

Dampak “Italian Brainroot” dalam Konten Fenomena Hantu Anomali: Wawasan Tentang Cuitan Netizen dan Membentuk Keputusan Produsen Industri Kreatif

Dessy Purnamasari¹, Dewi Kusuma Wardani², Mintasih Indriayu³

Universitas Sebelas Maret, Indonesia¹²³

Email: dessy608@gmail.com¹, dewikusuma@staff.uns.ac.id², mintasih_indri@staff.uns.ac.id³ -

ABSTRACT

This article examines the controversy over Hantu Anomali which is part of the Italian Brainroot which is currently a viral trend on social media, especially TikTok. This controversy began with an Italian- Australian content creator, openly voicing his disappointment with the Italian Brainroot phenomenon. Then strengthened by a linguistics and social media etymology expert, Adam Aleksic by viewing the Italian Brainroot phenomenon from a postmodernist perspective. This study uses a qualitative method with a moral panic theory approach. Primary data in the form of tweets on TikTok containing comments on Hantu Anomali. Data analysis was carried out through five stages of the moral panic process. Pros and cons responses emerged alternately debating the confusion between what is real and what is fake in the era of algorithms and artificial intelligence. This study found that there were positive and negative externalities for society. And this study has not succeeded in causing panic so that the Italian Brainroot phenomenon "Hantu Anomali" still persists today. In addition, this study found that there was behavior of creative industry producers in making decisions (profit oriented) in carrying out their role as producers based on a literacy study of social media.

Keywords: Italian Brainroot, Anomalous Ghost, Netizens, Creative Industry Producer Decisions

ABSTRAK

Artikel ini mengkaji kontroversi atas Hantu Anomali yang menjadi bagian dari Italian Brainroot yang saat ini menjadi tren viral di media sosial terutama TikTok. Kontroversi ini berawal dari konten kreator keturunan Italia-Australia, secara terbuka menyuarakan kekecewaannya terhadap fenomena Italian Brainroot. Kemudian diperkuat oleh ahli linguistic dan etimologi media sosial, Adam Aleksic dengan melihat fenomena Italian Brainroot dari kacamata postmodernisme. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan teori kepanikan moral. Data primer berupa cuitan di TikTok yang berisi komentar terhadap Hantu Anomali. Analisis data dilakukan melalui lima tahap proses kepanikan moral. Respon pro dan kontra muncul silih berganti memperdebatkan kebingungan antara apa yang nyata dan yang palsu di era algoritma dan kecerdasan buatan. Penelitian ini menemukan adanya dampak positif dan negatif bagi masyarakat. Dan penelitian ini belum berhasil menimbulkan kepanikan sehingga fenomena Italian Brainroot “Hantu Anomali” masih bertahan hingga saat ini. Selain itu, penelitian ini menemukan adanya perilaku produsen industri kreatif dalam membuat keputusannya (profit oriented) dalam menjalankan perannya sebagai produsen berdasarkan studi literasi dari media sosial.

Kata Kunci: Italian Brainroot, Hantu Anomali, Netizen, Keputusan Produsen Industri Kreatif

PENDAHULUAN

Teknologi saat ini telah meresap dalam setiap aspek kehidupan manusia, merubah cara manusia bekerja, pola belajar, berinteraksi dan cara berkomunikasi. Menurut Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) tahun 2024, Indonesia sebagai negara dengan 79,50% penduduk atau setara dengan 221 juta jiwa dari total populasi yang memanfaatkan teknologi internet. Beberapa tren teknologi yang paling berpengaruh meliputi AI (Artificial Intelligence) atau kecerdasan buatan, Internet of Things (IoT), komputasi awan, dan teknologi 5G. Perkembangan ini

menghadirkan kemudahan, efisiensi, dan inovasi, tetapi juga tantangan terkait privasi, keamanan data, dan kesenjangan digital. Dikutip dari buku Tren Teknologi AI, Mahendra, dkk. (2024:240). AI sebagai bentuk kecerdasan pada sebuah system yang memiliki kemampuan dalam penerjemahan, data-data, dan mengolahnya untuk tujuan yang diinginkan (oleh pengguna).

Menurut Prof Edy Suandi Hamid, M.Ec (Rektor UWM) dalam Seminar Nasional dengan tema “*Artificial Intelligence*” mengemukakan bahwa Artificial Intelligence (AI) seperti pisau bermata dua, dapat menggantikan posisi manusia dalam beberapa bidang. Namun disisi lain, AI juga dapat meningkatkan produktivitas yang sangat signifikan di berbagai sektor. AI juga bukan sekedar bagian evolusi dari adanya teknologi, melainkan adalah revolusi yang mampu merubah cara manusia berpikir dan bekerja. Teknologi AI memaksa kita memikirkan untuk melakukan sesuatu yang belum pernah dibayangkan sebelumnya. Dibalik efisiensi yang didapatkan oleh AI, terdapat dampak yang cukup menakutkan, seperti potensi menghilangkan banyak lapangan pekerjaan dalam revolusi industri 5.0, sebagaimana diprediksi oleh McKinsey Global Survey. Prof Edy juga menyampaikan bahwa manusia harus tetap optimis meskipun ada kekhawatiran terkait hilangnya lapangan kerja. Setiap terjadi revolusi industri, teknologi canggih selalu muncul. Bersamaan dengan itu, kesempatan kerja baru yang lebih banyak juga diciptakan, dan ini dapat dijadikan peluang.

Perkembangan AI memungkinkan gambar atau desain kreatif yang unik hingga nyeleneh menjadi mudah dibuat. Keberadaan AI membuat imajinasi dan kreasi *out of the box* manusia dapat terealisasi. Belakangan ini media sosial diramaikan dengan adanya trend AI dengan kategori *Italian Brainroot* atau pembusukan otak Italia. *Italian Brainroot* berupa serangkaian meme surealis internet yang muncul di awal tahun 2025, yang dicirikan oleh foto-foto absurd makhluk yang dihasilkan AI dengan nama-nama pseudo-Italia (Афууа, 2025). Fenomena ini cepat menyebar di berbagai platform media sosial seperti TikTok, dan Instagram, berkat kombinasi sulih suara Italia sintetis, aneh, visual lucu, dan narasi yang tidak masuk akal (Вечерняя Москва, 2025).

Italian Brainroot ditandai dengan gambar atau video absurd yang dibuat oleh kecerdasan buatan generatif. Biasanya menampilkan gabungan hewan dengan benda sehari-hari, makanan, senjata, dan elemen fantasi (White, 2025). Mereka diberi nama dalam bahasa Italia atau menggunakan penanda budaya stereotip dan disertai audio buatan AI dari narasi seorang pria Italia, yang sering kali tidak masuk akal (Gupta, 2025). Karakter-karakter ini menggabungkan unsur-unsur surealisme, kegelisahan visual (lembah gerun) dan ironi internet, yang merefleksikan humor pasca-ironis dari Generasi Z (Cybernews, 2025). Istilah *brain rot* menjadi Oxford's Word of the Year pada tahun 2024, dan merujuk pada efek memburuknya kondisi mental seseorang saat mengonsumsi "konten yang remeh atau tidak menantang" secara berlebihan di internet. Istilah ini juga dapat merujuk pada konten itu sendiri (Oxford University Press, 2024). Pengguna daring sering menggunakan label ini untuk mengakui kekonyolan otak busuk orang Italia, sekaligus mengakui semakin banyaknya AI slop yang beredar di dunia maya (Gupta, 2025).

Italia Brainroot pertama kali dipopulerkan di TikTok dengan karakter Tralalero Tralala, yang diciptakan pada 13 Januari 2025 (Вечерняя Москва, 2025). Pembuat video asli Tralalero Tralala, dengan nama tag @eZburger401, menghapus akunnya. Pengguna pertama yang diketahui mempopulerkan karakter tersebut adalah @noxaasht (Randokph, 2025), (Tribune, 2025). *Italian Brainroot* mulai terkenal pada bulan Maret 2025, dan menyebar ke Indonesia, Amerika Serikat, dan Eropa (Ilpost, 2025). Merek telah mereplikasi meme untuk digunakan dalam konten pemasaran (*nss g-club*, 2025). Brainroot Italia telah mengilhami berbagai macam koin meme yang sangat fluktuatif (PANews, 2025).

Italian Brainroot menampilkan berbagai karakter Hantu Anomali yang dihasilkan oleh AI. Karakter viral pertama dari genre tersebut adalah Tralalero Tralala, seekor hiu berkaki tiga yang mengenakan sepatu kets Nike (Yuananda, 2025). Hiu ini sering digambarkan sedang melompat atau melawan Bombardino Crocodilo, disertai dengan pengulangan frasa "Tralalero Tralala". Dengan gambar inilah tren ini mulai menyebar luas (Афууа, 2025). Bombardino Crocodilo yang disebutkan di atas adalah makhluk hibrida dengan kepala buaya dan tubuh pesawat pengebom militer (*The New York Times*, 2025).

Tung Tung Tung Sahur adalah karakter kayu antropomorfik yang menyerupai kentungan, ia memegang pentungan. "Tung Tung Tung" dalam nama karakter tersebut merupakan referensi onomatope terhadap ketukan drum yang digunakan di Indonesia untuk menandai dimulainya sahur

(*The Economic Times*, 2025). Karakter ini awalnya dibuat oleh pengguna TikTok @noxaasht pada Februari 2025, dan telah menjadi meme tersendiri (Tribune, 2025). Meski sering diklaim sebagai bagian populer dari brainrot "Italia", Tung Tung Tung Sahur adalah brainrot Indonesia (*Hindustan Times*, 2025). Boneca Ambalabu adalah katak pohon antropomorfik dengan kaki manusia dan tubuh ban mobil (*PerfectCorp*, 2025). Lirili Larila merupakan hibrida kaktus-gajah yang mengenakan sandal (*Вечерняя Москва*, 2025). Pengisi suara untuk karakternya puitis dan seperti nyanyian (*PerfectCorp*, 2025).

Ballerina Cappuccina adalah seorang balerina dengan cangkir cappuccino sebagai kepala yang mengenakan tutu dan sepatu pointe. Karakter tersebut menekankan absurditas genre tersebut dengan menggabungkan hal yang tidak cocok, objek sehari-hari dan citra tari klasik (*Вечерняя Москва*, 2025). Meme asli menampilkan gerakan berputar-nya dengan Anggun (Good, 2025).

Keberadaan konten-konten viral "Italian Brainrot-Hantu Anomali" adalah sebuah fenomena yang terjadi sebagai dampak perkembangan media sosial. Tidak semua konten memberikan dampak positif, kadang pula memberikan dampak negatif. Dengan adanya dampak baik positif maupun negatif, masyarakat akan membuat suatu pernyataan dari apa yang mereka lihat dan rasakan dari adanya suatu fenomena. media sosial terutama platform seperti TikTok, Youtube, Twitter, Facebook, dan Instagram, kini telah menjadi panggung alternatif bagi masyarakat untuk mencari, berbagi, dan memvalidasi informasi. Netizen yang aktif di media sosial sering dianggap lebih jujur dan otentik. Mereka berbicara langsung dari pengalaman atau opini pribadi tanpa melalui filter institusi formal. Di dunia digital ini, opini netizen dianggap paling relevan, karena mewakili suara rakyat biasa yang sering kali tidak terdengar di ruang-ruang formal. Fenomena Italian Brainrot-Hantu Anomali dikalangan masyarakat (netizen) dalam menyikapi hal tersebut juga berbeda-beda. Cuwitan netizen dianggap lebih cepat, tepat, dan apa adanya. Ada beberapa alasan mengapa cuwitan netizen lebih dipercaya yaitu kecepatan informasi, gaya komunikasi yang relatable, dan rasa kebersamaan.

Dalam konteks ini, netizen yang memiliki banyak pengikut sering kali memainkan peran layaknya pemimpin opini. Mereka adalah tokoh-tokoh yang pandangannya dianggap mewakili aspirasi masyarakat. Hal ini menciptakan fenomena baru di mana "influencer" digital menjadi lebih berpengaruh daripada pejabat publik (Warta Indonesia, 2025). Narasi yang mereka bangun melalui cuitan sering kali membentuk opini publik secara masif. Namun, ada sisi gelap dari fenomena ini, tidak semua informasi yang disampaikan oleh netizen dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Hoaks dan disinformasi juga menyebar dengan mudah melalui media sosial, menciptakan tantangan baru dalam mencari sumber informasi yang benar.

Di tengah viralnya suatu peristiwa atau fenomena yang terjadi, bagi masyarakat dapat dijadikan sebagai suatu peluang. Dalam lingkungan ekonomi dinamis, peran konsumen dan produsen akan terus berubah sesuai dengan preferensi, inovasi, teknologi, dan faktor-faktor eksternal lainnya. Di dalam proses interaksi pasar terdapat dua peranan penting dari dua pihak yaitu konsumen dan produsen. Dalam artikel ini, masyarakat yang ditekankan adalah masyarakat yang berperan sebagai produsen. Faktor dari perilaku produsen mencakup Keputusan Perusahaan atau produsen dalam memproduksi barang dan jasa. Produsen berusaha untuk mengoptimalkan produksi mereka dengan mempertimbangkan biaya produksi, permintaan pasar, dan teknologi yang tersedia. Keputusan produsen mempengaruhi jumlah produk yang tersedia dan harga. Produsen akan selalu melihat peluang, apa yang mereka anggap *profit oriented*. Untuk melihat peluang usaha dari suatu fenomena atau kondisi tertentu, produsen dapat melakukan analisis situasi dan lingkungan bisnis. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang fenomena tersebut, dampaknya pada masyarakat, dan potensi kebutuhan muncul.

Oleh karena itu, dalam artikel ini bertujuan untuk 1) mengetahui kontroversi dampak adanya Italian Brainrot-Hantu Anomali di kalangan netizen, 2) mengetahui dampak positif dan negative dari adanya fenomena Italian Brainrot-Hantu Anomali bagi Masyarakat, 3) mengetahui bagaimana produsen membuat keputusan sebagai dampak dari *Italian Brainroot*-Hantu Anomali.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis dalam kerangka teori kepanikan moral. Fokus utama penelitian ini adalah memahami bagaimana suatu isu atau kelompok tertentu dikonstruksikan sebagai ancaman terhadap nilai-nilai moral

masyarakat, yang kemudian memicu reaksi publik yang meluas, cepat, dan seringkali tidak proporsional. Analisis wacana kritis digunakan untuk mendalami bagaimana narasi-narasi media, ujaran publik, maupun representasi sosial membentuk persepsi dan memproduksi kecemasan kolektif dalam konteks sosial tertentu. Dengan pendekatan ini, penelitian berupaya mengungkap struktur ideologis dan kuasa di balik wacana kepanikan moral yang beredar di ruang publik.

Di mana penelitian berfokus pada pemahaman bagaimana suatu isu atau kelompok tertentu dianggap sebagai ancaman bagi nilai-nilai moral masyarakat, yang kemudian memicu reaksi publik yang meluas dan seringkali tidak proporsional. Dengan kata lain, penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendalami persepsi, pengalaman, dan dampak fenomena kepanikan moral tersebut dalam konteks sosial tertentu. Konsep kepanikan moral digunakan untuk menjelaskan sesuatu terkait bagaimana media mempengaruhi kehidupan manusia sehari-hari serta pola budayanya yang memiliki fokus pada kecemasan publik berulang terhadap teknologi baru (Ingraham & Reeves, 2016). Penelitian ini akan menggunakan teori kepanikan moral untuk melihat dampak yang dihasilkan dari Italian Brainroot-Hantu Anomali di media sosial TikTok.

Data primer penelitian ini diperoleh dari cuitan netizen di TikTok yang berisi komentar terhadap Italian Brainroot-Hantu Anomali. Analisis data dilakukan melalui lima tahap proses kepanikan moral. Pertama, sesuatu atau seseorang dianggap dan didefinisikan sebagai ancaman terhadap norma sosial dan kepentingan komunitas atau masyarakat luas. Kedua, media berita dan anggota masyarakat menggambarkan ancaman tersebut dengan cara yang sederhana dan simbolis sehingga dapat segera dikenali oleh masyarakat luas. Ketiga, perhatian publik yang meluas muncul karena cara media berita menggambarkan representasi simbolis dari ancaman tersebut, baik yang nyata maupun yang dipersepsikan, dengan undang-undang atau kebijakan baru. Pada tahap terakhir, kepanikan moral dan Tindakan selanjutnya dari mereka yang berkuasa menyebabkan perubahan sosial di masyarakat.

Penelitian ini juga dilakukan dengan studi literasi dari media sosial untuk menggali informasi bagaimana produsen industri kreatif dapat membuat keputusan (*profit oriented*) dalam perilakunya sebagai produsen dengan adanya fenomena Italian Brainroot-Hantu Anomali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Belakangan ini media sosial diramaikan dengan adanya trend AI dengan kategori *Italian Brainroot* atau pembusukan otak Italia. *Italian Brainroot* berupa serangkaian meme surealis internet yang muncul di awal tahun 2025, yang dicirikan oleh foto-foto absurd makhluk yang dihasilkan AI dengan nama-nama pseudo- Italia. *Italian Brainroot* menampilkan berbagai karakter Hantu Anomali yang dihasilkan oleh AI. Karakter viral dari genre tersebut adalah Tralalero Tralala, Bombardino Crocodilo, Tung Tung Tung Sahur, Boneca Ambalabu, Lirili Larila, Balerina Cappucina, dan hantu anomali lainnya.

Analisis terhadap tren atau fenomena ini menjadi penting karena faktanya algoritma media sosial seperti yang digunakan oleh TikTok tidak hanya bersifat teknis. Pada algoritma media sosial juga terdapat kekuatan yang dapat menggeser kecenderungan psikologi dan bahkan ideologis. For You Page, adalah istilah untuk menyebut algoritma di TikTok dengan memberi sentuhan personalisasi preferensi atas pengalaman bermedia sosial penggunaannya. Netizen disuguhi konten yang telah didesain menurut kepentingan platform TikTok tersebut yang dapat mengarah kepada terciptanya “filter bubble” yang mempersempit pandangan pengguna (Pariser, 2011).

Tren *Italian Brainroot*-Hantu Anomali dikurasi, dibentuk, dan disebarluaskan oleh sistem algoritmik yang digerakkan oleh kepentingan komersial. Algoritma membentuk realitas sosial dengan menyeleksi dan mengurutkan informasi berdasarkan prinsip-prinsip komersial yang tidak transparan (Bucher, 2018). Dengan kata lain, konten yang dianggap memiliki potensi tinggi untuk menarik perhatian dan memicu interaksi akan lebih sering muncul, terlepas dari penilaian edukatif atau keberagamannya. Ini berarti bahwa tren semacam ini sebenarnya adalah bagian dari strategi sistematis yang cenderung mengalihkan perhatian publik dari konten yang bersifat reflektif dan kritis. Digantikan dengan sajian konten yang cepat viral, mudah diakses, dan lebih menguntungkan secara ekonomi bagi platform. Tren *Italian Brainroot* berupa konten yang disajikan bukan sebagai hiburan, melainkan sudah menjadi alat efektif bagi platform untuk mengontrol konsumsi konten. Kondisi jika tidak mendapatkan perhatian secara cermat, maka akan menimbulkan brainrot yang secara sosial

tidak sehat.

Kepanikan moral berasal dari media dan menjadikan masyarakat sebagai subjeknya. Fenomena tersebut didorong oleh media, dengan pertimbangan bagaimana media sangat memiliki pengaruh untuk membangkitkan kepanikan moral tentang perilaku folk devil atau setan rakyat serta subkultur terpinggirkan lainnya (Ingraham & reeves, 2016). Folk Devil adalah seseorang yang mungkin terlibat dalam praktik buruk dan disalahkan karena mengancam budaya masyarakat, cara hidup, dan nilai-nilai senral dalam masyarakat (Goode & Ben Yehuda, 2009) dalam (Benmetan & Bhekti Setyowibowo, 2021). *Italian Brainroot*-Hantu Anomali diindikasikan sebagai *folk devil*. *Italian Brainroot*-Hantu Anomali menurut data primer dari hasil komentar para netizen baik netizen di Indonesia maupun netizen luar negeri, dapat dibagi menjadi dua sisi. Terdapat netizen yang pro dan kontra terhadap fenomena tersebut. Netizen yang pro menganggap bahwa fenomena *Italian Brainroot*-Hantu Anomali adalah wujud kreativitas dan masyarakat yang patut diapresiasi sebagai wujud pemanfaatan teknologi terkini yaitu *Artificial Inteligence* (AI). Di sisi lain, netizen yang kontra terhadap *Italian Brainroot*

Hantu Anomali menganggap bahwa fenomena tersebut sebagai hal yang merugikan. Dampak dapat dirasakan oleh konsumen terutama kalangan anak-anak dan remaja seperti ketidakmampuan anak untuk membedakan dunia fiktif dan dunia nyata, mempengaruhi, sensitivitas terhadap dunia nyata berkurang dikarenakan dunia nyata adalah sesuatu yang absurd, dan memicu gangguan kesehatan jiwa anak. Bukti empiris telah mendukung kritik ini, dari tagar *#Italian Brainroot* mencatatkan ratusan juta tampilan konten dalam waktu singkat. Sebuah angka yang menyiratkan besarnya pengaruh tren tersebut baik karena secara sadar oleh pengguna maupun karena disajikan untuk tampil dan disaksikan pengguna oleh algoritma TikTok itu sendiri.

Secara kritis, dalam jangka panjang kondisi ini dapat mengkerdilkan kemampuan berpikir kritis dan mempersempit horizon budaya mereka. Dalam konteks ekonomi digital ini, fenomena *Italian Brainroot*- Hantu Anomali berfungsi sebagai instrumen ideologis yang memperkuat kapitalisme digital. Sejalan dengan pendapat Van Dijick, Poell, dan de Wall (2018), menyatakan bahwa dalam penelitiannya, platform digital sendiri telah mengubah struktur komunikasi publik dengan memadukan logika ekonomi pasar dengan algoritma dan infrastruktur teknologis yang memungkinkan kendali yang halus namun kuat terhadap pengalaman pengguna. Ini juga sejalan dengan temuan-temuan peneliti lainnya yang memandang platform digital seperti TikTok sangat bergantung pada eksploitasi data para pengguna dalam bisnisnya. Jadi tidak heran jika TikTok terus mengoptimalkan algoritmanya untuk menjaga pengguna aktif, karena semakin lama pengguna bertahan, semakin besar pula keuntungan yang diperoleh melalui monetisasi data dan iklan. Menurut studi dari UIN Alauddin, anak-anak yang terpapar konten anomaly cenderung mengalami kesulitan dalam berpikir kritis dan membedakannya antara konten yang bermanfaat dan hiburan semu.

Hal tersebut diperkuat lagi menurut pernyataan Nurul Utami dalam Kompasiana, seorang konten creator di bidang parenting bahwa konsumsi berlebihan terhadap konten anomaly dapat mengakibatkan kemunduran fungsi otak pada anak. Sebagai contoh, anak yang sebelumnya memahami bahwa cappucin adalah minuman kopi, kini bingung Ketika melihat cappuccino bisa menari balet atau menikah dan punya anak. Keanehan visual dan alur cerita yang absurd dari konten anomaly ini bukan hanya sekadar hiburan, akan tetapi juga dapat mengganggu perkembangan kognitif anak. Berbeda dengan kartun konvensional yang memiliki karakter yang jelas dan pesan moral yang bermanfaat, konten anomaly justru mengaburkan Batasan antara realitas dan imajinasi.

Dampak negatif yang dijadikan kekhawatiran dan kepanikan moral masyarakat Indonesia sejauh ini masih dalam batasan wajar. Dari pihak pengampu kebijakan terkait penayangan konten atau meme *Italian Brainroot* yang sampai saat ini masih berseliweran di media sosial belum mendapat perhatian. Mereka belum bisa membaca efek jangka panjang dengan adanya fenomena tersebut bagi anak generasi penerus bangsa. Hal tersebut menjadi salah satu penguat keberadaan *Italian Brainroot* masih bertahan sampai saat ini.

Dari sisi produsen industri kreatif, dengan adanya *Italian Brainroot*-Hantu Anomali berdasarkan hasil analisis literasi media sosial dapat merubah perilaku produsen kearah *profit oriented dengan memanfaatkan peluang ditengah viralnya fenomena Italian Brainroot*-Hantu Anomali. Industri kreatif yang terdampak dengan adanya *Italian Brainroot*-Hantu Anomali ialah Industri pengembang permainan (game), industri kriya, musik, seni rupa, desain produk, fashion, film,

animasi, dan video, desain komunikasi visual, dan seni pertunjukan.

Produsen industri kreatif pengembang permainan game, mereka akan memanfaatkan karakter dan penokohan dari masing-masing Hantu Anomali sebagai aktor utama permainan game. Produsen di bidang industri kriya dan seni rupa memanfaatkan Hantu Anomali sebagai inspirasi bentuk karya yang akan dihasilkan dengan sasaran di kalangan anak-anak atau remaja. Industri kreatif bidang musik saat ini yang berkaitan dengan *Italian Brainroot*-Hantu Anomali sangat banyak dan suara, dan kualitas lagunya juga baik dengan variasi genre yang berbeda, bahkan bisa dinikmati oleh kalangan orang dewasa. Hal tersebut juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk terus menonton konten meme *Italian Brainroot*-Hantu Anomali, dikarenakan musik yang diciptakan itu sangat variatif dari berbagai versi dan disukai semua kalangan dari anak-anak hingga dewasa. Industri desain produk dengan menggabungkan unsur fungsi dan estetika bernuansa Hantu Anomali yang menarik konsumen.

Industri fashion juga bersaing mulai dari baju anak-anak hingga remaja dengan bergambar tokoh dan masing-masing karakter Hantu Anomali juga menjadi daya tarik fashion yang tidak kalah menarik perhatian konsumen ditengah viralnya tren tersebut. Ada suatu kebanggaan jika masyarakat (konsumen) mengenakan baju yang mengikuti tren terkini. Berkaitan dengan industry film, animasi, video, dan seni pertunjukan ada salah satu rumah produksi Indonesia, *Dee Company* menyatakan ketertarikan untuk membuat film terkait brainrot Italia, terkhususnya Tung Tung Tung Sahur, meskipun terdapat penolakan oleh beberapa pengguna media sosial terkait kredibilitas rumah produksi tersebut yang sering membuat film hanya berdasarkan fenomena sosial seperti Vina: Sebelum 7 Hari dan Norma: Antara Mertua dan Menantu. Salah satu dalang yaitu Ki Wangsit Winursito yang merupakan salah satu Generasi Z memasukkan unsur brainrot Italia yaitu Tung Tung Tung sahur, Tripi Tropi Tropa Tripa, dan Brr Brr Patapim ke dalam pertunjukan wayang kulitnya di dalam acara Haul Eyang Djoego ke-155 di Desa Jugo, Kecamatan Kesamben, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Industri bidang desain komunikasi visual, produsen atau pengusaha bisa mengembangkan karya yang lebih kreatif dan bermanfaat untuk semua kalangan.

SIMPULAN

Italian Brainroot merupakan sebuah konten absurd hasil kecerdasan buatan dengan tampilan karakter- karakter surreal serta narasi suara berbahasa Italia tanpa makna di balik tren ini tersembunyi sebuah pola pembentukan perilaku konsumen yang patut mendapat kritik sosial. Fenomena *Italian Brainroot* menunjukkan bagaimana algoritma media sosial, khususnya TikTok, menciptakan pola konsumsi konten yang bersifat repetitif dan tidak selalu bermakna. Meski terlihat sepele, tren ini menjadi gejala sosial yang menarik ketika dilihat dari perspektif teori kepanikan moral. Namun, sebagaimana dijelaskan dalam artikel oleh Walsh (2020), kepanikan moral modern yang dipicu oleh media sosial tidak selalu muncul secara eksplisit karena konten seperti *Italian Brainroot* tidak dianggap sebagai bentuk deviansi berat oleh masyarakat

Kritik sosial atas besarnya pengaruh algoritma media sosial terhadap kebiasaan konsumsi konten dan preferensi budaya generasi muda. Terdapat dampak positif dari hasil analisis data dari komentar para netizen bahwa *Italian Brainroot* adalah wujud kreativitas dan inovasi masyarakat yang diwadahi dalam platform media sosial salah satunya TikTok. TikTok juga sebagai pihak komersial yang diuntungkan dengan adanya fenomena *Italian Brainroot*. Dan dampak negatif adalah adanya fenomena *Italian Brainroot* belum berhasil menunjukkan kepanikan moral yang tinggi, yang menjadikan fenomena tersebut masih ada sampai saat ini. Dan fenomena tersebut memberikan dampak positif dengan adanya perubahan perilaku produsen industri kreatif yaitu mereka memanfaatkan peluang untuk mengembangkan usaha berbau desain *Italian Brainroot*.

Dari hasil analisis komentar netizen, sebagian publik menganggap tren ini sebagai bentuk kreativitas digital yang segar dan inovatif. Hal ini selaras dengan temuan dalam jurnal *Komunikasi untuk Edukasi dan Literasi Masyarakat Digital* oleh Mukhtar et al. (2024), yang menyatakan bahwa media sosial saat ini menjadi ruang ekspresi estetika absurd yang tetap dapat bernilai ekonomi melalui komodifikasi desain visual. Namun di sisi lain, algoritma TikTok juga memperkuat konten-konten serupa secara berulang, memicu efek bubble informasi yang dijelaskan dalam studi oleh de Ridder et al. (2024) sebagai *algorithmic amplification*, yakni ketika sistem secara otomatis memperbesar jangkauan konten berdasarkan pola interaksi pengguna tanpa kontrol naratif atau kurasi

nilai (Zhang et al., 2024).

Konten *Italian Brainroot* membawa dampak positif maupun negatif. Tidak hanya *Italian Brainroot* saja konten lainnya pun juga akan membawa dampak positif dan negatif. Menurut Taufik dalam Kompas.com, menonton konten meme anomaly diperbolehkan untuk jangka pendek dengan pengawasan orangtua. Bukan jangka Panjang tanpa pengawasan, sampai membuat anak adiksi terhadap konten anomaly. Meskipun tidak melarang anak menonton meme tersebut, Taufiq lebih menganjurkan agar orangtua mengarahkan anak untuk tidak menonton video-video pendek, seperti video apapun yang ada di media sosial TikTok. Tren *Italian Brainroot* hanyalah salah satu contoh bagaimana algoritma mampu mengarahkan perhatian pengguna pada jenis konten tertentu secara terus-menerus menciptakan siklus konsumsi repetitif. Dan belum adanya perhatian pengampu kebijakan terkait tayangan di media sosial akan dampak negatif yang ditimbulkan dari adanya *Italian Brainroot*, menjadikan meme atau konten tersebut bertahan ditayangkan di media sosial.

Kelebihan dari fenomena ini adalah munculnya kreativitas pelaku industri lokal yang memanfaatkan visual Brainrot untuk merchandise dan promosi desain tematik. Namun, kelemahannya terletak pada kurangnya kontrol orang tua terhadap konsumsi konten absurd di kalangan remaja, serta belum adanya intervensi regulatif dari pengampu kebijakan. Selain itu, belum tampaknya kepanikan moral dari masyarakat luas menjadikan fenomena ini terus berlangsung tanpa evaluasi nilai.

Sebagai pengembangan pengabdian ke depan, perlu disusun program literasi media digital kritis yang menargetkan pelajar, orang tua, dan guru agar lebih waspada terhadap tren algoritmik semacam ini. Selain itu, pelatihan pembuatan konten digital berbasis nilai (bukan hanya *visual absurd*) dapat menjadi jalan tengah antara kreativitas dan edukasi, sebagaimana diuraikan dalam penelitian Zuboff tentang ekonomi pengawasan dan konten algoritmik (Shin & Shin, 2024).

DAFTAR RUJUKAN

- Arshad, M.F., Abbas, I., Porcu, F., Ricci, A., Gaglio, G., Brianti, E., Carta, S., Cavallo, L., Tamponi, C., Gabrielli, S., González, C., Cantacessi, C., Scala, A., Varcasia, A. (2025). Breaking the cycle of parasitic diseases with edutainment: The intersection of entertainment and education. *PLoS neglected tropical diseases*, 19 (5), p. e0013072. [https://doi: 10.1371/journal.pntd.0013072](https://doi.org/10.1371/journal.pntd.0013072)
- Ashari, A., Jo, L.W., Peh, J., Oliver, G. (2025). Facial features of cartoon characters and their perceived attributes. *Scientific Reports*, 15 (1), art. no. 1093, [https://doi: 10.1038/s41598-024-82677-0](https://doi.org/10.1038/s41598-024-82677-0)
- Benmetan, T., & Setyowibowo, B. (2021). Media Dan Penciptaan Kepanikan Moral: Analisis Wacana Kritis Terhadap Pemberitaan Pandemi Covid-19 Di Tirto.Id. *Scriptura*, 11(2), 105–155.
- Brady, W.J., Wills, J.A., Jost, J.T., Tucker, J.A., Van Bavel, J.J., Fiske, S.T. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114 (28), pp. 7313-7318. [https://doi: 10.1073/pnas.1618923114](https://doi.org/10.1073/pnas.1618923114)
- Chen, W., Xie, Y., Gao, J., Meng, G., Wang, H., Zhou, Y., Gao, P., Liu, X. (2025). The impact of postoperative cartoon viewing on emergence delirium in young children: A randomized controlled trial. *International Journal of Nursing Studies*, 169, art. no. 105141. [https://doi: 10.1016/j.ijnurstu.2025.105141](https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2025.105141)
- CHOSUNBIZ (2025-04-29). "Meme coin trapralaleo tralala surges 17000%, experts caution investors on volatility". CHOSUNBIZ. Diakses tanggal 2025-07-01.
- Cohen, S. (2011). *Folk Devils and Moral Panics*, pp. 1-328. <https://www.routledge.com/Folk-Devils-and-Moral-Panics/Cohen/p/book/97804156102> [https://doi: 10.4324/9780203828250](https://doi.org/10.4324/9780203828250)
- Ferraris, Matilda (2025-04-26). "From Ballerina Cappuccina to Trallalero Trallalà, we unpack the darker undertones of Italian brainrot". *SCREENSHOT*. Diakses tanggal 2025-07-01.
- Fu, Rosanna. "Italian Brainroot Memes: Tung Tung Tung Sahur Trend (All Characters Explained) | PERFECT". *PerfectCorp (dalam bahasa Inggris)*. Diakses tanggal 2025-07-01.
- Gede Surya Mahendra, Daniel Adolf Ohyver, Najirah Umar, Loso Judijanto, Ayuliamita Abadi, Budi Harto, I Gede Adi Sudi Anggara, Ardiansyah Ardiansyah, Saktisyahputra Saktisyahputra, I

- Ketut Setiawan, Connie Daniela, Muhammad Firdaus Abduh, Putu Yudia Pratiwi, Subria Mamis, Apay Safari, Awa Awa, I Nyoman Jayanegara, Sa'dianoor Sa'dianoor, I Ketut Sutarwiyasa. (2024). *Tren Teknologi AI: Pengantar, Teori, dan Contoh Penerapan Artificial Intelligence di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 29 Apr 2024 - 366 halaman
- Good, Anna (2025-04-28). "The bizarre rise of Ballerina Cappuccina, TikTok's surreal new Italian brainrot star". *The Daily Dot (dalam bahasa American English)*. Diakses tanggal 2025-07-01.
- Guo, J.D.-R. (2025). Doing good in the digital world. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 235, art. no. 106991. [https://doi: 10.1016/j.jebo.2025.106991](https://doi.org/10.1016/j.jebo.2025.106991)
- Gupta, Alisha Haridasani (2025-04-30). "Meet Ballerina Cappuccina and the Italian Brain Rot Crew". *The New York Times (dalam bahasa American English)*. ISSN 0362-4331. Diakses tanggal 2025-07-01.
- Hastuti, H.B.P., Riani, R., Fajrin R, H. (2024). The Islamophobia controversy in Nussa dan Rarra cartoon film: an insight into Indonesian netizens' tweets (2024) *Asian Journal of Communication*, 34 (3), pp. 333- 352. [https://doi: 10.1080/01292986.2024.2314779](https://doi.org/10.1080/01292986.2024.2314779)
- Bernika Yustisiana Narang. (8 Juni 2025). *Tren Italian Brainroot dan Kontrol Algoritma Atas Budaya Kita*. (2025). <https://news.detik.com/kolom/d-7953886/tren-italian-brainrot-dan-kontrol-algoritma-atas-budaya-kita>.
- Шура Богачёва. (27 марта 2025). Апогей брейнрота: Бомбардиро Крокодило и другие боевые ИИ- животные захватили соцсети". *Афиша (dalam bahasa Rusia)*. Diakses tanggal 2025-04-20.
- Kaiser, C., Manewitsch, V., Schallner, R. (2025). Designing Influence: How Cartoonish and Humanlike Characters Shape Consumer Decisions. *NIM Marketing Intelligence Review*, 17 (1), pp. 48-53. [https://doi: 10.2478/nimmir-2025-0008](https://doi.org/10.2478/nimmir-2025-0008)
- Kaiser, C., Manewitsch, V., Schallner, R. (2024). The human factor in virtual influence: Decoding the role of human-like traits in digital characters on shaping consumer choices and brand engagement. *NIM Insights*, (2).
- Kaiser, C., Manewitsch, V., Schallner, R. (2024). The human factor in virtual influence: Decoding the role of human-like traits in digital characters on shaping consumer choices and brand engagement. *NIM Insights*, (2).
- Media, *Kompas Cyber (2025-05-12)*. "Viral di Medsos, Meme Tung Tung Tung Sahur Dikabarkan Akan Dibuatkan Film". *KOMPAS.com*. Diakses tanggal 2025-07-01.
- Mukhtar, S., Ul Ain Ayyaz, Q., Khan, S., Muhammad Nawaz Bhopali, A., Khalid Mehmood Sajid, M., & Wasaya Babbar, A. (2024). Information Technology Qasimabad Hyderabad 5 BS English Ghazi University DG Khan 6 Teaching Faculty at College of Applied Medical Sciences, Alhasa Campus, King Saud bin Abdul Aziz University for Health Sciences, Saudi Arabia 7 Elmentry School Teacher GHSS Qasba Gujrat Citation: Shahira Mukhtar, (2024) Memes In The Digital Age: A Sociolinguistic Examination Of Cultural Expressions And Communicative Practices Across Border. *Theory And Practice*, 30(6), 1443–1455. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i6.5520>
- Muhammad Syahrul Ramadhan (13 Mei 2025). "Agak Lain, Dalang Gen Z Ini Hadirkan Anomali Brainrot yang Viral di Pentasnya". *medcom.id*. Diakses tanggal 2025-07-01.
- Niamh Ancell. (28 Maret 2028). *Italian Brainroot has taken over social media*. Cybernews (dalam Bahasa American English). 2025-03-28. Diakses tanggal 2025-07-01
- Randokph, Elizabeth (28 April 2025). "Italian Brainroot has taken over my Instagram feed". *Distractify*. Diakses tanggal 01 Juli 2025
- Shin, D., & Shin, E. Y. (2024). WITHDRAWN: Auditing amplification and polarization in TikTok. *Telematics and Informatics*, 102049. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.102049>
- Sobkin, V.S., Ryabkova, I.A., Antufyeva, N.E. (2024). Older Preschoolers Attitude to Cartoon Characters Depending on their Identification with Main Characters. *National Psychological Journal*, 19 (4), pp. 11- 25. [https://doi: 10.11621/npj.2024.0401](https://doi.org/10.11621/npj.2024.0401)
- Song, Z. (2025). Masculinities in Doraemon: A Critical Discourse Analysis. *Journalism and Media*, 6 (1), art. no. 1. [https://doi: 10.3390/journalmedia6010017](https://doi.org/10.3390/journalmedia6010017)

- Vaishnavi, Arya (2025-04-23). "Tung Tung Tung Sahur: What is the new TikTok meme and why is it trending?". Hindustan Times. Diakses tanggal 2025-07-01.
- Walsh, J. P. (2020). Social media and moral panics: Assessing the effects of technological change on societal reaction. *International Journal of Cultural Studies*, 23(6), 840–859. <https://doi.org/10.1177/1367877920912257>
- White, Robert (18 April 2025). "Is 'Italian brainrot' the stupidest internet trend yet?". News.com.au. Diakses tanggal 2025-07-01
- Yuananda, Fanzha Shefya (14 Mei 2025). "Tung Tung Tung Sahur Jadi Wayang, Dalang Gen Z Ki Wangsit Winursito Tuai Sorotan Usai Tampilkan Wayang Anomali di Haul Eyang Djoego ke-155". Radar Banyuwangi. Diakses tanggal 2025-07-01.
- "Has the viral 'Tung Tung Tung Sahur' meme crossed your feed yet? Here's all about the TikTok trend". *Tribune*. 21 April 2025. Diakses tanggal 01 Juli 2025. <https://tribune.com.pk/story/2541331/has-the-viral-tung-tung-tung-sahur-meme-crossed-your-feed-yet-heres-all-about-the-trend>
- "I meme nati in Italia che stanno avendo un enorme successo su TikTok". *Ilpost*. 15 April 2025. Diakses tanggal 2025-07-01. <https://www.ilpost.it/2025/04/15/meme-italian-brainrot/>
- "Italian Brainroot on TikTok: Ballerina Cappuccina explained". nss g-club (dalam bahasa Inggris). Diakses tanggal 2025-07-01. <https://www.nssgclub.com/en/lifestyle/40805/italian-brainrot-tiktok-meme-ballerina-cappuccina-explained>
- "Italian Shanhaijing and Tungtungtung are here to brainwash people. New abstract cultural Meme coins are hot again". PANews (dalam bahasa Inggris). Diakses tanggal 2025-07-01. <https://www.panewslab.com/en/articles/2uwhm6qy>
- "Tung Tung Tung Sahur meme explained: Know the origin story behind Ramadan's viral wake-up call". *The Economic Times*. 2025-04-21. ISSN 0013-0389. Diakses tanggal 2025-07-01. <https://economictimes.indiatimes.com/news/international/us/tung-tung-tung-sahur-meme-explained-know-the-origin-story-behind-ramadans-viral-wake-up-call/articleshow/120493740.cms?from=mdr>
- Zhang, L., Cao, H., & Yan, Q. (2024). Insights from cross-cultural memes: An empirical study on instagram and Douban. *Telematics and Informatics*, 94, 102186. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2024.102186>