV/>
- Wahyudi, R. F. (2023). Fenomena meme dan ruang publik dalam media sosial. *Al-Munzir*, 15(2), 159. <https://doi.org/10.31332/am.v15i2.3437>
- Yan, T., Su, C., Xue, W., Hu, Y., & Zhou, H. (2024). Mobile phone short video use negatively impacts attention functions: an EEG study. *Frontiers in Human Neuroscience*, 18. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2024.1383913>
- Yousef, A. M. F., Alshamy, A., Tlili, A., & Metwally, A. H. S. (2025). Demystifying the New Dilemma of Brain Rot in the Digital Era: A Review. *Brain Sciences*, 15(3), 283. <https://doi.org/10.3390/brainsci15030283>
- Yusrizal, M., Astria, Y., & Arifin, R. (2024). Analisis kualitas metadata dalam repository UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. *AL Maktabah*, 9(2), 237. <https://doi.org/10.29300/mkt.v9i2.5669>
- Zhang, L. (2017). How to understand Stuart Hall’s “identity” properly? *Inter-Asia Cultural Studies*, 18(2), 188–196. <https://doi.org/10.1080/14649373.2017.1309498>