ABSTRACT

The rapid growth of AI-generated synthetic media "Brain rot" content on TikTok raises questions about how audiences interpret it. This qualitative study examines how 2022 Communication Science students at Universitas Malikussaleh make sense of such content, using Stuart Hall's Reception Theory and the encoding-decoding model, through in-depth interviews with six informants selected via purposive maximum variation sampling. Findings show that no informant occupied the dominant-hegemonic position; three informants (R, M, MJ) were classified as negotiated, and three (A, F, C) as oppositional. TikTok usage intensity did not correlate with reception position. The key differentiating factors were the depth of informants' framework of knowledge regarding AI and synthetic media, and humor sense, with all informants evaluating content based on perceived message or benefit.

Keywords: *synthetic media, Brain rot, reception analysis, TikTok, Stuart Hall*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah menjadi salah satu fenomena global yang paling signifikan dalam dekade terakhir. Internet dan media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang utama bagi masyarakat untuk memperoleh informasi, hiburan, berinteraksi, serta membentuk cara pandang pada berbagai fenomena sosial dan budaya.

Berdasarkan laporan GoodStats (2026) Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 230 juta orang pada akhir tahun 2025 dengan tingkat penetrasi sebesar 80,5%. Selain itu, terdapat 180 juta identitas pengguna media sosial atau setara dengan 62,9% dari total populasi Indonesia (Kemp, 2025).

Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki posisi yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia dan berperan besar dalam membentuk pola konsumsi media. Algoritma media sosial cenderung mengekspos pengguna hanya pada pandangan dan opini yang sejalan dengan apa yang sudah mereka percayai dapat mengakibatkan terbentuknya gelembung filter atau *filter bubble*.

Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan paling pesat adalah TikTok. TikTok merupakan platform berbasis video pendek yang dikembangkan oleh ByteDance dan memanfaatkan sistem rekomendasi berbasis algoritma untuk mendistribusikan konten kepada pengguna. Melalui berbagai fitur kreatif seperti musik, filter, efek visual, serta fasilitas penyuntingan video, TikTok

memungkinkan pengguna untuk membuat dan menyebarluaskan konten secara cepat dan instan (Sirait & Nasution, 2024). Ciri-ciri utama TikTok yaitu terletak pada format video pendek dan sistem distribusi konten yang berpusat pada algoritma, sehingga mampu meningkatkan konsumsi secara intensif (Waliaula et al., 2025).

Dalam operasionalnya, TikTok menggunakan algoritma rekomendasi yang bekerja melalui halaman *For You Page* (FYP). Algoritma tersebut dapat membuat mempelajari sudut pandang pengguna melalui pola interaksi yang dilakukan selama menggunakan aplikasi. Gilbert et al (2025) mengatakan bahwa sistem rekomendasi TikTok dibentuk untuk mempertahankan perhatian konsumen melalui penyajian konten yang semakin khusus padaindividu. Kondisi ini diperkuat lagi oleh adanya fitur *infinite scroll* dan *autoplay* yang mampu pengguna terus menonton konten tanpa adanya batasan yang jelas.

Akibatnya, pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan media, tetapi juga oleh desain platform yang secara sistematis mendorong keterlibatan berkelanjutan. Fenomena tersebut kemudian berkaitan dengan munculnya istilah *Brain rot*, yang pada tahun 2024 dinobatkan oleh *Oxford University Press* sebagai kondisi yang menggambarkan penurunan kualitas perhatian dan kapasitas berpikir akibat konsumsi konten digital yang berlebihan dan dangkal.

Paparan terus-menerus pada video pendek, algoritma yang mampu mengenali dan mengetahui tayangan, serta fitur desain platform yang membuat konsumsi tanpa henti dianggap salah satu penyebab pada munculnya gejala seperti berkurangnya konsentrasi, meningkatnya distraksi, serta menurunnya kemampuan berpikir secara mendalam (*Oxford University Press*, 2024).

Di sisi lain, perkembangan kecerdasan buatan turut mempercepat produksi konten digital melalui kemunculan *synthetic media*. UNESCO (2023) mendefinisikan *synthetic media* sebagai konten digital yang dibuat atau dimanipulasi menggunakan teknologi kecerdasan buatan. Kehadiran teknologi seperti *generative AI, deepfake*, dan model difusi mampu produksi konten visual dalam jumlah yang banyak dengan waktu yang sangat singkat (Westerlund, 2019; Chesney & Citron, 2019).

Sintetik media merujuk pada berbagai bentuk konten digital, baik berupa gambar, video, audio, maupun teks, yang proses produksinya atau modifikasinya melibatkan teknologi kecerdasan buatan. Bentuk media ini dapat dihasilkan sepenuhnya oleh sistem AI ataupun melalui rekayasa digital yang membuatnya tampak menyerupai peristiwa atau kondisi yang tidak benar-benar terjadi. Secara ontologis, kehadiran *synthetic media* menimbulkan persoalan mengenai batas realitas karena konten yang dihasilkan mampu menyerupai kondisi nyata, meskipun merupakan hasil konstruksi algoritma.

Akibatnya, pemisahan antara realita dan hasil fabrikasi digital menjadi semakin sulit dilakukan (Partnership on AI, 2023, Digital Trust & Safety Partnership, 2024). Keragaman pemaknaan padakonsep ini menunjukkan bahwa sintetik media tidak dapat dipahami secara tunggal, melainkan berada dalam rentang yang mencakup pemanfaatan kreatif teknologi hingga kemungkinan penyalahgunaannya untuk kepentingan manipulasi informasi (Partnership on AI, 2023).

Tingginya tingkat kemiripan sintetik media dengan realitas sering kali menyebabkan masyarakat mengalami kesulitan dalam membedakan konten

autentik dari konten hasil sintesis Absurditas, anonimitas, dan kecepatan menjadi modal utama dalam kreasi konten, sementara logika naratif, kedalaman makna, dan konteks sosial sering kali ditinggalkan atau diabaikan.

Gambar hasil AI dan Realita



Sumber : Bright side

Dalam disiplin ilmu komunikasi, kehadiran sintetik media mendorong perlunya pengembangan kerangka teoretis yang tidak semata-mata menitikberatkan pada proses transmisi pesan, tetapi juga memperhatikan kontribusi teknologi dalam membentuk realitas sosial serta proses pemaknaan yang dilakukan oleh audiens. Fenomena ini perlu dipahami melalui keterkaitan antara dimensi teknologis, epistemologis, dan sosiokultural secara bersamaan karena melibatkan interaksi kompleks antara algoritma, konstruksi realitas, dan interpretasi pengguna padamedia digital.

Dengan demikian, kajian mengenai sintetik media memerlukan pendekatan multidisipliner yang menggabungkan perspektif komunikasi, media digital, etika teknologi, dan psikologi kognitif guna menjelaskan perubahan dalam pembentukan kepercayaan serta konstruksi makna pada era perkembangan AI generatif (Feher, 2025, Jin et al., 2025).

Dalam konteks TikTok, kondisi ini menyebabkan audiens semakin sering terpapar pada konten-konten sintetis yang absurd, menghibur, dan mudah dikonsumsi, sehingga berpotensi memperkuat fenomena *Brain rot*. Sebagai kelompok yang memiliki latar belakang pendidikan media, mahasiswa Ilmu Komunikasi secara teoritis diharapkan memiliki kemampuan literasi media yang baik dalam memahami, menganalisis, dan mengevaluasi pesan media secara kritis. Namun, realitas menunjukkan bahwa mahasiswa tetap menjadi bagian dari audiens yang aktif mengonsumsi konten video pendek berbasis algoritma.

Konvergensi antara kedua fenomena tersebut kemudian melahirkan bentuk konten baru yang disebut sebagai *synthetic media Brain rot*, yakni konten video pendek hasil rekayasa kecerdasan buatan yang secara sengaja dirancang menampilkan visual absurd, karakter atau objek anomali, serta narasi tanpa logika yang jelas, sehingga sekaligus merepresentasikan karakteristik *synthetic media* dari sisi proses produksinya dan karakteristik *Brain rot* dari sisi dampak konsumsinya terhadap perhatian dan kapasitas berpikir audiens.

Berbeda dengan *synthetic media* secara umum yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan mulai dari kreativitas hingga manipulasi informasi, *synthetic media Brain rot* secara spesifik diproduksi tanpa muatan pesan, nilai edukatif, maupun informatif yang dapat diidentifikasi, sehingga fungsinya murni sebagai hiburan instan yang dioptimalkan untuk mempertahankan perhatian pengguna melalui algoritma FYP. Fenomena inilah yang menjadi objek kajian utama penelitian ini.

Kondisi tersebut menimbulkan paradoks (ketidaksesuaian) antara kemampuan literasi media yang dimiliki dengan praktik konsumsi media yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan observasi awal pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan

2022, ditemukan bahwa audiens menunjukkan beragam posisi pemaknaan pada konten *synthetic media* yang berkaitan dengan fenomena *Brain rot*.

Hasil observasi awal menunjukan bahwa mahasiswa memberikan respon yang beragam pada konten tersebut. sebagian mahasiswa memaknainya sebagai bentuk hiburan yang dapat di terima sepeneuhnya,sedangkan sebagian lainnya memperlihatkan sikap yang lebih kritis, bhkan cenderung menolak konten tersebut. keberagaman respon tersebut selanjutnya akan dianalisis secara lebih mendalam menggunakan kerangka analisis resepsi Stuart Hall pada bab berikutnya.

Berangkat dari fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 memaknai konten *synthetic media* dalam fenomena *Brain rot* di TikTok melalui perspektif *Reception Studies*. Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami dinamika hubungan antara algoritma platform, konten sintetis berbasis kecerdasan buatan, dan proses pembentukan makna oleh audiens dalam lingkungan media digital yang semakin kompleks.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dideskripsikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Malikussaleh memaknai konten *synthetic media Brain rot* yang mereka temui di TikTok?
2. Faktor apa yang melatarbelakangi posisi pemaknaan mahasiswa tersebut dalam menerima, menegosiasikan, atau menolak konten *Synthetic media Brain rot* di TikTok?

1.3 Fokus Penelitian

1. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu:

Konten *Brain rot* yang dimaksud dalam penelitian ini dibatasi secara spesifik pada konten yang memenuhi kriteria Dihasilkan dengan teknologi kecerdasan buatan (AI), menampilkan visual absurd, sosok atau objek anomali yang dipersonifikasikan, serta perilaku irasional serta Secara substantif tidak memiliki nilai moral, edukatif, maupun informatif yang dapat diidentifikasi.

Pembatasan durasi video kurang lebih selama 60 detik, yang didasarkan pada karakteristik konten *synthetic media Brain rot* yang optimal dalam mempertahankan perhatian pengguna melalui stimulasi sensorik singkat namun berulang, sebagaimana diidentifikasi oleh Montag et al. (2021) dalam kajian psikologi penggunaan TikTok.

2. Pendekatan Analisis

Analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Resepsi Stuart Hall melalui konsep *encoding-decoding*, yang mengelompokkan pemaknaan informan ke dalam tiga posisi pembacaan, yaitu posisi dominan-hegemonik. Posisi Negosiasi, Posisi Oposisi.

3. (Kerangka Pengetahuan) *Framework of knowledge*

Penelitian ini juga mengkaji peran kerangka pengetahuan *framework of knowledge* yang dimiliki mahasiswa Ilmu Komunikasi pada proses interpretasi mereka. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa setiap individu membawa latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan konteks sosial

yang berbeda, sehingga pemaknaan pada teks media yang sama dapat menghasilkan pemaknaan yang beragam.

4. Penelitian ini juga berfokus hanya pada proses decoding saja (Proses pemaknaan) dengan 3 posisi pemaknaan yaitu dominant hegemonic, negotiated dan oppositional, yang akan diuraikan lebih lanjut ada bab berikutnya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk

1. Untuk menganalisis posisi pemaknaan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Malikussaleh pada konten *Synthetic media Brain rot* di TikTok berdasarkan tiga posisi pemaknaan Stuart Hall.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi posisi pemaknaan mahasiswa, terutama pengalaman menggunakan TikTok, kerangka pengetahuan, literasi media, dan kebutuhan hiburan atau pelarian dari tekanan akademik.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya pada ranah studi media baru (*new media*) dan kajian audiens.

b. Penelitian ini diharapkan dapat Pembaruan Aplikasi Teori menjadi referensi tentang bagaimana Teori Resepsi (*Encoding/Decoding*) dari Stuart Hall diterapkan pada fenomena digital masa kini yang lebih modern, khususnya