

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi dan konsumsi informasi masyarakat, khususnya Generasi Z yang tumbuh bersama media sosial, sehingga memunculkan fenomena *brain rot*, yaitu kondisi menurunnya kemampuan fokus dan kedalaman berpikir akibat konsumsi konten digital yang singkat, repetitif, dan dangkal secara terus-menerus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z Kota Lhokseumawe memiliki intensitas konsumsi media sosial yang sangat tinggi, dengan durasi penggunaan harian berkisar antara 6 hingga 11 jam, didominasi oleh platform TikTok, Instagram, dan YouTube dengan preferensi konten berupa video singkat, hiburan, dan tutorial. Pola konsumsi ini terbentuk melalui tiga dimensi *media repertoire* menurut Hasebrink dan Domeyer, yaitu durasi dan frekuensi penggunaan yang tinggi, pemilihan platform berbasis video pendek, serta preferensi terhadap konten instan yang didorong oleh algoritma personalisasi. Dalam perspektif Teori Ekologi Media, paparan konten yang cepat, berulang, dan dipersonalisasi oleh algoritma secara perlahan menggeser pola berpikir Generasi Z dari pemrosesan mendalam menuju pemrosesan informasi yang cepat dan dangkal. Algoritma media sosial juga berperan besar dalam membentuk pengalaman digital yang pasif, di mana pengguna lebih banyak menerima konten yang direkomendasikan daripada secara aktif mencari informasi dari berbagai sumber.

Kata Kunci: *brain rot*, Generasi Z, Lhokseumawe, media sosial, Teori Ekologi Media

ABSTRACT

The advancement of digital technology has transformed communication and information consumption patterns in society, particularly among Generation Z who grew up alongside social media, giving rise to the phenomenon of brain rot a condition characterized by the decline in focus and depth of thinking resulting from the continuous consumption of short-form, repetitive, and shallow digital content. The findings reveal that Generation Z in Lhokseumawe City exhibits a very high intensity of social media consumption, with daily usage ranging from 6 to 11 hours, dominated by TikTok, Instagram, and YouTube, with a strong preference for short-form videos, entertainment, and tutorials. These consumption patterns are shaped by three dimensions of media repertoire as conceptualized by Hasebrink and Domeyer: high duration and frequency of use, platform selection dominated by short-video formats, and a preference for instant content driven by personalization algorithms. From the perspective of Media Ecology Theory, continuous exposure to fast, repetitive, and algorithmically personalized content gradually shifts Generation Z's cognitive processing from deep, analytical thinking toward rapid and superficial information uptake. Social media algorithms also play a significant role in shaping passive digital experiences, where users receive recommended content rather than actively seeking information from diverse sources.

Keywords: *brain rot, Generation Z, Lhokseumawe, Media Ecology Theory, social media*