

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

YouTube mengalami perkembangan pesat dalam beberapa bulan terakhir sebagai platform hiburan digital yang menghadirkan salah satu fenomena yang populer tren *Italian Brainrot*. Fenomena ini semakin terlihat jelas ketika muncullah istilah “*Brainrot*” (pembusukan otak), Istilah ini bahkan dinobatkan sebagai “*Oxford's Word of the Year*” tahun 2024. Istilah tersebut mengacu pada dampak penurunan kognitif yang mengalami kelelahan dan penurunan fungsi pengetahuan akibat mengonsumsi konten ringan digital dengan cara berlebihan (Yousef et al., 2025).

Salah satu bentuk konten tersebut ialah konten *Italian Brainrot*, konten ini menjadi tren hiburan digital yang cepat menjadi viral dan memperlihatkan adanya kreativitas digital. Konten ini dikenal sebagai gambar atau video yang menampilkan karakter absurd diciptakan oleh Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence*) serta audio AI, gaya narasi absurd dan nama pseudo-Italia yang tidak autentik yang dibuat-buat seperti “*Tralalero Tralala*” atau “*Bombadiro Crocodillo*” (Kusumawaty et al., 2025). Video dalam konten ini sulit dimengerti secara logis dan biasanya diedit berulang dengan humor nonsense tetapi justru dianggap lucu dan menghibur oleh penontonnya.

Tren ini pertama kali membentuk karakter *Tralalero Tralala* yang populer melalui TikTok diciptakan oleh kreator @eZburger401, meskipun pada akhirnya akun tersebut kemudian dihapus. Karakter ini dipopulerkan oleh @noxaasht dan menjadi lebih terkenal, dengan cepat menyebar ke berbagai platform, termasuk YouTube (Ahmad Faizal Abidin, 2025). Tren ini juga menyebar luas ke Indonesia melalui YouTube yang awalnya hanya berkembang di Eropa dan Amerika. (Adhi & Masykuroh, 2025).

Di Indonesia, tren *Italian Brainrot* dikenal secara populer sebagai “*Anomali*” karena karakter-karakter yang muncul dianggap aneh, lucu, dan sekaligus menyeramkan (Zulfikar Ardiansyah, 2025). Namun, istilah ini hanyalah label lokal, sebab tren ini pada dasarnya merupakan bagian dari fenomena *Italian Brainrot* global. *Anomali*, menurut KBBI ketidaknormalan, penyimpangan dari normal yang artinya tidak sesuai dengan wujud asli karakter tersebut. Contoh karakter *anomali* itu seperti

Tung Tung Tung Sahur, sebuah figur kayu yang berbentuk kentungan dan menggemgam pentungan dengan bunyi “Tung Tung Tung” dipakai di Indonesia untuk menandai waktu sahur (makanan sebelum fajar selama Ramadhan) (The Economic Times, 2025).

Konten ini sangat populer di kalangan anak – anak ke remaja dengan kategori Generasi Alpha, generasi ini lahir antara tahun 2010 sampai 2024, dalam kajian ini berfokus pada usia 9 sampai 15 tahun termasuk Generasi Alpha yang merespons konten di YouTube. Konten ini disajikan baik dalam format YouTube Shorts maupun video berdurasi panjang seperti konten long. Menariknya, bukan logika yang menjadi daya tarik konten untuk Generasi Alpha tetapi pada keanehan dan keunikannya. Keunikan itulah yang membuat cepat viral, dianggap lucu oleh Generasi Alpha dan menarik perhatiannya (Fauziyah Azizah et al., 2025). Hal tersebut menarik untuk dianalisis dari segi resepsi, untuk menunjukkan bagaimana Generasi Alpha menjadi audiens aktif menginterpretasikan humor absurd yang tidak mengikuti logika komunikasi tradisional. Dalam penelitian ini, budaya humor absurd dipahami dengan gaya bercanda di dunia digital yang menilai hal seperti acak dan tidak masuk akal sebagai hal yang lucu. Humor ini menyebar melalui proses meniru dan beradaptasi di media sosial, membentuk cara berkomunikasi bersama. Sehingga, konten *Italian Brainrot* menjadi bagian dari cara Generasi Alpha mengekspresikan bentuk humor mereka di era digital.

Peneliti mengamati bahwa Generasi Alpha sebagai audiens yang menonton konten seperti *Italian Brainrot* bukan hanya untuk hiburan saja, tetapi sebagai unsur dari budaya digital yang membentuk cara mereka berkomunikasi, mengekspresikan diri, dan menafsirkan maknanya. Generasi ini tumbuh sepenuhnya di lingkungan digital dan biasa disebut dengan digital *native* karena sejak kecil sudah terbiasa dengan teknologi digital. Dimana teknologi tersebut seperti media sosial dan kecerdasan buatan menjadi terbiasa dalam kegiatan keseharian mereka (Mark McCrindle, 2020). Keterbiasaan itu seperti memahami pesan visual, potongan video absurd, meme, hingga humor tidak masuk akal, sehingga mempengaruhi mereka melakukan proses resepsi pada konten *Italian Brainrot*.

Generasi Alpha berbeda dengan Generasi Z yang masih mengalami transisi dari dunia analog ke dunia digital. Kondisi ini membuat Generasi Alpha beradaptasi lebih intim dan cepat dengan konten digital (Sudirman et al., 2025). Maka dari itu, Generasi Alpha dijadikan sebagai kelompok audiens yang tepat untuk meneliti bagaimana mereka memaknai konten absurd elemen tidak logis seperti *Italian Brainrot*. Walaupun

fenomena *Italian Brainrot* terlihat pada berbagai generasi, penelitian ini secara khusus dibatasi pada Generasi Alpha.

Batasan ini diperlukan guna memastikan jika penelitian tetap fokus dan relevan, yang menekankan bahwa proses pemaknaan Generasi Alpha dapat pengaruh dari pengalaman pribadi, lingkungan sosial dan konteks budaya digital mereka, sehingga pendapat resepsi mereka terhadap humor absurd pada konten *Italian Brainrot* di YouTube menjadi fenomena penting untuk ditelaah. Generasi Alpha menjadikan YouTube sebagai peran penting dalam kesehariannya untuk menonton video sebagai hiburan (Christovel Ramot, 2025).

Peneliti pada kajian ini berfokus pada YouTube meskipun fenomena *Brainrot* pertama kali dipopulerkan di TikTok. dikarenakan dalam TikTok sendiri itu yang memproduksi konten ini yang original dari sipecipta hilang akun tersebut yang membuat versi. hanya konten kreator lain yang membuat versi terbaru, sama halnya di YouTube yang disebar oleh konten kreator lain. Penelitian ini memilih YouTube karena fokus penelitian bukan pada asal kemunculan fenomen, melainkan pada ruang konsumsi media Generasi Alpha. Berdasarkan data APJII tahun 2025, YouTube merupakan platform video yang paling banyak digunakan Masyarakat Indonesia yang mencapai 65,05% pengguna internet. Selain itu, YouTube menyediakan format *short* maupun video berdurasi panjang sehingga memungkinkan audiens memperoleh paparan konten yang lebih beragam dibandingkan hanya melalui video pendek.



Gambar 1. 1 Data Penggunaan Internet di Indoenasia
Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2025

Fenomena konten *Italian Brainrot* ini juga diperkuat oleh data penggunaan internet berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, tingkat penetrasi internet di Indonesia meraih 80,66% dan jumlah pengguna internet mencapai 229,4juta orang, dimana mengakses internet dengan rata-rata 1

hingga 3 jam per harinya, di mana Generasi Alpha berkontribusi sebesar 23,19% dari total pengguna, memperlihatkan keterlibatan tinggi sejak usia muda dalam aktivitas digitalnya.

Penelitian ini menjadi penting karena fenomena *Italian Brainrot* di YouTube memperlihatkan bagaimana Generasi Alpha menggunakan platform ini bukan hanya sebagai hiburan saja, akan tetapi sebagai ruang untuk memahami dan mengekspresikan budaya humor mereka di era digital. Namun, penelitian ini tidak meneliti dampak kognitif atau efek media, tetapi fokus pada bagaimana Generasi Alpha menerima humor absurd tersebut. Penelitian ini memiliki urgensi yang terletak pada upaya memahami bagaimana resepsi Generasi Alpha sebagai audiens aktif merespons serta menerima, menafsirkan dan memaknai humor absurd dalam konteks budaya digital audiens. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Alpha tumbuh di lingkungan digital yang serba visual dan cepat, di mana pesan disampaikan melalui potongan video, meme, dan simbol nonverbal (Pratama & Nur, 2025). Dapat diharapkan dalam penelitian ini guna melihat bagaimana Generasi Alpha memahami pesan, menangkap makna di balik humor, dan bagaimana budaya digital membentuk pemahaman tersebut.

Dalam penelitian ini, pemahaman tersebut menggunakan teori *Encoding-Decoding* yang dicetuskan oleh Stuart Hall agar memahami bahwa setiap pesan media tidak memiliki makna tunggal, melainkan dibentuk melalui proses *Encoding* oleh pembuat pesan dan *Decoding* oleh audiens. Stuart Hall menguraikan bahwa audiens menerima dan memberikan makna pada suatu pesan media berdasarkan pengalaman sosial dan konteks budaya pribadi mereka. Dengan begitu, makna yang diterima bisa tidak sama. Dan juga membagi posisi utama audiens saat menerima dan merespons teks media menjadi tiga, yaitu audiens menerima makna sesuai pesan pembuat (*dominant-hegemonic position*), menegosiasikan atau menafsirkan sebagian sesuai pengalaman pribadi (*negotiated position*), menolak dan menentang pesan yang disampaikan media (*oppositional position*) (Hall, 1980). Teori ini relevan karena memungkinkan peneliti guna melihat Generasi Alpha sebagai audiens menafsirkan konten *Italian Brainrot* di YouTube, bukan hanya sebagai hiburan, tetapi sebagai bagian dari cara mereka memahami dan mengekspresikan budaya humor absurd di dunia digital.

Penelitian terdahulu terkait fenomena *Brainrot* menunjukkan keterkaitannya dengan budaya digital serta resepsi audiens menafsirkan makna dan identitas melalui konten media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Dessy Purnamasari, Dewi Kusuma

Wardani, dan Mintasih Indriayu (2025) berjudul “Dampak *Italian Brainrot* dalam Konten Fenomena Hantu *Anomali*: Wawasan Tentang Cuitan Netizen dan Membentuk Keputusan Produsen Industri Kreatif” menemukan bahwa tren *Italian Brainrot* di media sosial, menunjukkan dampak positif berupa peluang ekonomi di industri kreatif dan dampak negatif berupa gangguan kognitif, penurunan kemampuan berpikir kritis, dan kesulitan membedakan realitas. Penelitian ini menegaskan bahwa meski belum menimbulkan kepanikan massal, fenomena tersebut menimbulkan kontroversi publik sehingga diperlukan literasi media untuk mengelola dampaknya.

Penelitian lain oleh M. Gibran Pratama dan Fitrinanda An Nur (2025) berjudul “Penerimaan Penonton Berusia 8–15 Tahun terhadap Gimmick dan Sarkasme dalam Konten YouTube Windah Basudara” menguraikan bahwa penonton muda memiliki cara berbeda dalam memahami humor dan sarkasme di YouTube, dan dikaitkan dengan teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall, kajian ini menemukan bahwa sebagian banyaknya anak-anak menerima makna secara langsung, sementara sebagian lainnya menafsirkan dan menilai konten sesuai pengalaman mereka.

Dari studi sebelumnya, mengenai Analisis resepsi lebih banyak membahas pada konten lain dan fenomena Brainrot lebih berfokus dari sisi dampak kognitif, moral panic, serta perkembangan kosa kata anak. Sementara penelitian mengenai bagaimana Generasi Alpha sebagai audiens secara aktif melakukan proses *decoding* terhadap humor absurd dalam konten *Italian Brainrot* menggunakan teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall yang masih sangat terbatas. Oleh karena itu penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut.

Kemudian, penelitian ini juga berupaya mengkaji resepsi audiens melalui proses *decoding* pada teks audiovisual ini terdiri elemen gambarnya, ekspresi, potongan adegan, serta dialog yang tidak logis sebelum masuk ke kategori posisi resepsi. Dengan demikian, penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana Generasi Alpha yang sebagai audiens, dalam merespons terhadap fenomena budaya digital global seperti konten *Italian Brainrot* di YouTube, serta untuk memperkaya kajian komunikasi dalam bidang resepsi audiens dan budaya populer di era digital. Maka, peneliti berupaya akan lebih mendalami **“Analisis Resepsi Generasi Alpha pada Konten *Italian Brainrot* di YouTube sebagai Budaya Humor Absurd di Era Digital.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang masalah di atas, penelitian ini berupaya menelaah mengenai Generasi Alpha sebagai audiens merespons serta menafsirkan, menerima, dan memaknai pada suatu fenomena budaya humor absurd di era digital saat ini, yakni konten *Italian Brainrot* di YouTube. Sehingga, rumusan masalah pada kajian ini adalah : Bagaimana resepsi Generasi Alpha pada konten *Italian Brainrot* di YouTube?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, kajian ini memiliki tujuan untuk menganalisis bagaimana resepsi Generasi Alpha dalam merespons konten *Italian Brainrot* di YouTube serta menerima, menafsirkan, dan memaknai sebagai bentuk hiburan dalam budaya digital saat ini. Melalui pendekatan teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall, serta penelitian ini juga berupaya melihat bagaimana proses penerimaan makna terjadi dalam konteks budaya humor absurd di era digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memperkaya kajian teori resepsi media Stuart Hall yang berhubungan dengan pengalaman pribadi Generasi Alpha sebagai digital native, khususnya dalam konteks budaya humor absurd, yang nantinya memberikan wawasan baru mengenai kategori posisi *Decoding* (dominant, negotiated, oppositional) di era digital yang belum ada secara mendalam pada kajian komunikasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi konten kreator digital, guna memberikan wawasan lebih dalam untuk memahami cara Generasi Alpha merespons dan menerima konten humor absurd agar dapat menciptakan konten yang lebih relevan dan bertanggung jawab.
- b. Bagi orang tua dan pendidik sebagai rujukan untuk mendampingi dan mendidik supaya lebih bijak dalam mengatur anak-anak yang termasuk Generasi Alpha dalam mengonsumsi media digital.

3. Manfaat Akademis

- a. Bagi Peneliti selanjutnya, untuk menjadi sumber acuan bidang komunikasi digital, studi generasi muda, serta fenomena budaya internet seperti *Italian Brainrot* yang lagi populer saat ini.

- b. Bagi kajian akademik, untuk mendukung pengembangan yang mengkaji hubungan budaya digital dan perilaku konsumen media di era kontemporer.