

Brainrot Meme: Rekontruksi Bahasa Komunikasi dan Literasi Digital Generasi Z

Ardian Esar Syahbani^{1✉}, Dwi Putra Dayana², Muhammad Rifky Ghassani³, & Akhmad Bintang Habibi⁴

¹⁻⁴Sastra Inggris, Universitas Negeri Semarang

*Correspondence to: esardian26@students.unnes.ac.id

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi fenomena penggunaan gaya bahasa oleh mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang (UNNES) di platform TikTok dalam kaitannya dengan batasan hukum yang diatur oleh Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Sebagai kelompok Generasi Z yang ekspresif, mahasiswa hukum kerap menggunakan gaya bahasa informal, slang, hingga bentuk sindiran seperti satire dan sarkasme dalam konten digital mereka. Dengan menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan yuridis-sosiologis, penelitian ini menganalisis bagaimana identitas mereka sebagai calon yuris memengaruhi cara berkomunikasi di ruang siber. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara pola komunikasi mahasiswa hukum dan masyarakat awam. Mahasiswa hukum cenderung lebih selektif dalam pemilihan diksi dan lebih mengedepankan argumentasi berbasis fakta sebagai bentuk kehati-hatian terhadap risiko hukum. Meskipun demikian, pemahaman hukum tidak sepenuhnya membebaskan mereka dari risiko pelanggaran, mengingat UU ITE menitikberatkan pada dampak pernyataan terhadap reputasi seseorang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa internalisasi etika digital dan kesadaran hukum sangat krusial bagi mahasiswa hukum untuk menyeimbangkan antara kreativitas berekspresi dengan tanggung jawab moral sebagai calon penegak hukum.

Kata Kunci: Bahasa, Slang, Media sosial, Komunikasi

Abstract: This study explores the phenomenon of the use of language styles by students of the Faculty of Law, State University of Semarang (UNNES) on the TikTok platform in relation to the legal restrictions regulated by the Electronic Information and Transactions Law (UU ITE). As an expressive Generation Z group, law students often use informal language styles, slang, and forms of sarcasm such as satire and sarcasm in their digital content. Using qualitative methods through a juridical-sociological approach, this study analyzes how their identity as prospective jurists affects the way they communicate in cyberspace. The results of the study show that there is a significant difference between the communication patterns of law students and the general public. Law students tend to be more selective in their choice of diction and prioritize fact-based arguments as a form of caution against legal risks. However, legal understanding does not completely exempt them from the risk of violation, considering that the ITE Law focuses on the impact of statements on a person's reputation. This study concludes that the internalization of digital ethics and legal awareness is crucial for law students to balance creativity in expression with moral responsibility as prospective law enforcers.

Keywords: Language, Slang, Social Media, Communication

Article info: Submitted: 12 January 2026 | Revised: 1 March 2026 | Accepted: 1 June 2026

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu perantara yang digunakan manusia untuk saling berkomunikasi. Bahasa menjadi aspek yang esensial bagi manusia untuk saling bertukar ide, menyampaikan pendapat, serta bertukar atau sekadar memperoleh informasi (Sakdiah & Sihombing, 2023). Seiring dengan kemajuan zaman, bahasa terus berkembang dan tidak jarang menciptakan tren baru. Salah satu tren yang muncul dari perkembangan bahasa adalah meme. Meme dapat didefinisikan sebagai cara seseorang berkomunikasi dan berbagi makna melalui media digital. Selain itu, meme sering kali dapat ditiru, diubah, dan disebar oleh individu lain (Rogers & Giorgi, 2024; Shifman, 2013).

Perkembangan bahasa meme sangat dipengaruhi oleh platform media sosial yang mempercepat penyebaran, adaptasi, dan *remix* konten secara instan. Berbagai platform, seperti Twitter, TikTok, dan Instagram, menyediakan ruang berbagi yang memungkinkan penggunaannya membuat,

memodifikasi, dan merespons referensi atau konteks budaya secara *real-time*. Format dan mekanisme interaksi pada setiap platform turut membentuk gaya bahasa meme yang singkat, padat, dan multimodal, yaitu penggunaan teks, audio, video, dan gambar secara bersamaan. Namun, tidak semua meme dapat bertahan dalam waktu yang lama. Pada kondisi tertentu, banyak meme saling bersaing untuk mendapatkan perhatian pengguna media sosial. Meme yang sesuai dengan kondisi sosiokultural pada saat tertentu cenderung dapat bertahan lebih lama, sedangkan meme lainnya dapat tenggelam di dalam arus informasi internet (Vidani, 2024)

Proses rekonstruksi atau evolusi bahasa meme dapat dipahami melalui tahapan *inception*, *adaptation*, dan *saturation*. Tahap *inception* meliputi penciptaan suatu konsep yang kemudian diubah menjadi bentuk atau format yang mudah dibagikan. Tahap *adaptation* terjadi ketika pengguna memodifikasi meme sesuai dengan konteks setiap basis penggemar atau komunitas *niche*. Sementara itu, tahap *saturation* muncul ketika meme telah mencapai tingkat pengenalan yang luas sehingga terjadi fenomena seperti *overexposure* dan *overuse*. Dinamika tersebut menunjukkan bahwa bahasa meme dapat terbentuk melalui interaksi pengguna dan dinamika budaya digital yang berlangsung secara cepat. Proses tersebut kemudian menghasilkan beragam bentuk bahasa baru, seperti *slang*, singkatan, dan istilah khusus yang berkembang di internet.

Secara teoretis, kajian ini berawal dari hubungan antara bahasa, pemikiran, dan budaya sebagaimana dikemukakan oleh V. von Humboldt. Dalam konteks internet, komunitas daring sering kali membentuk identitas kolektif yang melahirkan berbagai objek budaya digital, salah satunya meme sebagai alat untuk mengekspresikan opini dan membangun rasa kebersamaan (Cahyani & Hadianto, 2018). Selain itu, konteks yang terdapat dalam meme dapat menggunakan *the principle of joking* sebagai strategi untuk mencairkan suasana dan memperkuat kesepahaman antara pelopor meme dan pengguna lainnya. *The principle of joking* tersebut dapat diwujudkan melalui pola sarkasme, ejekan, dan lelucon (Ananta Harvianti Putri et al., 2024).

Salah satu contoh hasil evolusi meme adalah *brainrot meme*. *Brainrot* secara harfiah dapat diartikan sebagai “pembusukan otak”. Dengan demikian, *brainrot meme* dapat dimaknai sebagai meme yang dapat membuat otak “membusuk”. Namun, istilah “membusuk” tersebut tidak dimaknai secara harfiah, melainkan secara konotatif sebagai kondisi yang berkaitan dengan penurunan fungsi kognitif akibat konsumsi konten daring secara berlebihan dan ketergantungan terhadap perangkat digital (Jasmine, 2025). Pada kenyataannya, *brainrot meme* tidak serta-merta menyebabkan kerusakan otak. Namun, konten singkat yang terdapat dalam *brainrot meme* dan sifatnya yang cukup adiktif dapat menyebabkan sebagian orang menjadi kurang produktif (Owens, 2025).

Isi konten *brainrot meme* juga erat kaitannya dengan konsep *anomali*. Anomali dapat didefinisikan sebagai suatu makhluk atau entitas yang memiliki bentuk tubuh atau postur yang tidak lazim. Bentuk yang tidak lazim tersebut merupakan hasil kreativitas dan pemanfaatan teknologi oleh pembuat atau kreatornya. Namun, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, konten tersebut dapat menimbulkan efek *brainrot* pada penikmat atau konsumennya (Maknun et al., 2025).

Meme sebagai unit budaya digital mencerminkan tren sosial dan praktik komunikasi baru. Kajian sosiolinguistik menunjukkan bahwa meme berfungsi sebagai arena inovasi kontekstual dan praktik komunikasi yang merefleksikan nilai, humor, serta kritik sosial dalam komunitas daring. Instagram Reels merupakan salah satu ekosistem *short-video* yang banyak digunakan oleh Gen Z di Indonesia. Platform tersebut mempercepat sirkulasi format meme dan memungkinkan terjadinya rekonstruksi bahasa yang khas dalam komunitas lokal (Halim & Sari, 2024).

Pemilihan judul penelitian ini didasarkan pada fenomena bahwa meme pada masa kini tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga telah menjadi bagian dari komunikasi sehari-hari. Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh munculnya berbagai inovasi dan kata-kata baru yang diciptakan oleh Gen Z dan Gen Alpha sebagai bentuk adaptasi terhadap meme dalam komunikasi sehari-hari. Pembentukan kata-kata baru tersebut tidak jarang menggunakan bentuk bahasa yang tergolong absurd. Penggunaan kata-kata absurd tersebut juga tidak jarang menyebabkan perbedaan pemaknaan atau kesalahpahaman di antara pengguna, khususnya antargenerasi.

Penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada fenomena *brainrot meme*. Sementara itu, penelitian ini memperluas cakupan kajian dengan tidak hanya berfokus pada *brainrot meme*, tetapi juga

pada kata-kata yang muncul sebagai hasil adaptasi meme. Penelitian terdahulu juga lebih banyak membahas fenomena “pembusukan” otak akibat *brainrot meme*, kaitannya dengan pola pikir Gen Z, dan aspek lainnya. Namun, terdapat celah penelitian yang berkaitan dengan kajian kebahasaan, khususnya mengenai asal-usul dan makna kata-kata yang muncul sebagai hasil adaptasi meme. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengkaji secara lebih mendalam makna dari beberapa kata yang lahir melalui inovasi bahasa yang berkembang di kalangan Gen Z dan Gen Alpha.

Solusi yang ditawarkan melalui artikel ini adalah memberikan pemahaman mengenai asal-usul dan makna beberapa kata yang diadaptasi oleh Gen Z dan Gen Alpha. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan klarifikasi terhadap penggunaan kata-kata yang selama ini berpotensi disalahartikan oleh sebagian masyarakat. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi baru mengenai meme, perkembangan bahasa, serta cara generasi baru berkomunikasi di ruang digital.

Kemunculan meme turut mendorong terbentuknya gaya berbahasa baru yang dapat tersebar secara cepat melalui berbagai kalangan di internet dan disesuaikan dengan karakteristik audiens yang cenderung memiliki waktu terbatas (Hamdi et al., 2025). Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna beberapa kata yang diciptakan oleh generasi baru serta mengkaji gaya dan penggunaan bahasa di media sosial agar dapat mengurangi potensi miskomunikasi dalam proses komunikasi antargenerasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pasalnya, tujuan utama dari studi yang kami buat adalah untuk memahami fenomena bahasa yang muncul dalam komentar-komentar pada Instagram Reels, bukan menghitung frekuensi secara statistik. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali makna, konteks, dan pola komunikasi yang terbentuk melalui penggunaan bahasa *meme* oleh Generasi Z. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada interpretasi data berupa teks yang dihasilkan oleh pengguna media sosial, sehingga dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai rekonstruksi bahasa komunikasi digital.

Tahapan penelitian dilakukan secara sistematis. Pertama, perencanaan penelitian dimulai dengan menentukan fokus kajian, yaitu fenomena adaptasi bahasa yang muncul dalam interaksi digital. Peneliti menetapkan platform Instagram sebagai sumber data karena *Reels* merupakan salah satu fitur yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z untuk menyebarkan *meme*. Pada tahap ini juga ditentukan kriteria pemilihan data, yakni komentar, *caption*, dan teks yang muncul dalam *Reels* yang mengandung bentuk bahasa baru, *slang*, singkatan, atau istilah yang lahir dari adaptasi *meme*.

Kedua, pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi digital. Peneliti menelusuri sejumlah *Reels* yang relevan dengan tema *meme* dan mencatat komentar-komentar yang mengandung bentuk bahasa unik. Data dikumpulkan secara *purposive*, yaitu hanya komentar yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipilih sebagai sampel. Selain komentar, teks dalam *caption* dan deskripsi video juga dikumpulkan untuk memperkuat bukti adanya rekonstruksi bahasa. Semua data kemudian didokumentasikan dalam bentuk *screenshot* atau tangkapan layar dan transkripsi teks agar dapat dianalisis secara sistematis. Kami menelusuri *Reels* yang populer di kalangan Generasi Z, khususnya yang mengandung unsur *meme*. Kriteria pemilihan data meliputi: (1) *Reels* dengan jumlah interaksi tinggi (*like*, komentar, *share*), (2) komentar yang mengandung bentuk bahasa gaul atau *slang*, dan (3) teks yang menunjukkan adanya adaptasi dari *meme* ke komunikasi sehari-hari. Data dikumpulkan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu hanya komentar yang relevan dengan fokus penelitian yang dipilih. Semua komentar kemudian ditranskripsi ke dalam dokumen penelitian, dilengkapi dengan tangkapan layar sebagai bukti visual.

Ketiga, setelah data terkumpul, dilakukan proses reduksi atau kategorisasi untuk menyaring komentar-komentar yang relevan. Komentar-komentar seperti *spam*, *emoticon*, atau komentar yang tidak berkaitan dengan pembahasan dapat diabaikan.

Data yang tersisa kemudian dikategorisasikan ke dalam 3 bentuk utama dari rekonstruksi bahasa:

1. Perubahan/Pergeseran makna dari suatu kata/akronim, yaitu pergeseran arti dari sebuah kata yang sebelumnya memiliki arti tersendiri menjadi makna baru. Perubahan ini dipicu dengan adanya kebutuhan antar pengguna internet untuk saling memenuhi kebutuhan humor sehari-

hari. Meningkatnya tuntutan audiens akan pembaruan konten yang selalu segar membuat tren humor sebelumnya yang bertengger di puncak popularitas perlahan turun dan akhirnya menghilang dari linimasa. Karena kebutuhan yang tinggi membuat para pengguna internet saling berkontribusi untuk menyumbang tren baru untuk mengganti yang lama. Mereka biasanya meminjam kata yang sudah ada dan menggeser maknanya karena dinilai lebih efisien dan diterima oleh pengguna lainnya. Contohnya pada kata "NPC" yang awalnya bermakna *non-playable character* dalam gim, berubah menjadi istilah untuk menyebut orang yang pasif atau tidak memiliki karakteristik yang spesial.

2. Pelabelan figur publik. Para pengguna internet terkadang gemar melabeli suatu tokoh terkenal dengan sebutannya sendiri sebagai bentuk sindiran, kritikan, atau ironi sosial. Pelabelan ini terkadang merupakan bentuk perlawanan masyarakat *online* akibat dari perbuatan suatu tokoh yang dinilai negatif. Contohnya adalah "Pria Solo" yang merujuk kepada Presiden ke-7 Indonesia yang bernama Joko Widodo. Beliau mendapatkan julukan tersebut karena wajah ikoniknya dan kota tempat lahirnya, yaitu Surakarta (Solo), yang sering dijadikan bahan editan untuk konten *meme*.
3. Kalimat berbasis konteks tinggi (*high-context*). Dalam berkomunikasi dengan teman sebayanya, Generasi Z sering kali menggunakan struktur bahasa yang tak beraturan dan cenderung belepotan. Menariknya, makna atau pesan dalam interaksi tersebut dapat tetap tersampaikan seutuhnya. Hal ini dibuktikan dengan temuan dari berbagai frasa dalam percakapan yang tidak memiliki gaya bahasa yang jelas, tetapi dapat dipahami secara kolektif berkat konteks yang bertebaran di linimasa. Contohnya, ketika ada pengguna internet yang memiliki pengetahuan akan suatu hal, pengguna internet lainnya akan membalas dengan komentar "*elite ball knowledge*" yang berarti orang tersebut telah diakui berpengetahuan luas.

Keempat, analisis data dengan metode analisis isi atau *content analysis*. Analisis dilakukan dengan cara membaca ulang komentar secara mendalam, mengidentifikasi bentuk bahasa yang muncul, kemudian menafsirkan makna berdasarkan konteks penggunaan. Setiap kategori dianalisis untuk menemukan pola penggunaan bahasa, makna yang terkandung, serta konteks budaya yang melatarbelakanginya. Dapat dilihat bahwa kalimat "bro is an NPC" dianalisis sebagai bentuk rekonstruksi makna kata yang berawal dari dunia *game*, lalu diadaptasikan ke dalam komunikasi sehari-hari sebagai bentuk ejekan ringan. Analisis ini juga memperhatikan bagaimana komentar tersebut dipahami oleh komunitas, apakah inklusif (mudah dipahami banyak orang) atau eksklusif (hanya dipahami oleh kelompok tertentu).

Kelima, interpretasi hasil dengan menghubungkan temuan penelitian dengan tujuan awal, yaitu memahami bagaimana *meme* berkontribusi pada rekonstruksi bahasa komunikasi digital Generasi Z. Interpretasi ini tidak hanya menjelaskan bentuk bahasa yang muncul, tetapi juga memberikan koreksi terhadap istilah yang sering disalahartikan atau disalahgunakan oleh masyarakat umum. Dengan demikian, penelitian ini menghasilkan pemahaman baru mengenai dinamika bahasa di media sosial serta implikasinya terhadap literasi digital Generasi Z.

Terakhir, validasi data dilakukan melalui triangulasi sumber atau teknik yang digunakan dalam penelitian untuk memeriksa kebenaran data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber yang berbeda. Kami akan membandingkan data dari berbagai *Reels* dan komentar untuk memastikan temuan *pattern* yang konsisten. Kami juga akan melakukan wawancara (via DM) dengan bertanya kepada informan (orang yang berkomentar) untuk menggali penjelasan atau makna dari kata yang mereka gunakan dalam komentarnya, alasan mengapa berkomentar seperti itu, dan apa tujuan dari komentarnya. Kami juga akan tetap menggunakan jurnal, artikel, berita, dan literatur akademik tentang *meme*, bahasa, dan komunikasi sebagai acuan. Validasi ini penting agar hasil penelitian tidak hanya bersifat subjektif, tetapi juga memiliki dasar teoritis yang kuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada teori proses rekonstruksi *meme language* yang dikemukakan oleh Mitman & Denham (2025), yang menyatakan bahwa perkembangan *meme* terdiri dari 5 tahapan, *creation*, *cultural arbitration*, *debut*, *cooptation*, dan *transcendence*. Kelima tahapan tersebut

sebenarnya dapat dipadatkan lagi menjadi 3 tahapan, yaitu *creation*, *adaptation*, *saturation*. Dalam penelitian ini, akan disajikan berbagai contoh representatif dari tiap proses rekonstruksi *meme language*, yang berisikan konteks dan makna dari tiap kata *meme language*.

Perkembangan Meme

Creation (Penciptaan)

Siklus awal *meme* yang dapat terjadi adalah proses penciptaan atau *creation*. Proses penciptaan *meme* dapat dilakukan pada tahap awal yang meliputi penciptaan konsep yang dituangkan kedalam media visual, yang kemudian diubah menjadi bentuk *file* atau format yang akan dibagikan di berbagai sumber interaksi digital. Salah satu contoh proses *creation* pada *meme* yang dapat kita lihat adalah *meme skibidi*. Jika kita merujuk pada sumber aslinya, kata *skibidi* sendiri bermula dari unggahan video pada akun Instagram bernama @yasincengiz0038. Dalam salah satu unggahan videonya, ia merekam dirinya sedang melakukan tari perut dengan menggunakan musik latar belakang dari akun bernama @BiserKing yang berjudul "Dom Dom Yes Yes", di mana pada salah satu petikan liriknya terdapat kata *skibidi* yang tidak mengandung arti spesifik. Karena viralnya video tersebut, banyak orang yang memparodikan dan kemudian munculah kanal YouTube bernama yt DaFuq!?Boom (sekarang berganti nama menjadi Skibidi) yang membuat video animasi dengan karakter di dalamnya bernama Skibidi Toilet. Video tersebut mendapatkan atensi besar dan meledak di kalangan gen *alpha*, sehingga terjadi pergeseran makna kata, dari yang sebelumnya kata *skibidi* hanya merupakan *onomatopeia* pada penggalan lirik lagu, namun kini mengalami adanya perubahan makna menjadi sebuah kata semu yang tidak memiliki arti spesifik untuk digunakan pada komunikasi sehari-hari tergantung pada konteks pembicaraannya. Adapun proses *creation*/penciptaan yang terjadi pada *meme* dapat diakibatkan karena adanya keinginan untuk melakukan kegiatan berekspresi secara bebas (Pratama et al., 2026). Selain itu, proses penciptaan juga dapat terjadi karena adanya efisiensi linguistik yang dilakukan guna mempercepat komunikasi, meskipun harus mengorbankan jumlah penggunaan bahasa baku dalam percakapan informal (I. Wahyudi et al., 2025).

Tahap adaptasi dalam *meme* adalah proses dimana sebuah *meme*, baik berupa gambar, video, maupun ide asli yang telah mengalami modifikasi sesuai dengan konteks dari tiap basis penggemar atau komunitas *niche*, atau bahkan melakukan modifikasi pada *meme* hingga menjadi suatu hal yang baru yang bahkan tidak ada kaitannya dengan *meme*. Contoh proses adaptasi berupa modifikasi *meme* dari suatu komunitas ke komunitas lain dapat kita lihat pada *meme "jumatan"*. Pada awalnya, *meme* ini hanya sekedar *meme* biasa dengan format stacked still, yang berisi 4 foto berbeda dengan isi konteks yang saling berkesinambungan (Nita et al., 2021). Pada foto *meme* tersebut, berisi nasehat mengingatkan sholat jumat dan diubah oleh tiap *fandom* masing-masing dengan pola yang sama. Penggunaan *meme* ini pada awalnya digunakan sebagai media pengingat umat Muslim untuk melakukan ibadah shalat jumat, namun menjadi memiliki berbagai variasi gambar yang berbeda seiring berjalannya waktu (Sunaryanto & Rofi Syamsuri, 2022).



Gambar 1. Komparasi Variasi Meme Jumatan

Pada contoh lain, kita dapat melihat dari *doge meme* yang telah mengalami perubahan yang sangat jauh/melenceng. *Doge meme* yang awalnya hanya sekedar *meme* yang menampilkan wajah

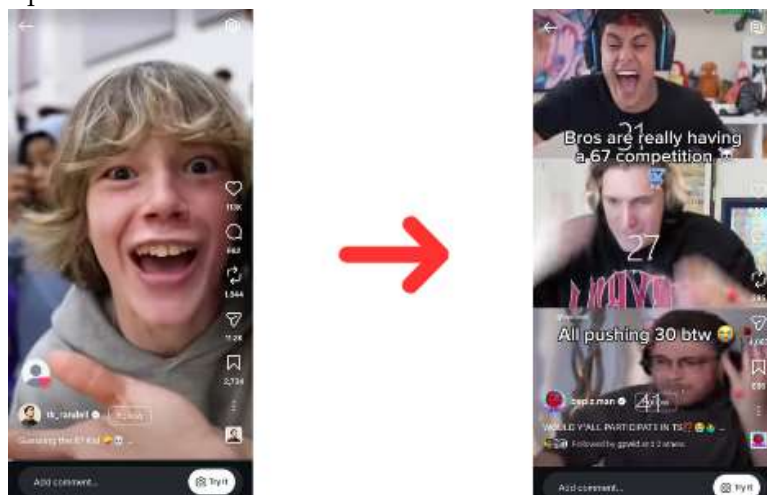
anjing Shiba Inu, namun karena saking meledak dan viralnya *meme* tersebut, penemu dogecoin, yaitu Billy Markus dan Jackson Palmer, sengaja menciptakan mata uang kripto ini sebagai lelucon atau parodi untuk menertawakan euforia Bitcoin dan pasar kripto yang terlalu serius pada akhir tahun 2013 dan melesat di berbagai kalangan karena adanya tokoh publik seperti Elon Musk yang mempromosikan dogecoin (Chohan & Van Kerckhoven, 2026). Kini *doge meme* telah diadaptasi menjadi salah satu jenis uang digital atau *cryptocurrency* dengan nama *Dogecoin*, sesuai dengan konteks pada *meme* aslinya.



Gambar 2. Evolusi Adaptasi Meme menjadi Kurensi Digital

Kemudian, contoh terakhir dari proses adaptasi dari *meme language* dapat kita temukan pada kasus perubahan *meme* menjadi kompetisi. Contoh dari perubahan *meme* menjadi kompetisi *online* dapat kita lihat pada *meme* "67 exercise." *Meme* ini bermula dari sekadar mengayunkan kedua tangan ke atas dan ke bawah saat menemukan maupun mendengar angka 67. Menurut Shukla (2025), awal mula dari berkembangnya tren 67 adalah dari lagu yang sedang viral berjudul "Doot Doot (6 7)" dari seorang *rapper* bernama Skrilla, yang dimana frasa "six-seven" muncul sebagai sebuah *rhythmic hook*. Lebih lanjut, apa yang membuat *meme* ini menarik atensi publik remaja adalah karena frasa tersebut sebenarnya tidak memiliki makna yang pasti, dan ambiguitas itulah yang membuatnya naik daun. Para remaja Gen Alpha beramai-ramai melakukan gestur 67 dimanapun dan kapanpun tanpa konteks yang jelas, atau hanya sekedar untuk membuat bingung orang dewasa.

Kini, tren 67 semakin berkembang, salah satunya menjadi sebuah kompetisi dengan tujuan untuk bersenang-senang di *platform* Instagram Reels. Peraturan perlombaan *online* tersebut yaitu pengguna internet harus melakukan gerakan 67 secara cepat dengan waktu sepersekian detik dan menggunakan aplikasi untuk melakukan *tracking* secara *real-time* untuk mengecek seberapa banyak gerakan tersebut dapat dilakukan.



Gambar 3. Evolusi Meme menjadi Sebuah Kompetisi Online

Adapun proses adaptasi *meme* pada berbagai contoh di atas dapat disebabkan oleh berbagai macam faktor, diantaranya konteks visual dan media, kreativitas bahasa, terjadinya interaksi digital,

serta adanya humor maupun sindiran yang terdapat dalam *meme* (Malikha, 2025). Berbagai media sosial juga menjadi kunci penting dalam proses adaptasi pengembangan *meme*.

Saturation (Penjenuhan)

Dalam konteks internet atau budaya digital, *memetic saturation* atau juga bisa disebut dengan tahap penjenuhan adalah siklus di mana saat *meme* telah mencapai pengenalan secara luas, dengan kata lain, viral, dan kemudian digunakan secara berlebihan maupun secara terus-menerus tanpa henti, sehingga menyebabkan fenomena seperti *overexposure* maupun *overuse* (Carlsson, 2026). Pada siklus inilah *meme* dapat berubah menjadi sesuatu yang sudah membosankan dan tidak relevan, sehingga *meme* tersebut mendapatkan label *dead meme*, atau candaan yang sudah basi/tidak relevan. Contoh penjenuhan *meme* yang dapat kita lihat adalah candaan sarkastik tentang politik, yang secara khusus mengarah ke PDIP. Pada candaan tersebut, berisikan video atau komentar yang mengacu pada *backsound* sahutan "SO.... BAKSO...." dengan konteks penculikan rakyat sipil yang dilakukan oleh Badan Intelijen Negara yang menyamar sebagai pedagang kaki lima. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk satirisme kepada pejabat atau pemerintah yang dinilai anti kritik dan dapat melakukan pembungkaman yang sejalan dengan sejarah di Indonesia lama.

Dari tahapan siklus perkembangan *meme* yang telah diklasifikasikan, perkembangan *meme* dalam dunia internet berproses melalui tiga tahapan fase hierarkis yang berkesinambungan, dan perkembangan *meme* sendiri merepresentasikan dinamika peredaran informasi dalam komunikasi dunia maya. *Meme* sebagai mekanisme kontrol sosial dalam budaya digital menunjukkan betapa masifnya kekuatan narasi visual dalam menyuarakan hak, menyampaikan kritik sosial, dan membuka pandangan public (U. Wahyudi, 2025). Pola ini menunjukkan bahwa *meme* bukan hanya sekedar humor komedi yang kosong atau tidak memiliki bobot, tetapi sebuah instrumen sosiokultural yang eksis, tercipta dari kebutuhan ekspresi yang kemudian berevolusi melalui modifikasi sedemikian rupa. Pada akhirnya, perkembangan *meme* mengalami degradasi nilai akibat pola repetisi pada struktural masyarakat dunia maya itu sendiri.

Klasifikasi Meme Language

Dalam dunia Internet atau budaya digital, *meme* telah berkembang dengan sangat pesat dan seringkali menjadi kiblat terhadap tren yang sedang terjadi. Dengan cepatnya perkembangan tersebut, membuat kita selalu dalam keadaan konstan untuk mencari arti, konteks, referensi, dan "doksli" untuk tiap hal baru yang ada di internet.

Meme language itu sendiri adalah kata, frasa, atau kalimat yang biasa ada di *meme* dan diucapkan dan dipakai tidak cuma di internet tapi di real life. Saking relevan, ikonik, atau memang cocok dipakai sehari-hari membuat kami di Instagram Reels mengklasifikasikannya dan menjadikannya pembahasan kami. (Rogers & Giorgi, 2024). Selain itu, ketiga klasifikasi ini didasarkan pada keinginan gen Z dan Alpha untuk membuat sebuah kata yang kekinian, namun masih bersifat fleksibel, mudah diucapkan, ataupun menyindir secara tidak langsung (Ratnasari & Yuanita, 2025).

Perubahan/Pergeseran Makna dari Suatu Kata/Akronim

Klasifikasi *meme language* pertama pada penelitian kami adalah kata atau akronim yang mengalami perubahan arti. Zaim (2015) menyatakan bahwa suatu kata dapat mengalami perubahan makna saat terjadi penyerapan bahasa yang melenceng dari makna aslinya, baik dilakukan dengan cara menggabungkan awal/akhir suku kata, maupun menggabungkan dua kata yang mengakibatkan pergeseran makna tergantung pada variasinya. Berikut adalah data perubahan makna dari suatu kata atau akronim yang kami temukan.

Tabel 1. Perubahan makna dari kata atau akronim

Contoh Kata	Makna Sebenarnya	Perubahan Makna Pada Sekarang
Larp	<i>Live Action Role Play</i> .	Istilah untuk melabeli orang yang mengaku dirinya ahli dalam suatu hal, padahal sebaliknya.

Twin	Secara general dapat diartikan sebagai saudara kembar.	Twin sekarang lebih digunakan sebagai ungkapan kedekatan dengan sahabat karib. Dikarenakan kedekatannya, orang-orang menyamakannya dengan saudara kembar.
Doksli	Dokumen yang dikeluarkan oleh instansi resmi. Memiliki kondisi baik, tidak rusak, dan lengkap.	Sekarang diartikan sebagai sumber (<i>source</i>) utama dari suatu berita atau unggahan humor yang tersebar di internet.
Delulu	Menggambarkan pikiran yang tidak berdasarkan kenyataan.	Pengucapan baru dari <i>delusional</i> .
Milking	Memiliki arti memerah susu secara harfiah.	Penggunaan berlebihan suatu hal yang sempat bertengger di tangga <i>trending</i> dan membuat audiens jenuh hingga muak.
Downfall	Diartikan sebagai kejatuhan atau keruntuhan suatu kerajaan/jabatan/orang/ dll dalam konteks sejarah.	Keruntuhan seseorang yang memiliki kontroversi.
Lock In	Memiliki arti terkunci secara harfiah.	Pernyataan seseorang yang ingin fokus akan suatu hal.
Maxxing	Memaksimalkan dalam melakukan sesuatu.	Dapat diartikan sebagai bentuk maksimal dari suatu hal.
Lowkey	Digunakan sebagai ungkapan yang tidak begitu penting.	Dapat diartikan sebagai sinonim dari kata agak, lumayan, dan cukup.
Highkey	Lawan kata dari <i>lowkey</i> , memiliki makna yang begitu pula sebaliknya.	Dapat diartikan sebagai sinonim dari kata sangat.
Yapping	Gonggongan anjing kecil yang berisik.	Digunakan sebagai ungkapan untuk melabeli seseorang yang terlalu banyak cakap.
Let Him Cook/Biarkan Dia Memasak	Memiliki arti "biarkan ia memasak" secara harfiah.	Digunakan sebagai ungkapan untuk seseorang yang diberikan kesempatan untuk melakukan suatu usaha.

I'm Cooked/Gosong Chef	Memiliki arti "aku gosong" secara harfiah.	Dalam penggunaannya, secara konteks artinya pengungkapan bahwa rencana yang dibuat gagal dan tidak berjalan sesuai keinginan.
Gatekeeping	Memagari atau membentengi sesuatu.	Dalam konteksnya, <i>gatekeeping</i> diartikan sebagai perasaan atau sikap tidak menginginkan orang lain mengetahui dan menyukai apa yang kita sukai.
Fraud	Memiliki arti "pembongkang" secara harfiah.	Istilah baru untuk seseorang atau karakter yang mengklaim dirinya hebat dalam suatu bidang, namun kenyataannya tidak.
Slander	Secara bahasa, arti dari <i>slander</i> adalah fitnah.	Istilah untuk mengkritik atau menjelekkan suatu hal secara hiperbola.
NPC	Secara arti adalah " <i>Non-Playable Character</i> ."	Mengejek seseorang yang tidak mencolok dan tidak memiliki sesuatu yang spesial dalam dirinya.
Karbit	Karbit adalah salah satu senyawa kimia (CaC_2) yang biasanya digunakan dalam mempercepat pematangan buah.	Digunakan untuk melabeli seseorang yang sok ahli akan suatu hal, padahal kenyataannya tidak.

Pelabelan Figur Publik

Pada bagian ini, kami sajikan berbagai data terkait tokoh di internet yang mendapatkan suatu julukan. Adapun alasan mengapa suatu tokoh bisa mendapatkan julukan di internet bisa disebabkan oleh berbagai macam faktor, seperti sebagai bentuk kritik sosial, maupun sebagai label terkait isu yang sedang hangat dibicarakan (Nur Rohmah & Kusuma, 2019)

Tabel 2. Nama dan Julukan tokoh di Internet

No	Nama/Julukan Asli	Nama Julukan
1	Benjamin Netanyahu	<i>Big Yahu</i>
2	Prabowo Subianto	Raja Sawit
3	TikTok	Aplikasi Kandang Sawit
4	Joko Widodo	Pria Solo
5	Abdurrohm Facebook	<i>King Ohim</i>
6	Pemuja Berlebihan	<i>Glazers</i>

7	Orang yang Cerewet	<i>Yappers</i>
8	Orang yang Lebih Tua	<i>Unc/Uncle</i>
9	Robot/ <i>Artificial Intelligence</i>	<i>Clanker</i>

Kalimat Berbasis Konteks Tinggi (High-Context)

Dalam kajian linguistik, terdapat istilah seperti sosiolinguistik yang mengacu pada bagaimana bahasa berkembang dan digunakan dalam ruang digital yang dipengaruhi oleh hubungan sosial antar pengguna. Istilah ini dapat digunakan dalam berbagai bentuk komunikasi, baik secara verbal maupun dalam konteks platform media sosial (Anggraini & Noor Amalia, 2026). Pada bagian ini, akan kami sajikan berbagai macam contoh kalimat tidak lengkap yang maknanya dapat tetap dipahami.

Tabel 3. Kalimat tak lengkap dan maknanya

No	Kalimat Tak Lengkap	Makna
1	In this economy	Digunakan untuk merespon lawan bicara ketika mereka ingin membeli suatu barang di kondisi ekonomi saat ini.
2	Riyal or fake	Merupakan plesetan dari kata "real or fake." Digunakan sebagai pertanyaan untuk mengkonfirmasi keaslian/keabsahan pernyataan dari lawan bicara.
3	Aura	Pujian untuk seseorang yang memiliki suatu wibawa maupun kharisma yang menarik.
4	Niche	Sebutan untuk suatu hal yang sangat spesifik/tak semua orang mengerti, hanya dapat dipahami oleh suatu komunitas yang membuat/mengerti hal tersebut.
5	Elite ball knowledge	Sebutan untuk orang yang memiliki wawasan yang luas.
6	Period	Istilah untuk menjelaskan bahwa opini mereka <i>valid</i> dan tidak dapat diganggu gugat.
7	Rent-free	Istilah untuk suatu hal yang selalu ada atau terngiang-ngiang di pikiran seseorang.
8	Touch some grass	Istilah sarkas yang ditujukan kepada seseorang yang tak pernah beranjak dari rumahnya.
9	My bini	Istilah yang mendeskripsikan suatu karakter perempuan sebagai tipe idealnya.

Hasil dari studi kami mengidentifikasi bahwa *meme* dapat mempengaruhi tatanan komunikasi dalam dunia maya. Selain itu, temuan ini membuktikan bahwa setiap kali suatu *meme*

mencapai puncak popularitas akan mengubah dan merekonstruksi pola berkomunikasi kita dalam sehari-hari. Studi ini sejalan dengan pendapat Zaim (2015), yang menyatakan bahwa perubahan atau pergeseran makna suatu kata dapat terjadi ketika penyerapan bahasa tidak lagi sesuai dengan makna aslinya. Hal itu juga selaras dengan pernyataan dari Rohmah (2018) yang menuturkan bahwa terciptanya julukan bagi tokoh tertentu di dalam dunia digital memiliki latar belakang berbagai hal, seperti misalnya sebagai bentuk kritik sosial maupun pelabelan atas suatu topik yang tengah naik daun. Lebih lanjut, Owens (2025) menjelaskan bahwa fenomena pengakuan suatu bahasa gaul atau *internet slang* telah di rekognisi oleh lembaga bahasa terakreditasi dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini menguatkan korelasi yang erat dan kompleks antara pola kebiasaan berkomunikasi Gen Z dengan masyarakat secara luas.

Jika secara historis kita bisa memandang suatu komunitas sebagai sekelompok orang yang tinggal di tempat yang sama, dengan bahasa dan budaya yang sama, yang sudah didefinisikan, maka komunitas *meme* adalah suatu keseluruhan dengan cara kerja tertentu. *Memes* mewakili proses penciptaan komunitas melalui penyebaran bahasa, budaya, dan pemikiran baru dalam model komunikasi. Jadi, *meme* adalah suatu bahasa yang tidak hanya menunjukkan bagaimana komunitas digital mengubah struktur tradisional orang-orang yang bersatu dalam satu ruang, tetapi juga cara bahasa secara tidak langsung menambahkan orang ke dalam produksi itu sendiri, menampilkan mereka sebagai makhluk sosial, pemikiran dan budaya mereka (Petrova, 2021). Perubahan makna sebuah kata atau akronim, julukan, dan kalimat berbasis konteks tinggi (High-Context) di ranah daring bukan sekadar fenomena leksikal, melainkan proses sosial-pragmatis yang dipicu oleh viralitas, pengulangan dalam komunitas, dan fungsi identitas. Istilah yang sama bisa cepat beralih peran menjadi penanda solidaritas, kritik, atau ironi, sehingga pergeseran makna dalam bahasa *meme* mencerminkan perubahan fungsi sosial bahasa dalam budaya digital

SIMPULAN DAN SARAN

Pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa pada novel *Warung Bujang* karya Jessica Carmelia, ditemukan sepuluh data yang menunjukkan bentuk superioritas tokoh Danny dan Juna, yaitu lima data pada tokoh Danny dan lima data pada tokoh Juna. Superioritas Danny terlihat melalui sikap kepemimpinan, tanggung jawab, kemampuan mengendalikan diri, serta cara berpikir yang matang dalam menghadapi berbagai persoalan. Sementara itu, superioritas Juna tampak melalui sikap tenang, inisiatif dalam bertindak, kemampuan bekerja sama, serta perannya sebagai penengah dalam konflik. Kedua tokoh menunjukkan bahwa superioritas tidak selalu berkaitan dengan keinginan untuk menguasai orang lain, tetapi lebih pada usaha untuk memperbaiki diri, menjaga hubungan dengan orang lain, dan menjalankan peran sosial secara bertanggung jawab.

Melalui pendekatan linguakultural, studi dalam penelitian ini memungkinkan eksplorasi untuk membedah *meme-meme* orisinal sebagai ide yang penuh akan makna kreatif. Selain itu, *meme* yang diciptakan secara organik, sebagai representasi gagasan inovatif, menelaah konseptualisasi di mana karakteristik sosiokultural masyarakat termanifestasi. *Meme* yang didefinisikan sebagai gagasan, pemikiran, atau informasi, telah digunakan untuk menjelaskan penyebaran kebiasaan linguistik dan budaya baru serta perubahan dalam pola pikir sosial. Berdasarkan konsep linguakultural yang merangkap sebagai model makna, kita dapat mengerti bagaimana pengguna internet menafsirkan konteks murni yang menghubungkan komunitas siber dalam satu kebahasaan dan kebudayaan internet. Kajian tentang bahasa, budaya, pemikiran, dan pengaruh *meme* menunjukkan bahwa perubahan sedang berlangsung hingga detik ini. Penelitian ini mengungkap faktor-faktor unik; pengaruh *meme* tidak hanya terhadap bahasa dan budaya, tetapi juga terhadap pola pikir masyarakat modern.

Kami tidak menutup kemungkinan bahwa hipotesis yang kami ajukan tentang rekonstruksi bahasa komunikasi, dan literasi Gen Z serta pengaruhnya dalam budaya masyarakat dunia maya dapat dibantah. Namun, jika penelitian di masa depan berhasil mereplikasi dan memperluas hasil ini, terutama dalam kerangka paradigma komunikasi modern, pengetahuan tersebut dapat diintegrasikan ke dalam inisiatif untuk meningkatkan literasi budaya dan kepatuhan linguistik di internet. Kelanjutan

studi topik ini dapat mendorong penerimaan yang lebih besar terhadap perilaku dan pemikiran kolektif tertentu, menghormati martabat setiap pengguna internet, dan juga menegaskan nilai pemikiran bersama.

REFERENSI

- Ananta Harvianty Putri, F., Ramadhin, F. S., Subkhi, F. N., Utomo, A. P. Y., Widhiyanto, R., Kesuma, R. G., & Mijianti, Y. (2024). The principle of joking in tweets from the Twitter account @kaesangp as a review of pragmatics. *International Journal of Educational Development*, 1(2), 13–24. <https://doi.org/10.61132/ijed.v1i2.33>
- Anggraini, D., & Amalia, F. N. (2026). Analisis sosiolek bahasa pada komunitas Roblox: Ragam slang sebagai konstruksi identitas digital. <https://doi.org/10.23969/jp.v11i01.40788>
- Cahyani, I., & Hadianto, D. (2018). Rekonstruksionisme: Metode komunikatif dalam pemerolehan dan pembelajaran bahasa untuk mengembangkan kemampuan berbahasa. *Jurnal KATA*, 2(1), 118. <https://doi.org/10.22216/jk.v2i1.3065>
- Carlsson, N. F. (2026). Decoding digital disorientation: A conceptual framework for library engagement with adolescent mental health in a saturated media environment. *Journal of Documentation*, 82(7), 56–78. <https://doi.org/10.1108/JD-09-2025-0276>
- Chohan, U. W., & Van Kerckhoven, S. (2026). *Public governance on the blockchain*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003610601>
- Halim, S., & Sari, M. (2024). Visual language and identity in digital youth culture: A socio-semiotic study of memes among Indonesian Gen Z. *Communica: Journal of Communication*, 2(3), 200–213. <https://doi.org/10.61978/communica.v2i3.775>
- Hamdi, I., Cahyoadji, R., Lutfia, N., Pramita, S., Islami, N., & Auliatul, S. (2025). Analisis ragam bahasa dalam “internet memes” di media sosial. *Jurnal Pendidikan West Science*, 3(1).
- Jasmine, G. (2025). *The neurological bifurcation of meme culture: Understanding brainrot, peak memes, and cognitive endurance*. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.29260028>
- Maknun, M. L., Muzayanah, U., & Santoso, A. G. (2025). Anomali brainrot: Tafsir budaya atas tubuh, hasrat, dan kekerasan simbolik di era digital. *SUSASTRA: Jurnal Ilmu Susastra dan Budaya*, 14(1), 54–72. <https://doi.org/10.51817/susastra.v14i1.242>
- Malikha, U. (2025). Transformasi makna kosakata bahasa Indonesia dalam meme Instagram: Kajian semantik kontekstual. *Jurnal Tinta*, 7(2), 366–372. <https://doi.org/10.35897/jurnaltinta.v7i2.2223>
- Mitman, T., & Denham, J. (2025). Into the meme stream: The value and spectacle of Internet memes. *New Media & Society*, 27(6), 3470–3486. <https://doi.org/10.1177/14614448241227843>
- Nita, F. R., Setiawan, S., & Lestari, L. A. (2021). Meaning-making of Internet memes to create humorous sense: Functions as speech acts. *Language Literacy: Journal of Linguistics, Literature, and Language Teaching*, 5(2), 465–479. <https://doi.org/10.30743/ll.v5i2.4445>
- Nur Rohmah, L. S., & Kusuma, R. S. (2019). Setyo Novanto sebagai meme internet: Analisis dimensi mimetik di YouTube. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 10(2), 103–122. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v10i2.7884>
- Owens, E. (2025). ‘It speaks to me in brain rot’: Theorising ‘brain rot’ as a genre of participation among teenagers. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448251351527>
- Petrova, Y. (2021). Meme language, its impact on digital culture and collective thinking. *E3S Web of Conferences*, 273, 11026. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202127311026>
- Pratama, A. M., Nurhaliza, S., & Susanto, A. A. (2026). Peran media sosial dalam membentuk gaya bahasa dan identitas pengguna di era digital. *Journal of Language Studies*, 2(2), 3110–1836. <https://doi.org/10.70716/jols.v2i2.285>
- Ratnasari, M., & Yuanita, A. (2025). Perubahan makna pada kosakata bahasa gaul generasi Z dan Alpha: Studi kasus penggunaan media sosial. *SAPALA*, 12(2), 46–56. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-sapala/article/view/72121>
- Rogers, R., & Giorgi, G. (2024). What is a meme, technically speaking? *Information, Communication & Society*, 27(1), 73–91. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2023.2174790>
- Sakdiah, N., & Sihombing, F. (2023). Problematika pembelajaran bahasa Arab. *Jurnal Sathar*, 1(1), 34–41. <https://doi.org/10.59548/js.v1i1.41>
- Shifman, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of*

- Computer-Mediated Communication*, 18(3), 362–377. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Shukla, P. (2025, December). *Confused by the Six Seven meme? Here's the wild origin story taking over the internet.* *The Economic Times*.
<https://economictimes.indiatimes.com/news/international/us/confused-by-the-six-seven-meme-heres-the-wild-origin-story-taking-over-the-internet/articleshow/125916779.cms>
- Sunaryanto, S., & Syamsuri, A. R. (2022). Semiotika dakwah digital dalam meme ajakan salat Jumat. *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, 12(2), 103–124.
<https://doi.org/10.35905/komunida.v12i2.2874>
- Vidani, J. (2024). Exploring the influence of Reels and short videos on the reading and listening habits of Generation Z: A comprehensive study. *SSRN Electronic Journal*, 2(3), 309–330.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4889423>
- Wahyudi, I., Lorenza, Y., Sakban, S., Rohmadin, A. H., & Al Fahrezi, S. (2025). Peran teknologi digital dalam perubahan pola komunikasi dan gaya bahasa generasi muda. *LP3MKIL: Lembaga Publikasi Penelitian, Pengabdian Masyarakat dan Karya Ilmiah Linggau*, 1(2), 34–39.
- Wahyudi, U. (2025). Narasi meme sebagai mekanisme kontrol sosial: Analisis wacana visual dalam budaya digital. *Journal of Mandalika Social Science*, 3(1), 48–54.
<https://doi.org/10.59613/jomss.v3i1.251>
- Zaim, M. (2015). Pergeseran sistem pembentukan kata bahasa Indonesia: Kajian akronim, blending, dan klipang. *Linguistik Indonesia*, 33(2), 173–192. <https://doi.org/10.26499/li.v33i2.36>