JOURNAL OF DIGITAL COMMUNICATION SCIENCE
ISSN: 2963-6019 (Media Cetak)
ISSN: 2964-3333 (Media Online)
https://journals.inaba.ac.id/

Vol.4, No.2
September 2026

KONSTRUKSI MAKNA MIE AYAM PADA BUDAYA POPULER: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM TREN TIMPA TEKS DI PLATFORM TIKTOK

Salwa Laila Nurul Fajriah[1], Ajeng Wasiaturohmah[2], Annisa Nur Azahra[3]
[1,2,3]Universitas Indonesia Membangun, Jl. Soekarno-Hatta No.448, Indonesia
[1]ssalwallaiila@student.inaba.ac.id, [2]ajengwasiaturohmah@student.inaba.ac.id,
[3]annisanurazahra@student.inaba.ac.id

ABSTRAK

Di era digital saat ini, budaya populer dengan mudah menciptakan sesuatu terjadi. Melalui teknologi canggih, kecepatan dalam mengirim dan menerima pesan, dan jika dilakukan secara bersamaan dan berulang, suatu objek bisa mengalami konstruksi makna hingga jauh dari makna awalnya. Itulah yang terjadi pada salah satu makanan lokal, mie ayam. Analisis semiotika Roland Barthes digunakan sebagai pisau penelitian untuk membedah bagaimana makanan lokal mie ayam terus mengalami pergeseran makna melalui beberapa konten dari tren yang beredar di platform TikTok, hingga menjadi kata kunci untuk menyamarkan hal tabu . Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan *purposive* sampling, guna mendalami pesan alih-alih keluasan sampel. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa yang membuat makanan lokal mie ayam menjadi kata kunci di tren timpa teks disebabkan karena makna yang diinterpretasikan menentukan apa yang mereka sedang dan apa yang akan dikomunikasikan hingga menjadi bagian dari budaya populer dan dalam konteks ini tercipta melalui FYP, *engagement*, algoritma dalam platform TikTok turut ambil peran dalam prosesnya.

Kata Kunci: semiotika; mie ayam; timpa teks

ABSTRACT

In this digital era, popular culture can easily make things happen. Through advanced technology and the speed of sending and receiving messages, and when this is done simultaneously and repeatedly, an object can undergo a construction of meaning that drifts far from its original meaning. This is what has happened to one local food, mie ayam (chicken noodles). Roland Barthes' semiotic analysis is used as a research tool to dissect how the local food mie ayam continues to undergo a shift in meaning through several pieces of content from trends circulating on the TikTok platform, until it becomes a keyword used to disguise taboo subjects. This study uses a descriptive qualitative approach and purposive sampling, aiming to explore the depth of the message rather than the breadth of the sample. The results reveal that what makes the local food mie ayam a keyword in the text-overlay trend is that the meaning being interpreted determines what people are communicating and what they will communicate, until it becomes part of popular culture. In this context, it is created through the FYP (For You Page), engagement, and algorithms on the TikTok platform, which also play a role in the process.

Keywords: semiotic; chicken noodles; text-overwriting

A. Pendahuluan

Di masa kini, tidak heran lagi budaya populer menjadi suatu bagian dari generasi muda saat ini. Mereka memproduksi konten bersama, hingga bisa terjadi adanya menormalisasi

sesuatu. (Rahim, 2024) di penelitiannya, mengungkapkan bahwa identitas generasi muda saat ini dibentuk melalui bagaimana cara mereka memersepsikan dirinya dan dunia di sekitarnya tergantung sikap mereka sebagai respons atas budaya populer, seperti menerima, menolak atau bahkan menafsirkan ulang pada apa yang ada dalam budaya tersebut. Sehingga ada suatu pola di mana ada elemen yang mereka sepakati bersama dalam membentuk ulang budaya populer.

Menghabiskan banyak waktu di depan layar gawai, mengetik dan menerima informasi dengan cepat, membuat konten video pendek merupakan beberapa praktik pergeseran nilai-nilai budaya dalam masyarakat saat ini sebagai akibat dari komunikasi digital yang menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari (Herman, 2024).

Komunikasi digital merupakan proses pertukaran informasi, pesan melalui teknologi informasi dengan jaringan internet yang bisa mempertemukan banyak hal dari seluruh dunia dalam satu perangkat.

Paparan konten-konten yang memproduksi, membawa sekaligus mengembangkan budaya populer dari luar yang bisa ditemukan berbagai platform misalnya Netflix, X, Facebook, Youtube, Instagram, TikTok dengan perlahan bisa mempengaruhi persepsi dan preferensi generasi muda.

Media sosial khususnya, platform TikTok menjadi ruang bagi banyak orang untuk berekspresi dengan cara menyampaikan pesan tertentu melalui unggahan visual yang memuat gambar, foto, teks berupa video pendek, semua objek yang ditampilkan dapat mengandung sesuatu yang lebih dalam tentang emosi, ide, sudut pandang, sampai nilai sosial dan budaya.

Saat ini, terdapat sebuah fenomena sosial yang ditemukan di platform TikTok dan menjadi bagian dari budaya populer, yaitu tren yang memosisikan makanan mie ayam menjadi kata kunci penting dari timpa teks dalam hampir setiap unggahannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Rizki Haikal, 2026) mengemukakan bahwa dalam konteks konten timpa teks, suatu kebenaran, informasi maupun pesan yang sebenarnya menjadi terhalang maupun tersembunyi karena sengaja

direncanakan agar tidak diketahui oleh khalayak tertentu. Hal ini dilatarbelakangi oleh tidak adanya niat dengan menyampaikan hal tersebut sejak konten timpa teks dibuat. Timpa teks-nya sendiri ada pesan lain yang disampaikan ketika ada seseorang yang memahami isi pesan di dalam konten timpa teks tersebut, mereka beranggapan tidak tahu menahu maupun memahami soal pesan sebenarnya yang disembunyikan.

Dengan interaksi berulang dari praktik di atas, terciptalah tren timpa teks yang dilanggengkan oleh masyarakat, khususnya di platform TikTok yang memuat kalimat, percakapan yang diasosiasikan dengan makanan lokal mie ayam. Dalam setiap unggahan yang ada, makanan lokal tersebut seolah mengalami pergeseran menuju makna yang sensitif dari sekedar makanan lokal yang disantap sehari-hari.

Penggunaan platform TikTok punya makna yang beragam tergantung bagaimana dan untuk apa mereka menggunakan platform tersebut (Febrina, 2023)

Ada pula sebuah tren yang memosisikan makanan lokal mie ayam memiliki simbol baru yang begitu melekat pada kehidupan nyata. Dalam setiap video pendek yang di-*posting*, sering kali memuat teks yang mewakili bahwa mereka bisa bertahan hidup karena mie ayam.

Tanpa disadari oleh lebih banyak khalayak, ada sebuah tren yang menggambarkan mie ayam dengan seseorang yang terlihat menarik secara visual. Setiap *postingan* video pendek dalam tren tersebut punya *template* yang sama dengan teks “Mie ayam kalau jadi orang”.

Ekosistem TikTok dengan mudah memproduksi beragam konten lain yang memiliki interpretasi yang terlihat mirip, namun berbeda secara makna. Hal ini terdapat pada 2 jenis konten di luar tren-tren yang telah diungkap sebelumnya, dengan mengadopsi sebagian pesan dalam konten-konten di tren tersebut.

Di antara beberapa tren dan konten yang berkembang, makna mie ayam pada tren timpa teks dipilih sebagai fokus utama penelitian ini. Tren timpa teks menampilkan kombinasi unsur visual dan tekstual yang kompleks dibandingkan tren lainnya, sehingga menjadikannya titik puncak yang paling relevan untuk

melihat bagaimana proses perubahan makna dari makanan lokal mie ayam berkembang di platform TikTok. Tren ini pula mengindikasikan adanya praktik *algospeak* yang bertujuan untuk menghindari sistem pelanggaran dari platform Tiktok karena mengandung hal tabu sekaligus menjadikan kata kunci dari makanan lokal mie ayam sebagai bagian dari alat komunikasi yang dipahami oleh masyarakat yang mengonsumsi, membagikan ulang maupun memproduksi konten dari tren tersebut. Alasan terakhir, yang menjadikannya perlu untuk dikaji bahwa bagaimana platform TikTok sendiri turut melanggengkan representasi yang ada pada makanan lokal mie ayam.

(Andriani, 2023) bahwa makna dibangun dari hasil proses representasi yang diproduksi melalui sistem bahasa dengan berbagai ungkapan kata-kata maupun visual seperti gambar, dan foto.

Kajian semiotika dapat mengambil peran penting sebagai jalan untuk penjelasan lebih dalam dan memahami lebih lanjut apa yang sebenarnya terkandung pada sesuatu yang hanya terlihat dari luar. (Hoed, 2014) menjelaskan dalam bukunya *Semiotika & Dinamika Sosial Budaya* bahwa dalam kajian semiotika itu pikiran, emosi dan ide masih termasuk fakta. Ada banyak hal yang tersembunyi pada fakta, yakni sesuatu yang lain yang lebih dalam dan kompleks, yaitu makna. Fenomena sosial budaya sangat tidak cukup dipahami hanya dari fakta atau apa yang terlihat dari luar saja. Bagaimana makna itu dibangun dan dipahami bersama terjadi dibalik fakta yang ada.

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda dalam berbagai dinamika kehidupan yang dialami manusia (Hoed, 2014). Berdasar pada konsep semiotika dan arti “tanda” dari Ferdinand de Saussure, semua hal yang menunjukkan eksistensinya dalam kehidupan manusia dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang mempunyai “makna” tertentu. Dan hubungan antara kedua fungsinya dibentuk melalui konvensi sosial.

(Rahmadani, 2024) beranggapan dalam penelitiannya teori semiotika itu secara umum menjelaskan bahwa setiap budaya memiliki seperangkat kode yang membentuk bagaimana

cara makna dikonstruksi. Artinya, makna bukan sesuatu yang universal atau tetap, dan makna inilah yang menentukan bagaimana sebuah tanda "dibaca" oleh anggota budaya tersebut. (Barthes, 2017) sebagai pengembang teori semiotika Saussure sendiri, menjelaskan bahwa masyarakat dibangun dari cara berinteraksi yang terdiri dari berbagai konstruksi makna yang diabadikan dengan terus dibentuk melalui beragam tanda-tanda dengan merepresentasikan makna tersebut berupa nilai-nilai dominan dalam masyarakat.

Sejauh ini telah dilakukan beberapa penelitian yang mengkaji khususnya bagaimana makanan menyimpan makna tertentu melalui analisis semiotika Roland Barthes. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh (Monika Umi Kartika, 2025) mengemukakan adanya perubahan definisi gaya hidup sehat dari menganalisis Iklan Lemonilo versi Warung Lemonilo. Melalui iklan tersebut, mie instan memiliki makna baru dari menciptakan seperangkat sistem tanda bahwa mie instan bisa menjadi bagian dari pola hidup sehat dari yang sebelumnya mie instan di cap sebagai makanan kurang gizi dan tidak bernutrisi.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Amin Wahyudi, 2025) yang menganalisis semiotika Roland Barthes pada iklan Indomie rasa rawon pedas mercon, menunjukkan bahwa iklan tersebut menggunakan Indomie rasa rawon pedas mercon dilihat sebagai sarana pengenalan kebudayaan lokal yang tidak hanya sebagai media promosi produk Indomie rasa rawon pedas mercon.

Ada pula penelitian yang hampir serupa terkait analisis semiotika Roland Barthes pada makanan lokal mie ayam. Penelitian yang dilakukan (Rizqona & Nurmalisa, 2026) ini berfokus pada analisis representasi mie ayam dalam karya sastra yang berjudul *Seporsi Mie Ayam Sebelum Mati* karya penulis Brian Khrisna. Dalam temuan penelitiannya, isinya mengungkapkan bahwa karya sastra bisa menghadirkan simbol yang mewakili makna kompleks dan mengandung nilai kehidupan melalui cerita-cerita yang dibangun oleh pengarang terhadap tokoh dalam bukunya. Simbol yang dibangun juga tidak sekadar sebagai unsur estetis, namun sebagai jembatan bagi

pembaca untuk lebih memahami isi cerita yang dimaksud pengarang.

Penelitian terdahulu mengenai makna pada suatu makanan yang dianalisis oleh semiotika Roland Barthes telah banyak dikaji dari segi promosi, iklan, gaya hidup, identitas budaya lokal, maupun karya sastra. Namun, dunia komunikasi digital saat ini kian marak dan kompleks, dan di saat bersamaan masih begitu minim suatu penelitian tentang bagaimana analisis semiotika Roland Barthes membedah suatu makanan lokal bisa memiliki makna yang tidak biasa sekaligus menjadi bagian dari praktik *algospeak* di platform TikTok. Dengan begitu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengisi celah tersebut. Penelitian ini mendalami tentang bagaimana salah satu makanan lokal mie ayam terus mengalami pergeseran makna jauh dari arti *literal*-nya melalui beragam tren yang beredar, praktik algospeak dalam tren timpa teks adalah puncaknya sebagai cara menormalisasi topik seksual dengan cara yang terlihat aman.

Pemilihan teori semiotika Roland Barthes dalam penelitian ini didasarkan pada relevansi konsep penandaan bertingkatnya (*two orders of signification*) yang mampu membongkar bagaimana sebuah tanda keseharian mengalami pergeseran makna secara berlapis. Berbeda dengan pendekatan analisis teks biasa yang hanya berhenti pada pesan permukaan, semiotika Barthes membedah tanda melalui tiga tahapan utama, yakni denotasi (makna harfiah), konotasi (makna asosiatif yang dipengaruhi konteks sosial-budaya), hingga mitos (ideologi atau nilai yang dinaturalisasi sehingga dianggap wajar oleh masyarakat).

Dalam fenomena tren timpa teks di TikTok, kata kunci "mie ayam" tidak lagi merujuk pada makna denotatifnya sebagai hidangan kuliner, melainkan telah ditarik ke ranah konotasi sebagai kode rahasia (*algospeak*) untuk menyamarkan topik vulgar dan seksual. Melalui pisau analisis Barthes, penelitian ini dapat melacak secara sistematis bagaimana pergeseran makna dari sekadar makanan menjadi simbol hasrat tersebut bekerja, sekaligus mengungkap proses naturalisasi (mitos).

Penelitian ini dilakukan dengan tidak membahas bagaimana pengguna secara pasti terinspirasi

dari konten yang beredar dan membuat tren baru, cukup fokus pada makna yang tersemat dalam makanan lokal mie ayam terus mengalami pergeseran melalui konten-konten dalam berbagai tren yang beredar di platform TikTok.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika dengan pendekatan kualitatif, bukan metode deskriptif kualitatif pada umumnya yang hanya berfokus pada pemaparan permukaan fenomena atau perilaku partisipan secara umum. Secara spesifik, model analisis yang digunakan adalah semiotika Roland Barthes sebagai pisau bedah utama untuk mengkaji sistem tanda secara mendalam dan terstruktur. Pemilihan metode semiotika Roland Barthes ini didasarkan pada tujuan penelitian yang berupaya membongkar struktur makna tersembunyi di balik teks dan visual dalam beragam tren yang menjadi objek penelitian ini, khususnya tren timpa teks di platform TikTok, bagaimana objek kuliner "mie ayam" dikonstruksi ulang menjadi kode komunikasi tertentu.

Dalam kerangka metodologis semiotika Roland Barthes, fokus utama peneliti bukanlah pada pengukuran frekuensi kemunculan data atau generalisasi populasi, melainkan pada kedalaman interpretasi tanda melalui tingkatan signifikansi denotasi, konotasi, dan mitos. Melalui pendekatan ini, setiap elemen visual maupun tekstual pada konten TikTok diperlakukan sebagai teks budaya yang menyimpan lapisan makna ideologis dan sosial. Dengan menegaskan posisi penelitian ini sebagai studi semiotika, proses analisis dapat diarahkan secara tajam untuk melacak rantai pergeseran makna dari realitas *literal* menuju konstruksi budaya populer yang dinaturalisasi di ruang digital.

Objek penelitian ini adalah tiga konten yang mewakili masing-masing kategori tren utama, termasuk dua konten-konten di luar tren tersebut (konten transisi) karena masih terdapat adanya kesinambungan makna yang turut memosisikan makanan lokal mie ayam mengandung makna yang cukup jauh di luar konteks kulinernya. Hal ini teridentifikasi melalui observasi awal peneliti di platform TikTok. Data yang menjadi objek penelitian ini dikumpulkan pada bulan September

dan November 2026 melalui pengamatan langsung di platform Tiktok menggunakan kata kunci “mie ayam” “mie ayam kalau jadi orang” dan “mie ayam timpa teks”. Kriteria dalam memutuskan satu konten dalam tiap tren (purposive sampling) untuk analisis yang lebih mendalam didasarkan pada unsur visual dan tekstual yang cukup dibaca secara berlapis oleh analisis semiotika Roland Barthes, pola maknanya yang konsisten dengan unggahan lain dalam tren yang sama, dan setiap konten transisi secara eksplisit memadukan tanda dari dua tren utama. Pendekatan satu kasus representatif per jenis tren ini sejalan dengan karakteristik metode semiotika Roland Barthes yang mengedepankan kedalaman pembacaan tanda dibandingkan keluasan sampel.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini diantaranya adalah observasi non partisipasi berupa pemantauan gambar dan teks yang digunakan pada objek penelitian di platform TikTok. Studi pustaka juga dilakukan guna mencari teori, konsep yang relevan untuk membedah fokus penelitian. Dokumentasi juga dilakukan karena data penelitian merupakan objek visual yang menjadi sumber utama penelitian. Penempatan urutan konten didasarkan pada keterkaitan representasi dan pemaknaan tanda, dan tidak mengacu pada tanggal pengambilan data.

Teknik analisis data dilakukan dengan analisis pesan. Teknik analisis ini membantu peneliti dalam menganalisis isi pesan, dan makna dibaliknya berupa teks, gambar dalam fenomena yang sedang diteliti melalui tiga tahapan analisis semiotika Roland Barthes.

Setiap konten yang menjadi purposive sampling dianalisis dalam tiga tahap. Pada tahap denotasi, peneliti mendeskripsikan elemen yang terlihat secara harfiah (gambar, teks, audio) tanpa penafsiran lebih. Pada tahan konotasi, setiap elemen dikaitkan dengan asosiasi budaya yang melekat padanya, dengan syarat setiap penafsiran dapat ditunjuk kembali pada elemen dalam konten. Pada tahap mitos, konotasi-konotasi yang telah dikemukakan dibaca, dianalisis dan dihubungkan dengan narasi ideologis yang dinaturalisasi.

Dengan tujuan memastikan validitas berupa interpretasi dan mencegah subjektivitas yang berlebihan dari peneliti dalam tahap analisis data yang dapat mempengaruhi pada kurangnya kredibilitas pada hasil penelitian yang tengah dilakukan, maka dilakukan triangulasi sumber data dengan membandingkan analisis konten dengan kolom komentar di konten itu sendiri.

Pada setiap konten yang menjadi objek penelitian ini, peneliti membaca dan meninjau seluruh komentar yang tertera dan mengklarifikasikan beberapa komentar yang mendukung, dan relevan sebagai bentuk respons tanda atau makna yang memang disampaikan dalam konten. Karena jumlah konten terbatas, diperlakukan sebagai indikasi pemaknaan *audiens*, bukan sebagai bukti representatif.

C. Hasil dan Pembahasan

Teknologi digital saat ini dapat mempengaruhi bagaimana budaya yang berlaku di masyarakat secara komprehensif dan menyeluruh, hal ini terjadi di Platform TikTok melalui fiturnya yang berteknologi dengan sistem pembelajaran mesin yang canggih sebagai strategi untuk menyokong kreativitas para penggunanya. Platform TikTok telah memberi generasi muda dengan pandangan yang berbeda untuk menunjukkan eksistensinya dalam budaya populer abad ke-(Medvi & Syahminan, 2024). Namun generasi muda saat ini bisa mengakali bagaimana mereka bisa membicarakan sesuatu yang vulgar tanpa di *banned* oleh teknologi canggih milik TikTok dengan mempraktikkan konsep algospeak. Sejalan dengan yang dilansir dari kol.id, Istilah algospeak (Permata, 2026) sendiri terdiri dari kata '*algorithm*' dan '*speak*', yaitu strategi dalam penggunaan kata, singkatan, simbol maupun ejaan alternatif tertentu yang biasa dimanfaatkan oleh banyak pengguna di berbagai platform media sosial dengan memiliki tujuan khusus, yaitu agar tidak terbaca sebagai pelanggaran oleh mesin. Contoh nyatanya sangat beragam, bahkan bisa membuat kosakata baru, tergantung bagaimana bahasa yang menjadi bagian dari praktik algospeak tersebut dipahami oleh anggota komunitasnya.

Dalam penelitian ini, 'mie ayam' menjadi seperangkat bahasa yang

telah melalui berbagai konstruksi makna dari beragam konten. Baik konten yang menjadi bagian di tren tertentu, maupun konten yang memiliki format berbeda namun tetap menjadi penyambung.

Berbalik pandangan dengan Saussure, Roland Barthes memandang kajian semiologi adalah bagian dari ilmu linguistik, karena sesuatu dapat memiliki makna melalui bahasa, bahasa yang menjelaskan dan memberikan arti dari makna yang ada. Selain itu, Roland Barthes pun memandang kajian semiologi bukan sebagai serangkaian proses yang menjelaskan langkah teknis, namun sebagai sikap yang dicerminkan melalui ketersediaan untuk lebih memikirkan pertanyaan mendalam dan memahami bahwa sesuatu yang tampak biasa sebenarnya memiliki sistem tanda dan makna. Dengan begitu, sifat fungsionalitas adalah hal penting dalam kajian semiologi. Dalam paparan di atas, Roland Barthes ingin menunjukkan bahwa suatu tanda dapat mengandung nilai sosial, budaya, bahkan ideologis yang sudah mengakar di kalangan masyarakat. Teori dan analisis semiologi yang dikembangkan oleh Roland Barthes mencakup 2 tingkatan signifikasi sebagai intinya. Tingkatan pertama yakni denotasi yang merupakan hubungan antara penanda dan petanda yang terdapat pada tanda, realitas berupa apa yang terjadi maupun yang berlaku di masyarakat sebagai acuannya. Hal ini tertuju pada *common-sense* atau yang disebut makna tanda yang nyata. Tingkatan selanjutnya atau yang kedua adalah konotasi bisa berupa bentuk, mitos dan simbol. Tingkat signifikasi terakhir adalah bagaimana mitos-mitos dan suatu ideologi dapat dengan dijelaskan, diarahkan dan dibangun dengan teks-teks guna membentuk suatu makna tertentu melalui tanda-tanda yakni untuk membuat nilai-nilai secara historis dan kultural, maupun sikap dan kepercayaan menjadi tampak “alamiah” dan, “normal”. (Barthes, dalam Irwansyah, 2017, hlm 7-9)

Setelah peneliti melakukan observasi terhadap setiap tren yang mengonstruksi makna mie ayam di berbagai konten-kontennya, telah teridentifikasi bahwa ketiga tren memang saling berkaitan melalui bagaimana makna berkembang dari satu tren hingga ke tren timpa teks

sebagai fokus utama penelitian ini. Sesuai penjelasan semiotika Roland Barthes sebelumnya dalam bagian ini, pendekatan semiotika Roland Barthes digunakan untuk menelusuri lebih jauh bagaimana mekanisme linguistik yang berbalik dari Saussure, fungsionalitas, hingga denotasi, konotasi, mitos dapat menjelaskan makna pada mie ayam mengalami pergeseran secara bertahap di platform TikTok dalam ekosistem budaya populer.

Berikut paparan yang sepenuhnya merupakan hasil analisis data dengan semiotika Roland Barthes yang tampak pada setiap konten tanpa berusaha mengklaim aspek perilaku pengguna secara mutlak, yang dimulai dari jenis tren (mie ayam sebagai simbol bertahan hidup dan asosiasi terhadap sosok yang menarik) . Tren inilah yang makna dalam makanan lokal mie ayam masih cukup dekat dengan makna yang memang tidak begitu jauh dari sebagai salah satu makanan lokal yang disantap sehari-hari.

Analisis Tren Mie Ayam sebagai Simbol Bertahan Hidup



Gambar 1. Konten dalam kategori tren mie ayam sebagai simbol bertahan hidup.
Sumber : TikTok.

Konten yang diunggah pada tanggal 12 Februari 2025 tersebut merupakan satu konten yang menjadi sampel dari jenis tren yang menjadikan makanan lokal mie ayam sebagai simbol bertahan hidup *Postingan* ini didapat banyak ditemukan pada kata kunci ‘mie ayam *quotes’*. Analisis semiotika Roland Barthes membedah kenapa dan bagaimana makanan lokal mie ayam menjadi simbol bertahan hidup.

Hasil Analisis Data

Denotasi: Konten tersebut berupa foto semangkuk mie ayam yang dilengkapi teks “Namanya juga hidup ege, ga mungkin mulus terus. Meskipun berat jalaninnya, inget !!!

ada mie ayam yang harus dibeli dan disantap”

Konotasi: Dalam konten ini, Makanan lokal mie ayam mengonotasikan sebagai alasan agar seseorang bisa menerima keadaan hidupnya meskipun terasa berat.

Mitos: Berdasarkan konten yang diunggah, tampak adanya upaya *coping mechanism.* Dalam konteks ini, konten tersebut cukup bisa merepresentasikan bahwa seseorang sering kali mengonsumsi suatu makanan adalah cara sadar yang menjadi salah satu solusi andalan untuk menenangkan diri, maupun meredakan emosi, stres, kecemasan atau lelah mental yang biasa dialami setelah menghadapi berbagai permasalahan dan gejolak yang terjadi dalam kehidupannya.



Gambar 2. Respons dari beberapa pengguna dalam konten tren mie ayam sebagai simbol bertahan hidup yang menjadi objek penelitian.
Sumber : TikTok.

Respons-respons di atas menjadi bukti bahwa mie ayam sebagai simbol bertahan hidup disepakati bersama oleh beberapa pengguna TikTok yang didasarkan pada masing-masing pengalaman mereka.

Penjelasan di atas telah menunjukkan bahwa pengalaman manusia seperti bagaimana merespons rumitnya hidup turut berkontribusi pada mengonstruksi makna pada makanan lokal mie ayam. Namun, hidup dan manusia di dalamnya itu sendiri memang begitu kompleks, konstruksi dan representasi pada pemaknaan makanan lokal tersebut tidak berhenti sebagai simbol bertahan hidup. Setelah observasi lebih jauh di platform TikTok, ditemukan sebuah konten yang menjadikan simbol bertahan hidup mie ayam mengarah ke arah makna yang lebih baru dan representasi dengan lebih personal dengan lebih mengaitkannya pada momen yang ingin dikenang bersama sesama manusia.

Postingan Transisi : Pergeseran dari Makna Bertahan Hidup menuju Objek yang Memiliki Daya Tarik



Gambar 3. Konten Transisi
Sumber: TikTok.

Selang 3 bulan setelah konten tentang makanan lokal mie ayam sebagai simbol bertahan hidup, muncul konten transisi di atas yang diunggah pada tanggal 10 Mei 2025 ini menggunakan analisis semiotika Barthes juga dilakukan dalam membedah apa sebenarnya makna yang terdapat dalam konten di atas guna menjadikannya bahasan penting dan memahami proses lintas makna yang terjadi.

Hasil Analisis Data

Denotasi: Dalam *postingan* tersebut, terdapat teks "Jangan lupa dengan siapa yang tetap setia menemani kita saat kita berada di titik terendah" di bawahnya terdapat foto seorang pria memandang seorang wanita namun wajah wanita tersebut diubah menjadi foto semangkuk makanan lokal mie ayam. Berdasarkan konten tersebut, Mereka terlihat duduk bersama dan terlihat romantis.

Konotasi: Sosok 'aku' dalam konten tersebut mengonotasikan bahwa ia menanggap makanan lokal mie ayam bisa tetap setia menemaninya saat berada di titik terendah dalam hidupnya, dan seolah mendapatkan kesetiaan tersebut dari seorang wanita.

Mitos: Konten tersebut mengindikasikan adanya praktik antropomorfisasi atau proses dari pengandaian kehendak, usaha, emosi, kesadaran, perilaku, yang khas dimiliki manusia untuk ditempatkan kepada entitas non-manusia melalui penggantian wajah figur wanita dengan citra makanan lokal mie ayam. Makanan lokal mie ayam dalam konten ini menjadi atribut representasional wanita sebagai objek yang dipandang untuk pasangan hidup yang menemaninya saat kondisi sulit.

Hal ini dapat dilihat pula dalam sisi linguistik (diberi label subjek) "mie ayam" sejajar dengan "aku" yang seakan sedang berelasi dan menjalin hubungan romantis.



Gambar 4. Beberapa respons pengguna di kolom komentar dalam konten transisi yang menjadi salah satu objek penelitian.
Sumber: TikTok.

Beberapa komentar di atas menjadi data pendukung bahwa konotasi antropomorfisme mie ayam dapat direspons dan dipahami oleh sebagian audiens. *"You look so beautiful"* mencerminkan bahwa mie ayam telah memperoleh atribut manusia, feminin dan kecantikan. "Menikahi" dan *"Will you marry me?"* memberikan kesan mie ayam pada peran sosial sebagai figur wanita yang memiliki potensi sebagai objek ketertarikan romantis. "Kita sayang mie ayam" merangkum semuanya, bahwa mie ayam diperlakukan sebagai sesuatu maupun seseorang yang dapat dikagumi, dicintai, bahkan dinikahi.

Berdasarkan pemaparan di atas, pemaknaan terhadap konotasi antropomorfisme mie ayam diperkuat dan direproduksi melalui respons dan interaksi pengguna di kolom komentar terhadap tanda yang disajikan.

Serangkaian representasi di atas membawa mie ayam ke dalam format yang lebih eksplisit, *postingan* selanjutnya secara langsung membayangkan mie ayam sebagai manusia yang memiliki daya tarik.

Analisis Tren Mie Ayam dan Asosiasi dengan Manusia yang Memiliki Daya Tarik



Gambar 5. Konten dalam tren "mie ayam kalau jadi orang".
Sumber : TikTok.

Kedua konten tersebut diunggah pada bulan Juli 2025 menjadi sampel dari jenis tren yang selalu terdapat teks "Mie ayam kalau jadi orang". Di kedua *postingan* bahkan tertera "Coba *template* ini" yang disediakan oleh suatu aplikasi edit video yang populer di generasi muda. Hal ini mencerminkan adanya kerangka representational yang sudah tersedia. Format tersebut sudah menjadi

sesuatu yang dapat dikenali oleh pengguna lain.

Hasil Analisis Data

Denotasi : Foto seorang pria dan seorang wanita yang terlihat menarik secara visual. Teks di atasnya “Mie ayam kalau jadi orang”

Konotasi: Dalam konten ini, Mie ayam menjadi objek yang didambakan atau pusat ketertarikan. Pemilihan mie ayam di sini sepenuhnya digantikan oleh objek manusia. Hal ini mengindikasikan adanya hasrat akan momen yang intim dan berpotensi menjadi representasi berupa objektivitas dan berlaku lintas gender.

Mitos: Di platform media khususnya di media sosial, Seseorang yang menarik berdasarkan standar sosial kerap ditampilkan sedemikian rupa (*visual pleasure*) tanpa adanya pesan lain yang disampaikan, cukup berfokus pada apa yang bisa dilihat dari segi fisik, dan bertujuan memanjakan mata dan menjadi objek “yang dikonsumsi” secara visual bahkan dikaitkan dengan hasrat seksual (*sexual objectification*).

Pemaknaan ini merujuk pada konstruksi dan representasi dalam konten yang dianalisis, bukan menggeneralisasi hasil analisis setiap unggahan dalam konten di media sosial.



Gambar 6. Cuplikan lengkap dalam konten tren “mie ayam kalau jadi orang”.
Sumber : TikTok.

Konotasi dan mitos yang dikemukakan pula berdasarkan bagaimana konten ini terlihat, yang berfokus memosisikan objek manusia lintas gender yang terlihat memenuhi standar sosial diatur untuk menarik perhatian *audiens* secara visual maupun ke ranah seksual.

Serangkaian editan konten tersebut nampaknya diterima oleh sebagian *audiens* yang terlihat oleh pantauan peneliti di kolom komentar konten tersebut yang menjadi objek penelitian ini.



Gambar 7. Respons dari beberapa pengguna dalam konten tren "mie ayam kalau jadi orang" versi pria yang menjadi objek penelitian.
Sumber : TikTok.



Gambar 8. Respons dari beberapa pengguna dalam konten tren "mie ayam kalau jadi orang" versi wanita yang menjadi objek penelitian.
Sumber : TikTok.

Beberapa respons pengguna di atas mencerminkan adanya indikasi bahwa melihat seseorang yang memiliki daya tarik memang memancing hasrat diluar konteks makanan lokal mie ayam yang disantap sehari-hari.

Paparan analisis dari konten yang mewakili tren asosiasi dengan seseorang yang menarik secara visual adalah cara untuk memahami makna dari postingan sebelumnya mengarah pada apa makna konten transisi di bawah.

Postingan Transisi : Pergeseran Mie Ayam dari Diasosiasikan dengan Manusia yang Memiliki Daya Tarik menuju Kata Kunci di Tren Timpa Teks



Gambar 9. Konten Transisi
Sumber : TikTok.

Konten transisi yang diunggah pada tanggal 10 Agustus 2025 di atas perlu dianalisis pula menggunakan semiotika Roland Barthes guna mengemukakan apa makna yang terkandung di dalamnya dan makna tersebut menjadi jembatan konstruksi makna antara analisis konten sebelumnya kepada konten makanan lokal mie ayam menjadi kata kunci di tren timpa teks.

Hasil Analisis Data

Denotasi: Konten di atas menampilkan sebuah video yang memperlihatkan semangkuk mie ayam sebagai objek visual utama

dengan latar audio yang menyatakan bahwa melihat mie ayam menimbulkan respons berupa keinginan untuk melakukan aktivitas seksual. “Hanya IQ yang di bawah 150, lihat mie ayam dimakan. Kalau gua, liat mie ayam udah gua sembah, gua ent***”

Konotasi: Tindakan visual netral (melihat makanan) dengan rangsangan seksual, membentuk analogi antara nafsu makan dan mulai beralih kepada hasrat seksual sebagai respons yang setara intensitasnya.

Mitos: Berdasarkan konten tersebut, ungkapan dari audio yang di dalamnya, ungkapan tersebut bisa dipandang sebagai *shitposting* atau hiperbola ekstrem dan membuat pernyataan vulgar terasa konyol dan sudah dianggap normal di media sosial sehingga bisa diungkapkan tanpa terkesan ofensif.



Gambar 10. Respons beberapa pengguna dalam kolom komentar di konten yang menjadi objek penelitian.
Sumber : TikTok.

Makna di atas dipahami oleh reaksi dari beberapa pengguna dalam kolom komentar di konten tersebut. Reaksi yang ada terlihat tidak biasa seperti melihat mie ayam sebagai salah satu objek kuliner.

Konvergensi dan atau Kesinambungan Makna

Berdasarkan analisis yang telah dikemukakan, urutan kronologis yang tertera hanya berfokus pada urutan dan keterkaitan representasi dalam korpus penelitian, bagaimana setiap makna mengalami perluasan dari satu konten ke konten selanjutnya sebagai bagian dari objek penelitian ini tanpa membahas sesuatu yang mencerminkan tentang seluruh perkembangan maupun distribusi konten dan tren mie ayam di platform TikTok.

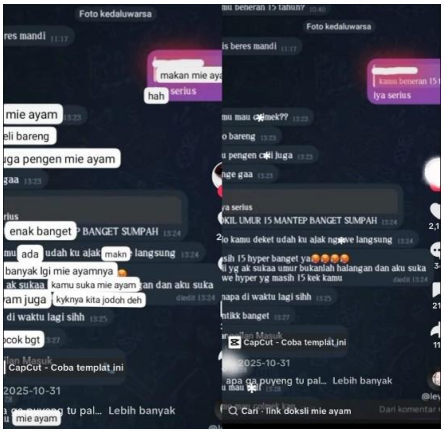
Pemaparan yang telah dikemukakan, tentang makanan lokal mie ayam sebagai simbol bertahan hidup, memiliki makna bahwa seseorang bisa terus hidup satu hari demi satu hari lagi yang bisa disebabkan oleh kenyamanan emosional dan psikologis yang didapat ketika mengonsumsi makanan lokal mie ayam. Kenyamanan emosional dan

psikologis ini mulai mengarah pada makna yang terdapat pada konten transisi (nomor 2) . Kenyamanan emosional dan psikologis tersebut mulai terlihat dan diamati adanya indikasi baru dengan makna yang memosisikan kenyamanan yang ada, seolah didapatkan dari manusia dalam konteks hubungan romantis.

Berdasarkan proses observasi menyeluruh peneliti, pemaknaan baru makanan lokal mie ayam tidak berhenti di situ, hal ini mengarah ke konten tren (nomor 3) dengan proses memosisikan makanan lokal mie ayam tersebut telah sepenuhnya digambarkan dengan sosok yang menarik secara visual dan berlaku lintas gender, tidak lagi sebagai salah satu objek kuliner biasa menjadi pemenuhan hasrat seksual meskipun masih implisit.

Hal tersebut berkembang pada konten transisi (nomor 5) yang menunjukkan secara eksplisit adanya hasrat seksual ketika melihat makanan lokal mie ayam, ia tidak hanya menganggap 'mie ayam' secara fisik . Dalam hal tersebut, makanan lokal mie ayam dikaitkan dengan objek untuk pemenuhan hasrat seksual. Lebih jauh, dalam konten tren timpa teks makanan lokal mie ayam sepenuhnya menjadi kata kunci untuk menutupi pembicaraan dan hasrat seksual itu sendiri.

Analisis Tren Timpa Teks



Gambar 11. Konten dalam Tren Timpa Teks. Gambar Kanan: Dokumen Asli dari Timpa teks (Gambar Kiri)
Sumber: TikTok.

Konten di atas telah diunggah pada tanggal 10 Oktober 2025 menjadi sampel dalam kategori tren timpa teks sebagai fokus utama penelitian.

Hasil Analisis Data

Denotasi: Memperlihatkan sebuah percakapan di aplikasi pesan. Banyak hasil pengetikan yang dicirikan dengan kotak putih adalah praktik timpa teksnya yang menutupi isi obrolan yang sebenarnya. 'Mie ayam' banyak digunakan sebagai kata kunci yang menggambarkan hal tabu

maupun aktivitas seksual tertentu. Hal ini diketahui pembuat *postingan* video pendek tersebut memasukkan *doksli* (dokumen asli) atau isi obrolan yang sebenarnya maupun apa arti 'mie ayam' di baliknya.

Konotasi: Kata 'mie ayam' secara konsisten dipakai untuk menyamarkan makna tertentu yang berkaitan dengan seksualitas atau hasrat pribadi, topik yang memang dalam norma komunikasi terbuka di ruang publik digital dihindari pengungkapannya secara eksplisit.

Mitos: Postingan pola 'mie ayam sebagai penyamar makna dan diindikasikan sebagai bagian dari praktik algospeak dan telah menaturalisasi terhadap sebuah pemahaman tertentu , bahwa topik yang begitu personal dan mengandung hal seksual terlihat lumrah dilakukan di platform TikTok.

Karakteristik Platform Tiktok sebagai Ekosistem dalam Budaya Populer

Adanya platform Tiktok dan fitur yaitu FYP atau (*For Your Page*) yang memungkinkan konten dari budaya barat pun masuk dan berpotensi viral meskipun konten tersebut bersifat negatif (Perwirawati, 2023), maka pengguna tetap dapat dengan mudah menerima adanya konten tersebut karena dianggap sebagai sesuatu yang "normal".

Melalui hal di atas, tak terlepas dengan fitur platform TikTok khususnya, apa saja yang ada di dalamnya mudah diakses oleh banyak orang. Kemudahan akses ini sebagai tahap awal seseorang 'terjerumus' ke dalam pusaran budaya populer.

FYP juga menjadi target bagi sang pembuat konten. Mereka berusaha membuat konten yang bisa meraih engagement tinggi agar bisa masuk ke laman andalan pengguna platform TikTok tersebut. FYP inilah yang menjadi ruang dengan siklus berulang. Budaya populer dalam tren timpa teks makanan lokal mie ayam ini pula tercipta melalui bagaimana beberapa pengguna merespons.



Gambar 12. Respons dari beberapa pengguna di kolom komentar konten lain dalam tren timpa teks.
Sumber : TikTok.

Hal ini juga cukup terbukti pada beberapa konten timpa teks lainnya, yang menunjukkan pola bahwa jika pembuat konten memperlihatkan percakapan asli atau *doksli* nya, maka akan lebih diminati para pengguna platform TikTok dan inilah alasan konten bisa mencapai engagement tinggi tanpa terkena *banned* TikTok disebabkan mereka, para pembuat konten dengan lihai mempraktikkan konsep algospeak.

Praktik algospeak dalam tren timpa teks sendiri bisa diketahui melalui percakapan di kolom komentar di bawah, yang mana kalau pembuat konten menyisipkan *doksli* secara terang-terangan, maka akan terkena pelanggaran dari platform TikTok.



Gambar 13. Respons dari beberapa pengguna di kolom komentar konten lain dalam tren timpa teks.
Sumber : TikTok.

Beberapa pembuat dan pengguna Tiktok menghindari pelanggaran tersebut mengakalinya dengan cara mengirimkan atau memperlihatkan *doksli* tersebut melalui DM *(Direct Message)*. DM tersebut yang menjadi saluran komunikasi bisa dilihat pada apa yang terjadi dalam percakapan di kolom komentar di bawah ini.



Gambar 14. Respons dari beberapa pengguna di kolom komentar konten lain dalam tren timpa teks.
Sumber : TikTok.

(Longsam et., al 2025) Di sisi pengguna, penelitian ini telah mengemukakan bahwa jika konten dengan pesan yang serupa ditayangkan secara berulang , hal tersebut bisa mengakibatkan adanya suatu fenomena *echo chamber*, yang mencerminkan bagaimana generasi muda bisa terus terpapar konten tersebut yang memperkuat pandangan atau minat tertentu , tanpa menerima konten yang sehat.

D. Kesimpulan

'Mie ayam' menjadi kata kunci yang sentral dalam praktik algospeak di tren timpa teks ini yang tidak

terlepas dari berbagai makna yang disematkan maupun dibentuk bersama oleh pembuat konten dan pengguna platform TikTok melalui konten-konten lain yang juga berkembang dengan memosisikan mie ayam memiliki makna jauh dari konteks kulinernya.

Mie ayam, sebagai makanan lokal yang disantap sehari-hari dan kini menjadi bagian dari budaya populer tidak lagi hanya tentang mie yang dilengkapi ayam berbumbu . Ia adalah tentang bagaimana sesuatu yang tersemat dalam mie ayam tersebut bisa di konstruksi secara bebas melalui editan konten, kata-kata di kolom komentar, audio sebagai latar, hingga praktik algospeak, FYP, fitur media sosial menjadi berbagai variabel baru dan itulah yang membuat komunikasi kian kompleks. Seseorang bisa menyampaikan sesuatu yang vulgar namun dibalut oleh objek yang jauh dari makna awalnya untuk menghindari pelanggaran dari sistem moderasi platform dan akhirnya mengaburkan batas pada norma sosial yang ada.

Disclaimer

Penelitian ini dilakukan sepenuhnya demi tujuan akademis, mengungkap tentang bagaimana sebenarnya ekosistem sosial budaya saat ini dalam media sosial, khususnya Tiktok. Penelitian ini tidak bermaksud menyinggung norma tertentu atau mendukung perilaku sensitif yang tertera dalam fokus utama penelitian ini.

REFERENSI

Amin Wahyudi, T., Siswati, E., Basuki, H., Majapahit No, J., Sananwetan, K., Blitar, K., & Timur, J. (2025). REPRESENTASI KEBUDAYAAN LOKAL DALAM IKLAN INDOMIE RAWON PEDAS MERCON (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES). *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, *3*(9), 3031–5220. https://doi.org/10.62281

Andriani, V. W., Ilsan, E., & Putri, E. (2023). REPRESENTASI BUDAYA POPULER PADA FENOMENA “CITAYAM FASHION WEEK” DI INDONESIA. *International Journal of Educational Resources*. https://doi.org/10.59689/incare.v3i5.641

Barthes, R. (8, 2017). *Elemen-Elemen Semiologi* (pp. 7–9; E. AH. Iyubenu, Edi.). BASABASI.

Benny H Hoed (2014). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. Komunitas Bambu

Febrina, R. I., Iriany, S., & Firdaus, S. (2023). Motif penggunaan media

sosial tiktok bagi mahasiswa di kabupaten Garut. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, *9*(2), 305–322. https://doi.org/10.52434/jk.v9i2.3175

Herman. (2024). Pengaruh Komunikasi Digital Terhadap Pola Komunikasi Pada Nilai-Nilai Budaya Masyarakat Modern. *Professional: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Administrasi Publik*. https://doi.org/10.37676/professional.v11i2.7139

Medvi, A., & Syahminan, M. (2024). Strategi Komunikasi Dan Penanggulangan Pelecehan Seksual Dalam Media Sosial Tiktok. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, *8*(1), 85–97. https://doi.org/10.22437/jssh.v8i1.36526

Monika Umi Kartika, Budi Santoso, Joko Suryono, & Hariyanto Hariyanto. (2025). Konstruksi Gaya Hidup Sehat Iklan Mie Instan Lemonilo Versi Warnilo: Analisis Semiotika Roland Barthes. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*. https://doi.org/10.23917/komuniti.v17i2.10478

Permata. (2029, September 11). Algospeak from: https://kol.id/kamus/algospeak#Apa_Itu_Algospeak?

Perwirawati, E. (2023). MENYIKAPI KONTEN NEGATIF PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL TIKTOK. *JURNAL KAGANGA*, *7*(1). https://doi.org/10.33369/jkaganga.7.1.18-29

Rahim, Abd. W. A. (2024). Dominasi Budaya Populer: Penguatan Nilai-Nilai Budaya Melalui Pemanfaatan Media Sosial. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, *18*(4), 2364. https://doi.org/10.35931/aq.v18i4.3530

Rahmadani, R. S., Wiryany, D., Meltareza, R., Silviany, A. E., & Tawaqal, R. S. (2024). STUDI SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA COVER NOVEL THE PRINCIPLES OF POWER KARYA DION YULIANTO. *JOURNAL OF DIGITAL COMMUNICATION SCIENCE*, *2*(2). Retrieved from https://doi.org/10.56956/jdcs.v2i2.331

Rizki, P. H., Shiddiqy, H. A., Nurhidayat, R., Sundareni, G. H., Husnayain, F., & Rahadhian, R. V. (2026). DEKONSTRUKSI NARASI VISUAL: ANALISIS FENOMENA HOAKS TIMPA TEKS DI MEDIA SOSIAL DAN TINGKAT KERENTANAN KOGNITIF MASYARAKAT. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, *4*(6), 3031–5220. https://doi.org/10.62281

Rizqona, F., & Nurmalisa, D. (2026). MAKNA SIMBOLIK MIE AYAM DALAM NOVEL SEPORSI MIE AYAM SEBELUM MATI. *LATERALISASI*, *14*(1), p. https://doi.org/10.36085/lateralisasi.v14i1.10960