

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan terhadap cara manusia berkomunikasi, memperoleh informasi, dan menjalankan aktivitas sehari-hari. Internet dan media sosial kini tidak lagi sekadar menjadi sarana tambahan dalam komunikasi, tetapi menjadi ruang utama bagi masyarakat untuk berinteraksi dan membangun relasi. Perubahan ini semakin terlihat seiring dengan meluasnya akses internet serta pesatnya perkembangan berbagai platform media sosial. Media sosial seperti TikTok, Instagram, YouTube, kini menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda.

Penelitian oleh Hasan dkk menjelaskan bahwa transformasi komunikasi massa pada era digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola konsumsi informasi, interaksi sosial, serta bentuk-bentuk komunikasi masyarakat. Kemajuan teknologi digital melalui internet, platform media sosial, dan perangkat pintar memungkinkan masyarakat untuk mengakses berbagai jenis informasi kapan saja dan di mana saja. Di sisi lain, perubahan tersebut juga melahirkan tantangan baru berupa meningkatnya ketergantungan terhadap platform digital, banjir informasi (*information overload*), serta perubahan pola konsumsi media yang semakin didominasi oleh konten-konten singkat dan cepat dikonsumsi (Hasan et al., 2023:47-48). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan media digital tidak hanya mengubah cara masyarakat berkomunikasi, tetapi juga

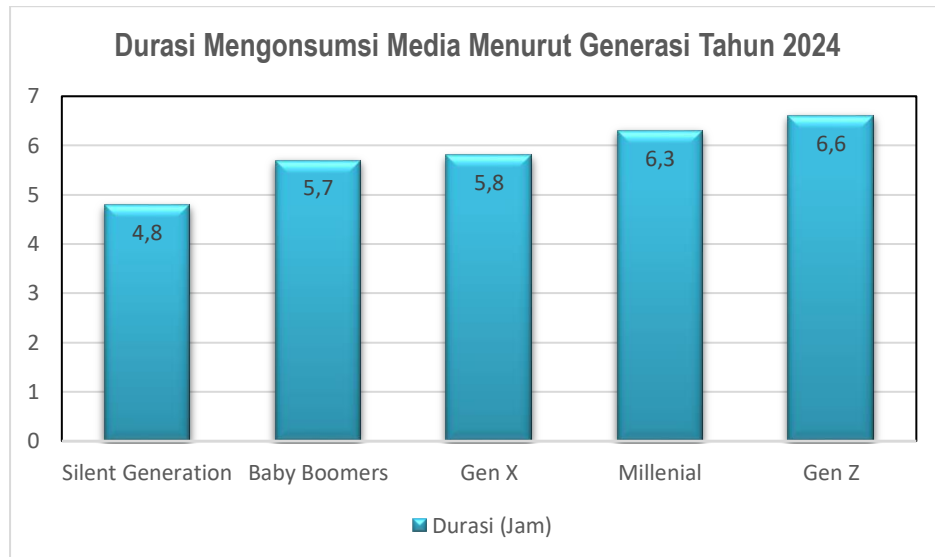
berpotensi memengaruhi cara individu memproses informasi dan mempertahankan perhatian dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Dimock dari *Pew Research Center*, Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1997 hingga tahun 2012 dengan karakteristik “lebih individual, lebih terbuka dalam pemikiran, dan lebih suka berkomunikasi dengan koneksi internet” (Purwani & Kertamukti, 2020). Generasi ini dikenal sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di era perkembangan teknologi digital, sehingga aktivitas keseharian mereka tidak terlepas dari penggunaan media seperti berkomunikasi, belajar, mencari informasi, dan mencari hiburan. Peningkatan penggunaan media digital berdasarkan survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir, yaitu sebesar 78,19% pada tahun 2023, meningkat menjadi 79,50% pada tahun 2024, dan mencapai 80,66% pada tahun 2025 (APJII, 2025). Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat Indonesia dalam berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari.

Selain peningkatan jumlah pengguna internet, konsumsi media sosial juga mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Media sosial menjadi salah satu aktivitas digital yang paling dominan, dari laporan digital global dalam *GoodStats* memaparkan bahwa masyarakat Indonesia menghabiskan rata-rata sekitar 7 jam 38 menit per hari untuk menggunakan internet, dengan sekitar 3 jam 11 menit di antaranya digunakan untuk mengakses media sosial (Sugiarti, 2025). Platform media sosial menjadi tempat utama untuk mengonsumsi berbagai jenis konten digital. Sebagian besar konten yang dikonsumsi dalam platform tersebut berbentuk video pendek yang menampilkan informasi secara singkat. Perubahan

ini secara perlahan membentuk pola konsumsi media yang berbeda dibandingkan dengan media lama. Data tersebut dapat dilihat pada gambar berikut yang menunjukkan durasi konsumsi media berdasarkan kelompok generasi:

Gambar 1.1 Durasi Mengonsumsi Media Menurut Generasi Tahun 2024



Sumber: *Talker Research*

Gambar di atas menunjukkan kecenderungan yang tinggi dalam konsumsi media digital terjadi pada Generasi Z, mereka menghabiskan waktu sekitar 6,6 jam setiap hari untuk mengonsumsi media digital dan 11% dari Generasi Z menghabiskan 15 jam dalam sehari di media sosial. Kebiasaan tersebut menunjukkan bahwa media digital khususnya media sosial telah menjadi ruang utama bagi generasi muda dalam mengisi waktu luang. Konsumsi media dipengaruhi oleh kemudahan akses internet, perkembangan teknologi, serta algoritma media sosial yang dirancang untuk mempertahankan perhatian penggunanya (Ramadhani, 2024). Intensitas konsumsi media sosial tersebut tidak hanya mengubah cara masyarakat mengakses informasi, tetapi memunculkan fenomena *brain rot*. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan kondisi ketika

seseorang terlalu sering mengonsumsi konten digital yang singkat, repetitif, dan dangkal sehingga memengaruhi kemampuan fokus dan kualitas pemikiran. Dilansir dari Kompas.id, para pakar dari berbagai bidang seperti sosiologi, pendidikan, psikologi, komunikasi menyepakati bahwa *brain rot* merupakan kondisi menurunnya fungsi kognitif akibat konsumsi konten digital secara berlebihan (Wisanggeni & Widyastuti, 2025).

Istilah *brain rot* pertama kali digunakan oleh Henry David Thoreau dalam buku *Walden* (1845) yang dalam kutipannya mengatakan: “*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?*” untuk menggambarkan kritik terhadap kecenderungan masyarakat yang mengabaikan pemikiran mendalam. Lalu, pada tahun 2024, istilah ini semakin populer setelah Oxford University Press menetapkan *brain rot* sebagai *Word of the Year* karena bahaya yang dirasakan dari kehidupan virtual dan bagaimana masyarakat menghabiskan waktu luangnya (Oxford, 2024).

Fenomena *brain rot* memiliki implikasi jangka panjang terhadap kualitas sumber daya manusia, interaksi sosial, dan keberlanjutan nilai-nilai sosial. Jika dibiarkan tanpa pemahaman, kondisi ini berpotensi memperlemah kapasitas komunikasi, solidaritas sosial, dan partisipasi generasi muda dalam kehidupan bermasyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berlebihan dapat memperdalam kesenjangan komunikasi dan mengurangi kedalaman relasi sosial lintas generasi (Hina et al., 2025:2050). Meskipun belum menjadi konsep ilmiah, fenomena *brain rot* menggambarkan pengalaman sosial

yang mulai dirasakan oleh masyarakat yang intens menggunakan perangkat digital.

Tingginya intensitas penggunaan media digital menjadikan Generasi Z dikenal sebagai kalangan yang paling terintegrasi dengan media digital. Perubahan media interaksi membawa perubahan struktur komunikasi, penelitian menemukan bahwa penggunaan media sosial berlebihan memperdalam kesenjangan komunikasi dan mengurangi kualitas hubungan interpersonal lintas generasi (Hina et al., 2025:2050-2051). Dalam hal ini, peneliti melihat bahwa konsumsi media digital pada Generasi Z selama 5 tahun terakhir menunjukkan kecenderungan konsisten yaitu tingginya intensitas penggunaan media digital untuk mengisi waktu luang.

Kecenderungan mengonsumsi media digital juga terjadi pada masyarakat di perkotaan. Kota Lhokseumawe merupakan daerah yang memiliki karakter sosial-budaya khas sebagai wilayah dengan nilai religius, kekerabatan yang kuat serta tradisi tatap muka yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Dilansir dari data Badan Pusat Statistik (2025), Generasi Z di Kota Lhokseumawe berjumlah sekitar 35.698 jiwa. Generasi ini diharapkan mampu menjadi generasi penerus nilai sosial daerah di tengah perkembangan era digital. Namun, Generasi Z mulai menunjukkan pergeseran dari berkurangnya interaksi sosial secara langsung menjadi interaksi sosial melalui layar. Fenomena ini sejalan dengan penelitian Mostafa & Moharam yang menyebutkan bahwa ketergantungan pada TikTok berhubungan dengan meningkatnya perasaan terisolasi dari lingkungan sosial dan renggangnya relasi interpersonal (Mostafa & Moharam, 2023).

Berdasarkan observasi awal yang telah peneliti lakukan, dapat dilihat bahwa pola konsumsi media digital dan fenomena *brain rot* bukan hanya sekadar isu populer dalam dunia digital, melainkan gejala sosial di masyarakat terutama kalangan Generasi Z sebagai generasi muda. Kajian akademik mengenai fenomena *brain rot* masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif yang berfokus pada aspek kesehatan mental dan motivasi penggunaan media sosial. Dengan demikian, terdapat kesenjangan kajian mendalam yang mampu menjelaskan bagaimana *brain rot* dialami dan dimaknai dalam kehidupan Generasi Z. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media yang intens berkorelasi dengan perubahan pola komunikasi dan etika sosial dalam kehidupan. Di kota Lhokseumawe yang memiliki nilai-nilai budaya religius yang kuat, perubahan tersebut menghadirkan ketegangan antara interaksi sosial berbasis kebersamaan dengan realitas pergeseran menuju interaksi digital yang individualistik dan algoritmik. Dalam perspektif ekologi media, perkembangan teknologi komunikasi tidak hanya memengaruhi isi pesan yang disampaikan, tetapi juga membentuk lingkungan komunikasi yang memengaruhi cara individu berpikir dan berinteraksi dengan media. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana fenomena *brain rot* dialami, dipersepsikan, dan dimaknai oleh Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari dengan judul "Pola Konsumsi Media Sosial dan Fenomena *Brain rot* di Kalangan Generasi Z Kota Lhokseumawe".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola konsumsi media sosial di kalangan Generasi Z kota Lhokseumawe?
2. Bagaimana fenomena *brain rot* yang dialami oleh Generasi Z di Kota Lhokseumawe?

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka fokus penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pola konsumsi media sosial (TikTok, Instagram dan YouTube) menurut Hasebrink dan Domeyer pada Generasi Z Kota Lhokseumawe
2. Fenomena *brain rot* berdasarkan *Oxford English Dictionary* yang dialami Generasi Z Kota Lhokseumawe

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah peneliti jelaskan diatas, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pola konsumsi media sosial di kalangan Generasi Z Kota Lhokseumawe
2. Mengidentifikasi fenomena *brain rot* di kalangan Generasi Z Kota Lhokseumawe.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta menambah referensi akademis bagi mahasiswa yang ingin meneliti pola konsumsi media sosial dan pengalaman fenomena *brain rot* yang dialami oleh Generasi Z
2. Penelitian ini diharapkan bisa memberi kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan media digital dalam kehidupan sehari-hari.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pemahaman peneliti mengenai dinamika konsumsi media sosial yang dialami oleh Generasi Z
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi Generasi Z dalam membangun kesadaran konsumsi digital agar lebih bijak dalam menggunakan media.