



# The Symbolic and Cultural Meaning Behind The Virality of “Dame Un Grr” On Social Media

## Makna Simbolik dan Budaya dibalik Viralitas “Dame Un Grr” di Media Sosial

Alfiana Yuniar Rahmawati<sup>1\*</sup>, Chandra Arie Widiyoko<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Merdeka Madiun, Indonesia

### OPEN ACCESS

ISSN 2541-2841 (online)

ISSN 2302-6790 (print)

Edited by:

Didik Hariyanto

\*Correspondence:

alfianayr@unmer-madiun.ac.id

Citation:

Alfiana Yuniar Rahmawati, Chandra Arie Widiyoko (2025). Makna Simbolik dan Budaya dibalik Viralitas “Dame Un Grr” di Media Sosial. 14(1)

Doi:10.21070/kanal.v14i1.1931

### Abstract

*This study examines the attention-grabbing and viral online cultural phenomenon of the "Dame Un Grr" soundtrack. The virality of this phenomenon is not merely a fleeting moment of popularity but indicates a deeper layer of meaning. The purpose of this study is to understand the symbolic meaning behind the virality of the "Dame Un Grr" soundtrack and its implications in the cultural context of social media. This research is a qualitative case study approach. Data were collected through non-participatory observation and digital documentation. Furthermore, the data were analyzed and interpreted using Roland Barthes's semiotic theory and cultural theory. The results show that the "Dame Un Grr" soundtrack has transformed into a symbolic signifier that interprets various expressions and symbols. Roland Barthes's semiotic analysis shows that virality is not only about easily digestible content, but also about how such content can modify existing cultural meanings. This phenomenon has formed a participatory digital culture where users can easily express ideas and creativity through social media, encouraging openness and discussion, and facilitating constructive feedback. Participatory digital culture is not just a means to share information, but is part of building a dynamic and mutually supportive virtual community in taking advantage of opportunities in the digital era.*

**Keywords:** Symbolic Meaning, Participatory Culture, Viral Content, Social Media

### Abstrak

Penelitian ini membahas tentang fenomena budaya daring yang menarik perhatian dan viral yaitu *background* “Dame Un Grr”. Viralitas fenomena ini tidak hanya sebatas popularitas sesaat, tetapi mengindikasikan adanya lapisan makna yang lebih mendalam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna simbolik dibalik viralitas *background* “Dame Un Grr” serta implikasinya dalam konteks budaya di media sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipatif dan dokumentasi digital. Selanjutnya, data dianalisis dan diinterpretasikan menggunakan teori semiotika

Roland Barthes dan teori budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *backsound* “Dame Un Grr” telah bertransformasi menjadi sebuah penanda simbolik yang menginterpretasikan berbagai ekspresi dan simbol. Analisis semiotika Roland Barthes menunjukkan bahwa viralitas tidak hanya seputar konten yang mudah untuk dicerna, tetapi juga tentang bagaimana konten-konten tersebut dapat memodifikasi makna-makna budaya yang sudah ada. Adanya fenomena ini telah membentuk sebuah budaya digital partisipatif dimana pengguna dapat mengekspresikan ide dan kreativitas dengan mudah melalui media sosial, mendorong keterbukaan dan diskusi, serta memfasilitasi umpan balik yang konstruktif. Budaya digital partisipatif tidak hanya sekedar sarana untuk berbagi informasi, tetapi menjadi bagian dalam membangun komunitas virtual yang dinamis dan saling mendukung dalam memanfaatkan peluang di era digital.

**Kata Kunci:** Makna Simbolik, Budaya Partisipatif, Konten Viral, Media Sosial

---

## PENDAHULUAN

Fenomena viral di media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari lanskap komunikasi modern. Hadirnya teknologi digital telah merevolusi pola konsumsi masyarakat dalam menggunakan media (Hasnah et al., 2025). Berbagai konten seperti video lucu, meme, hingga tantangan yang unik dapat menyebar dengan cepat melalui media serta membentuk tren baru yang mampu mempengaruhi jutaan pengguna tidak hanya di tingkat lokal namun juga di seluruh dunia. Selain itu, kehadiran teknologi digital juga mampu mempermudah masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam pembuatan dan pendistribusian informasi, sehingga setiap individu memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan di era digital (Salsabila & Anshori, 2025).

Salah satu fenomena budaya daring yang menarik perhatian dan viral belakangan ini adalah *backsound* “Dame Un Grr”. Secara Bahasa, frasa “Dame Un Grr” berasal dari Bahasa Spanyol yang memiliki arti “beri aku geraman” (Purwanti, 2025). Kalimat ini tidak memiliki makna eksplisit yang jelas, tetapi sering kali digunakan pada sebuah interaksi sederhana hingga potongan video atau audio yang kemudian terdistribusi ulang, diinterpretasikan, dan dimodifikasi oleh pengguna. Realitas ini dapat ditunjukkan melalui viralitas *backsound* dan gestur tertentu yang menjadi ikonik seperti gaya tangan menirukan cakar atau mencengkeram dengan ekspresi wajah yang *playfull* dan sedikit menggoda. Gerakan ini sering dikolaborasikan untuk membentuk sebuah tarian yang energik atau pose lucu yang lain sehingga mampu menambah daya tarik tren ini di media sosial (Fatimah Oktavianti, 2025).

Viralitas *backsound* “Dame Un Grr” tidak hanya sebatas popularitas sesaat, melainkan dapat mengindikasikan adanya lapisan makna yang lebih mendalam. Sejak rilis pada bulan Juni 2025, *backsound* “Dame Un Grr” sudah diadopsi oleh lebih dari 5,6 juta pengguna aktif di media sosial serta video music yang dinyanyikan oleh penyanyi Kate Linn dengan kolaborasi bersama Fantomel di media Youtube sudah ditonton oleh lebih dari 6,78 juta kali penayangan (Ulvia Nur Azizah, 2025). Sebagai sebuah *backsound* yang secara repetitive diulang, dimodifikasi, dan didistribusikan oleh jutaan pengguna, “Dame Un Grr” memiliki potensi besar dalam membawa makna simbolik yang melampaui arti literalnya. Menurut studi semiotika media, simbol-simbol yang muncul dari budaya populer sering kali menginterpretasikan nilai-nilai, norma, kesadaran atau bahkan kecemasan kolektif suatu masyarakat (Asgawanti et al., 2025). Dalam konteks ini, *backsound* “Dame Un Grr” dapat merefleksikan aspirasi, ekspresi frustrasi, perasaan humor, atau identitas tertentu di media sosial.

Lebih jauh lagi, penyebaran *backsound* “Dame Un Grr” yang massif di berbagai platform media sosial seperti Tiktok, Instagram, Facebook, hingga X (Sebelumnya Twitter) menunjukkan sebuah dimensi budaya yang spesifik, kuat, dan perlu dianalisis. Fenomena ini dapat dilihat sebagai bagian dari budaya partisipatif dimana pengguna tidak hanya sebagai konsumen pasif tetapi juga mampu menjadi produsen aktif yang dapat menciptakan dan menyebarkan konten melalui media sosial. Selain itu, adanya partisipasi aktif dari pengguna

juga menunjukkan pergeseran dari media massa tradisional yang satu arah menuju ekosistem digital yang lebih demokratis dan terdistribusi. Kemudahan akses terhadap teknologi semakin memperkuat karakter interaktif dan partisipatif dari komunikasi modern (Fauzan et al., 2025).

Meskipun “Dame Un Grr” terlihat sebagai fenomena tren hiburan daring, namun perlu dilakukan analisis secara mendalam tentang viralitas *backsound* tersebut sehingga akan dapat memberikan wawasan mengenai dinamika komunikasi di media sosial. Seperti bagaimana informasi dapat menyebar, bagaimana makna dibentuk secara kolektif, serta bagaimana interaksi yang terjadi antara budaya daring dan budaya populer berlangsung. Dengan menganalisis dan mempelajari fenomena viralitas di media sosial, memungkinkan masyarakat untuk memahami mekanisme di balik pembentukan tren, proses adopsi ide, serta pertemuan komunitas virtual (Rahayu, 2025).

Penelitian sebelumnya telah banyak yang membahas fenomen viral dari berbagai perspektif, diantaranya (Azmi, 2025) menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi viralitas sebuah konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor emosional, keterlibatan audiens, serta framing media memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan viralitas konten di media sosial. Selanjutnya, (Hasnah et al., 2025) menganalisis dampak konten viral di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten viral dapat menjadi sarana ekspresi dan pemberdayaan, serta berpotensi memperkuat disinformasi, budaya kekerasan simbolik, dan degradasi nilai sosial apabila tidak dilandasi etika. Di sisi lain, (Yunita Sari et al., 2024) dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa sebuah konten menjadi viral di media sosial apabila dibagikan berulang kali dan tersebar pada media sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini menyajikan sebuah analisis fenomena viralitas “Dame Un Grr” dari perspektif makna simbolik serta implikasinya dalam konteks budaya di media sosial. Penelitian ini juga menerapkan pendekatan interdisipliner yang memadukan teori semiotika Roland Barthes dan teori budaya. Semiotika adalah ilmu analisis tanda atau studi tentang bagaimana sistem penandaan itu berfungsi. Kata “semiotika” berasal dari bahasa Yunani yaitu “*seme*” yang artinya penafsir tanda. Dalam konteks analisis media, semiotika menjadi alat yang fundamental untuk membongkar bagaimana media mengkonstruksi dan menyebarkan pesan-pesan. Semiotika membagi tanda menjadi dua komponen utama yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda adalah bentuk fisik atau material dari tanda (seperti gambar, suara, atau kata-kata), sedangkan petanda adalah konsep atau makna yang disematkan melalui penanda tersebut. Keduanya saling berinteraksi dan bekerja sama untuk menciptakan sebuah tanda yang kemudian membentuk sebuah sistem makna yang lebih besar di dalam media.

Teori semiotika Roland Barthes merupakan pengembangan dari teori semiotika Ferdinand de Saussure yang berfokus pada analisa tanda dalam kehidupan sehari-hari. Semiotika ini menekankan bahwa bahasa dan komunikasi sebagai sistem tanda (Khoirun Nisa, 2025), Semiotika adalah sebuah metode untuk memahami bagaimana makna tercipta

dan didistribusikan dalam sebuah budaya. Kerangka teoritis untuk menganalisis bagaimana makna diproduksi melalui tanda-tanda, khususnya dalam konteks budaya dan media. Dalam hal ini, Barthes mengklasifikasikan dan membedakan tanda menjadi tiga tingkatan utama yaitu pertama, denotasi atau makna literal atau makna langsung dari sebuah tanda, kedua, konotasi merupakan makna tambahan, asosiatif, atau kultural yang melekat pada tanda tersebut (Rejeki, 2025), terakhir tingkatan mitos atau myte. Dengan demikian, Barthes telah menggeser fokus dari struktur bahasa Saussure ke fungsi tanda dalam membentuk persepsi dan ideologi masyarakat.

Pada tingkat pertama, Barthes mengadopsi konsep Saussure tentang denotasi. Ini menekankan pada makna objektif dan universal yang tidak memerlukan interpretasi dari sebuah tanda. Hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) bersifat langsung. Pada level ini proses pemaknaan relative netral. Barthes menjelaskan bahwa makna denotasi tidak berdiri sendiri, tetapi menjadi dasar untuk tingkat pemaknaan yang lebih mendalam pada level ke dua yaitu konotasi. Dalam semiotika Barthes, denotasi menjadi fondasi untuk makna yang lebih kompleks. Hal ini menjadi titik dasar yang netral sebelum masuk pada level konotasi dan mitos.

Pada tingkatan ke dua adalah konotasi. Level konotasi merupakan makna tambahan dari sebuah tanda. Makna ini tidak bersifat universal dan objektif, melainkan dibentuk oleh beberapa faktor seperti pengalaman pribadi, emosi, hingga nilai-nilai budaya. Barthes menjelaskan bahwa konotasi adalah "makna yang dimuat secara ideologis". Hal ini merupakan lapisan makna dimana sebuah tanda mulai memperoleh nilai-nilai dan asosiasi tambahan. Ketika sebuah tanda denotasi berinteraksi dengan konteks budaya, maka ia memiliki kecenderungan untuk menghasilkan makna baru. Konotasi ini yang memungkinkan tanda sebagai sarana komunikasi yang kaya dan berlapis.

Dalam analisis media, konotasi merupakan kunci untuk memahami bagaimana pesan-pesan yang lebih dalam disampaikan secara implisit. Media menggunakan konotasi untuk membangkitkan emosi, mengarahkan interpretasi, atau bahkan membentuk ideologi audiens ke sisi yang lebih luas. Ini dapat diartikan bahwa konotasi tidak hanya sekedar makna tambahan, tetapi menjadi alat fundamental untuk mengkonstruksi sebuah realitas. Selanjutnya, pada tingkat pemaknaan tertinggi dalam teori Barthes adalah mitos. Mitos adalah sistem semiologi tingkat kedua yang dibangun di atas konotasi. Mitos bekerja dengan cara "menaturalisasi" ideologi atau nilai-nilai dominan yang ada di masyarakat sehingga terlihat sebagai kebenaran yang mutlak (Cholifah Nurjanah et al., 2024).

Semiotika Barthes menggunakan mitos untuk menjelaskan bagaimana budaya populer menyebarkan pesan ideologis secara halus. Mitos ini juga berfungsi untuk menyembunyikan konstruksi sosial dibalik makna-makna yang tampak sederhana serta membentuk ideologi tertentu agar terlihat sebagai hal yang wajar dan universal. Mitos bekerja dengan mengambil sebuah tanda yaitu penanda dan petanda serta menjadikannya sebuah penanda baru yang merujuk pada petanda yang bersifat ideologis. Ketika ideologi dirubah menjadi mitos, maka ia tidak lagi terlihat seperti konstruksi sosial melainkan menjadi bagian dari realitas itu

sendiri. Dalam konteks media, mitos menjadi penting karena dapat mengungkap bagaimana media secara sadar maupun tidak sadar menyebarkan ideologi.

Sementara itu, implikasi budaya yang mengacu pada penelitian ini muncul seiring dengan perkembangan teknologi digital dan internet yang memungkinkan siapapun dapat berekspresi dan berbagi karyanya. Teori budaya partisipatif yang digagas oleh Henry Jenkins menekankan pada kondisi budaya dimana audiens tidak lagi menjadi konsumen pasif tetapi dapat menjadi produsen yang aktif serta berkontribusi pada konten mulai dari membuat, memodifikasi, hingga menyebarkan kembali sehingga pola komunikasi yang terbentuk menjadi multi-arah dan horizontal (Idolina Simanjuntak et al., 2024). Budaya partisipatif menjadi sebuah konsep yang kuat untuk menggambarkan bagaimana media dan teknologi digital telah mengubah cara individu dalam berinteraksi melalui budaya serta membentuk dunia media saat ini.

Konsep budaya partisipatif oleh Jenkins dapat dikelompokkan berdasarkan bentuk komunikasi yang terjadi melalui media teknologi sehingga memungkinkan adanya interaktifitas seperti adanya afiliasi atau keanggotaan baik formal maupun informal dalam komunitas online, adanya produksi baru dalam bentuk video kreatif, pentingnya kerjasama dalam tim untuk mengembangkan pengetahuan baru, serta membentuk alur media baru melalui komunitas virtual. Jenkins menggambarkan budaya partisipatif sebagai ekspresi kreatif dan keterikatan yang kuat dalam sebuah budaya baru di era digital. Budaya partisipatif juga telah diasosiasikan dengan gagasan bahwa batasan antara konsumen pasif dan produsen aktif telah hilang dan disatukan menjadi pemain di dalam aliran budaya (Idolina Simanjuntak et al., 2024).

Melalui proses analisis dan interpretasi yang mendalam menggunakan teori semiotika Roland Barthes dan teori budaya partisipatif Henry Jenkins, peneliti berharap dapat mengungkap lapisan makna tersembunyi di balik fenomena viral "Dame Un Grr" di media sosial. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi yang komprehensif terhadap fenomena viral dan dinamika komunikasi di era digital. Hal ini tentu akan menambah literatur tentang semiotika media dan budaya partisipatif. Fenomena viralitas "Dame Un Grr" bukan hanya sebuah frasa tetapi sebagai pemicu interaksi virtual yang mampu membentuk budaya di era digital yang terus berkembang.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami secara mendalam makna simbolik dan budaya di balik viralitas "Dame Un Grr" di media sosial. Penelitian kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi interpretasi makna, persepsi, maupun pengalaman pengguna secara kontekstual (Lexy J. Moleong, 2010). Selanjutnya, peneliti juga akan menggunakan landasan paradigma konstruktivisme interpretative untuk memahami bagaimana pengguna mengkonstruksi makna tersebut dan bagaimana makna tersebut viral di media sosial.

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah konten video viral yaitu akun @yuuki, @Simbok tukinil, dan @Goryla

Khloe. Video pendek yang diunggah melalui tiga akun di atas viral pada bulan Juli 2025 dengan jumlah *views* di atas 5 juta, *like* di atas 100.000 dan mendapatkan komentar oleh lebih dari 5.000 akun. Tiktok dengan jumlah *views* di atas 5 juta adalah pencapaian besar dengan berbagai manfaat signifikan diantaranya menunjukkan indikator kuat dari popularitas konten, memiliki peluang besar untuk viral, serta masuk dalam kategori algoritma Tiktok sebagai konten berkualitas tinggi.

Strategi pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif dan dokumentasi digital dimana peneliti mendapatkan data primer melalui pengamatan secara mendalam pada akun video viral dengan *engagement* yang signifikan pada penggunaan *backsound* “Dame Un Grr”. Sedangkan data sekunder didapatkan dari komentar dan balasan pengguna untuk memberikan wawasan tentang bagaimana pengguna menginterpretasikan, merespon, dan berinteraksi dengan konten “Dame Un Grr”. Selanjutnya data dianalisis dan diinterpretasikan menggunakan teori semiotika Roland Barthes dan teori budaya Henry Jenkins untuk mendapatkan temuan yang diharapkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Viralitas “Dame Un Grr”

Judul Lagu “Dame Un Grr” diciptakan oleh dua Musisi asal Rumania yaitu Fantomel dan Kate Linn pada tahun 2024 dan secara resmi di rilis pada 20 Juni 2025 melalui platform media Youtube resmi Fantomel. Dalam waktu yang singkat, lagu ini langsung mendapatkan respon yang luar bisa di media sosial, khususnya pada platform media Tiktok. Sejak rilis pada akhir Juni hingga awal Juli 2025, *backsound* “Dame Un Grr” telah digunakan secara massif sebagai musik utama konten-konten Tiktok.

Lagu “Dame Un Grr” telah menduduki posisi nomor 1 pada Top Tiktok Songs selama beberapa pekan berturut-turut. Selain itu, lagu ini juga populer pada platform musik digital seperti Spotify dan Apple Music. Fenomena ini menyebabkan peningkatan jumlah video dengan *backsound* “Dame Un Grr” sebanyak lebih dari 5,6 juta pengguna. (Ulvia Nur Azizah, 2025).

Viralitas *backsound* “Dame Un Grr” ini dipicu oleh beberapa faktor, yaitu *Pertama*, irama musik yang unik. Lagu “Dame Un Grr” masuk dalam kategori musik bergenre pop dengan karakter musik beat yang kuat, sehingga mudah diaplikasikan untuk dijadikan *backsound* atau latar musik konten kreator di media sosial. Pilihan aransemen yang energik juga menarik perhatian pengguna Tiktok untuk membuat berbagai jenis konten seperti video ekspresi lucu, *lip sync*, *lifestyle*, *beauty*, hingga *dance challenge*. *Kedua*, lirik yang ringan dan interaktif. Pemilihan dialog antara frasa “Dame Un Grr” dan “Un Que?” menghadirkan nuansa yang unik dan *playfull* sehingga mudah diingat oleh pengguna. Penggunaan frasa yang diulang-ulang ini memberikan ruang bagi kreator untuk berkreasi melalui ekspresi dan gerakan tubuh, seperti gerakan yang khas dan memicu trend yaitu gerakan tangan seolah sedang mencakar. Selain itu, liriknya yang ringan menjadi kekuatan utama pada lagu tersebut.

*Ketiga*, nuansa latin yang kuat. Nuansa latin dalam lagu “Dame Un Grr” terlihat jelas pada penggunaan frasa metafora khas budaya Latin sehingga mampu mengangkat emosional lagu. Metafora ini berfungsi sebagai jembatan budaya yang

menghubungkan pendengar dengan ke-khasan budaya Latin yang otentik. Frasa “Dame Un Grr?” tidak hanya menambah kekayaan makna lirik, tetapi juga mampu menghidupkan suasana romantis dan dramatis yang secara umum melekat pada musik-musik bernuansa Latin. Selain itu, viralitas *backsound* “Dame Un Grr” juga diperkuat oleh dukungan komunitas kreator Tiktok yang secara serentak menyebarkan tren melalui penggunaan *backsound* “Dame Un Grr” pada konten-konten mereka di media sosial.

### Makna Simbolik di balik *Backsound* “Dame Un Grr”: Sebuah Analisis Semiotika Analisis Denotasi

Denotasi adalah makna paling dasar dan objektif dari sebuah tanda. Dalam konteks viralitas *backsound* “Dame Un Grr” di media sosial, denotasi adalah fondasi dari seluruh analisis yaitu mencakup apa yang dapat dilihat dan didengar dari adanya fenomena tersebut tanpa membutuhkan interpretasi yang mendalam. Denotasi bersifat objektif tanpa unsur sosial dan budaya. Analisis denotasi pada *backsound* “Dame Un Grr” ini berfokus pada dua aspek utama, yaitu:

#### a. Audio

Secara audio, denotasi utamanya adalah pada lirik *backsound* “Dame Un Grr” yang sederhana dan harfiah. Potongan lirik *backsound* “Dame Un Grr” yang viral di media sosial Tiktok adalah bagian *chorus* yang berulang-ulang dan mudah diingat. Liriknya menggunakan bahasa Spanyol yang khas sebagai berikut:

Tabel 1

Lirik Lagu	Terjemahan
Dame Un Grr? (Un qué?)	Beri aku grr (Apa?)
Un Grr (Un qué?, Un qué?)	A gr (Apa? Apa?)
Un Grr (Un qué?)	A gr (Apa?)
Un Grr (Un qué?)	A gr (Apa?)

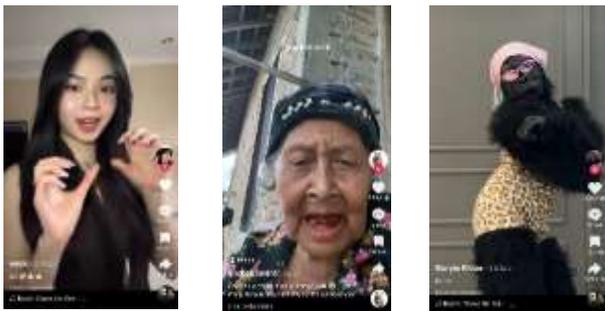
Sumber: Hasil olah peneliti, 2025

Frasa pembuka “Dame Un Grr” yang berarti “beri aku grr” merupakan ungkapan imajinatif yang dapat diinterpretasikan sebagai rayuan atau godaan dengan suara “grr”. Secara denotatif, kata “grr” sendiri dapat mencerminkan suara atau bunyi geraman yang biasanya berasal dari suara binatang buas atau ekspresi tertentu. Dalam konteks *backsound* “Dame Un Grr”, frasa “grr” disampaikan dengan nada yang menggoda, penuh ekspresi, dan merujuk pada respon yang diharapkan oleh seseorang. Frasa ini menimbulkan daya tarik pada lirik lagu “Dame Un Grr” sebagai bagian dari lagu yang bersifat romantis dan rayuan. Hal ini ditunjukkan dengan permintaan untuk mengeluarkan suara geraman tersebut.

Selanjutnya, dialog “Un grr - Un Que?” dalam lirik tersebut yang menjadi bagian repetitif memiliki beberapa elemen yang dapat dianalisis. *Pertama*, lirik “Un Grr” yang secara makna harfiah merupakan peniruan bunyi geraman. Lirik ini tidak mengindikasikan makna verbal yang kompleks, tetapi hanya menirukan suara geraman. *Kedua*, lirik “Un Que?”. Dalam bahasa Spanyol, “Un Que?” berarti sebuah apa. Dalam konteks lirik ini, kata “Un Que?” dapat diartikan sebagai sebuah respon penasaran dengan kalimat “Apa itu?”. Denotasi audio ini juga mencakup irama musik yang energik serta vokal yang lantang. Elemen-elemen ini merupakan elemen faktual yang tidak membutuhkan interpretasi dalam konteks sosial atau budaya.

b. Visual

Secara visual, denotasi merupakan elemen yang tampak pada video-video viral di media Tiktok. Dalam konteks penggunaan *backsound* "Dame Un Grr", denotasi visual mencakup gerakan-gerakan tubuh yang spesifik seperti gestur tangan mencakar serta mimik wajah yang menunjukkan ekspresi serius maupun humor. Berdasarkan temuan peneliti melalui tiga video viral yaitu akun @yuuki, @simbok tukinil, serta @Goryla Khloe menunjukkan beragam ekspresi sebagai berikut:



Gambar 1. Visual *backsound* "Dame Un Grr",  
Sumber: Akun Tiktok @yuuki, @simbok tukinil,  
@goryla Khloe

Ekspresi visual yang terlihat melalui video akun @yuuki, merupakan ekspresi menggoda dan percaya diri. Hal ini ditunjukkan melalui mimik wajah yang *playfull* serta gerakan tangan mencakar dengan nuansa menggoda. Sedangkan pada video akun @simbok tukinil menunjukkan ekspresi marah. Hal ini terlihat dari mimik wajah yang sedang meluapkan kekesalan dan kekecewaan terhadap suatu hal. Selanjutnya, pada video akun @Goryla Khloe menunjukkan visual seseorang dengan mengenakan pakaian gorilla diiringi tarian khas mengikuti irama *backsound* "Dame Un Grr". Pada level analisis denotasi, peneliti membuat deskripsi faktual atas apa yang didengar dan dilihat dari adanya trend "Dame Un Grr". Hal ini merupakan deskripsi universal yang tidak mengandung penilaian atau makna tersembunyi. Denotasi berfungsi sebagai titik awal yang netral sebelum pada analisis konotasi dan mitos tentang makna dibalik viralitas *backsound* "Dame Un Grr" di media sosial.

**Analisis Konotasi**

Konotasi adalah makna tambahan yang muncul dari denotasi. Makna ini bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti budaya maupun sosial. Dalam konteks viralitas *backsound* "Dame Un Grr", konotasi tidak hanya tentang audio dan visual, tetapi tentang makna-makna yang dibebankan padanya oleh masyarakat. Konotasi ini muncul dari pengaruh budaya yang melekat dari makna denotasi yang apabila dikonotasikan menjadi beragam simbol dan memicu interpretasi makna yang multidimensi, diantaranya:

a. Ekspresi Kekesalan dan Katarsis Kolektif

Penggunaan frasa "grr" dalam potongan lirik "Dame Un Grr" telah bertransformasi menjadi sebuah simbol yang mencerminkan rasa kesal atau ketidakpuasan tentang suatu hal. Frasa ini tidak sepenuhnya mencerminkan kemarahan yang agresif, tetapi dapat ditunjukkan melalui rasa kesal atau ketidakpuasan dalam level ringan, frustrasi kecil, maupun ketidaknyamanan secara kolektif. Seperti temuan peneliti pada

akun video @simbok tukinil.



Gambar 2. Ekspresi Kekesalan dan Katarsis Kolektif  
Sumber: Akun Tiktok, @Simbah Tukinil

Video pendek yang diunggah dengan durasi 15 detik sudah ditonton oleh 7,6 juta *views* dan mendapat tombol *like* sejumlah 339.900 akun. Dalam video tersebut menunjukkan ekspresi kekesalan sebagai respon dari *backsound* "Dame Un Grr" yang sering muncul pada beranda dan masuk dalam kategori *For Your Page*. Selain itu, respon ini juga didukung dengan komentar-komentar yang menunjukkan ekspresi kekesalan kolektif seperti: "Iya, kesel banget" (@Owner dermastel), "iya, aku juga gitu" (@Zaenhamdi), sudah diwakilkan terimakasih" (@Jia), "iya, aku udah muak banget" (@cumaDyah), "seperti punya kekuatan magis saja" (@scor88):

Dengan demikian, *backsound* "Dame Un Grr" dapat berfungsi sebagai media untuk mengespresikan frustrasi secara humoris. Adanya *backsound* ini, telah membentuk sebuah koneksi yang kuat antar pengguna media TikTok sebagai bagian dari mengekspresikan pengalaman yang sama. Mereka menyadari bahwa kekesalan yang mereka rasakan juga dialami oleh pengguna yang lain sehingga menjadi bagian dari katarsis kolektif. Ekspresi yang bersifat ringan ini membuat populer di media sosial. Oleh karena itu, penggunaan *backsound* "Dame Un Grr" merupakan strategi modern untuk meluapkan rasa kesal dan ketidakpuasan melalui ekspresi sederhana dan bukan dengan perilaku agresif.

b. Simbol Kepercayaan Diri dan Daya Tarik Virtual

Temuan penggunaan frasa "grr" pada *backsound* "Dame Un Grr" juga dijadikan sebagai simbol untuk mewakili rasa percaya diri, simbol kekuatan, hingga daya tarik visual. Seperti pada akun @yuuki.



Gambar 3. Simbol Kepercayaan Diri dan Daya Tarik Virtual  
Sumber: Akun Tiktok @yuuki

Video di atas diunggah dengan durasi 14 detik melalui akun Tiktok @yuuki. Video tersebut sudah ditonton sebanyak

12,4 juta *views* dan mendapatkan total *like* sebanyak 412.300 akun. Fenomena di atas menunjukkan fleksibilitas pemaknaan simbol di mana makna suatu tanda atau simbol dapat bergeser secara fleksibel dari ekspresi kekesalan menjadi rasa percaya diri dan daya tarik virtual. Hal ini tentu tergantung pada konteks pengguna dalam menginterpretasikan dan memodifikasi simbol. Konotasi ini juga diperkuat dengan elemen-elemen *non-verbal* seperti tatapan mata yang tajam, senyum yang menggoda, hingga gerakan tubuh yang penuh keyakinan. Hal ini menunjukkan bahwa tanda dapat berubah menjadi makna yang baru dalam ekosistem digital yang lebih luas.

### c. Ekspresi Humor

Video pendek bergenre humor juga mewarnai pemaknaan "grr" pada *backsound* "Dame Un Grr" di media sosial. Video viral bergenre humor menunjukkan bagaimana sebuah tanda semiotik diinterpretasikan untuk menciptakan sebuah tawa. Video bergenre humor ini dapat menciptakan kontras yang menghibur yaitu antara emosi yang sepele dan respon yang berlebihan. Frasa ini disematkan melalui video komedi pada akun @Goryla Khloe.



Gambar 4. Ekspresi Humor

Sumber: Akun Tiktok @Goryla Khloe

Video pendek tersebut telah ditonton oleh 9,4 juta *views* dengan tombol *like* sebanyak 256.000 akun. Pemaknaan konotasi frasa "grr" ke dalam ekspresi humor sangat digemari oleh audiens karena mampu memenuhi kebutuhan psikologis dasar manusia akan hiburan dan pelepasan stress. Beberapa video menunjukkan penggunaan frasa "grr" untuk mewakili suara orang mendengkur, penggunaan ekspresi wajah humoris, hingga gerakan tubuh yang lucu dan menarik.

Secara konotasi, penggunaan frasa "grr" yang tercermin melalui ekspresi ringan dalam video komedi tersebut dapat dimaknai sebagai penanda ekspresi komikal yang dapat direalisasikan oleh banyak orang. Interpretasi makna komedi melalui video tersebut memungkinkan pengguna untuk dapat melepaskan emosi negatif atau frustrasi yang dapat direalisasikan dalam bentuk video. Seperti ditunjukkan pada suara geraman "grr" dengan adegan yang sepele atau penggunaan kostum ringan, sehingga memicu gelak tawa. Pengguna dapat dengan bebas untuk merefleksikan simbol ke dalam makna komedi berdasarkan pengalaman mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Pemaknaan ini menunjukkan bahwa tanda linguistik dapat digunakan oleh berbagai lapisan interpretasi ketika direkontekstualisasi ke dalam ruang digital yang partisipatif. Pengguna media sosial maupun kreator dapat dengan mudah untuk menginterpretasikan, memodifikasi simbol, dan mendistribusikan ke ranah publik sehingga menjadi bagian

dari konten media (Ilham et al., 2025). Dampaknya adalah beragam tanda yang muncul menjadi bagian integral dari budaya media, tidak hanya sebagai pesan tetapi sebagai alat untuk berekspresi, berkomunikasi, dan membangun komunitas.

### Analisis Mitos

Menurut Barthes, mitos adalah makna tertinggi di mana tanda-tanda konotatif diterima sebagai "kebenaran alami" di dalam budaya. Mitos adalah cara masyarakat menaturalisasi ideologi dan nilai-nilai tertentu, serta mengubahnya menjadi kebenaran yang mutlak. Fenomena viralitas *backsound* "Dame Un Grr" di media sosial telah melahirkan berbagai mitos yang menarik untuk dianalisis. Salah satu mitos yang paling dominan adalah gagasan tentang kekuatan, dominasi, dan daya tarik virtual yang diekspresikan melalui audio yang singkat dan sederhana. Penggunaan *backsound* "Dame Un Grr" sebagai musik latar pembuatan konten video telah membentuk sebuah citra yang kuat. *Backsound* ini menjadi sebuah "mantra" yang mampu menghasilkan kekuatan dominan. Apalagi ditambah dengan algoritma media sosial yang dapat memperkuat mitos ini dengan cara memprioritaskan pembuatan konten yang serupa untuk mendapatkan perhatian. Viralitas *backsound* "Dame Un Grr" telah menumbuhkan mitos bahwa popularitas dapat diraih dengan cara mengikuti tren yang sedang berkembang.

Selain itu, mitos ini juga menyentuh aspek gender dan maskulinitas. Meskipun *backsound* "Dame Un Grr" telah digunakan oleh berbagai lapisan gender, namun *backsound* ini sering dikaitkan dengan maskulinitas yang dominan dan agresif. Artinya ketika perempuan menggunakan frasa ini maka dianggap sebagai bentuk pemberdayaan atau parodi di mana mereka mengambil simbol kekuatan tradisional yang biasanya disematkan pada diri laki-laki. Di sisi lain, penggunaan *backsound* ini juga memperkuat mitos bahwa untuk menjadi menarik, seseorang bisa menampilkan sisi "liar" dan "buas" di dalam diri mereka. Konstruksi narasi ini secara tidak sadar telah membentuk realitas bahwa daya tarik personal tidak hanya berasal dari karakter yang lembut dan anggun, tetapi juga berasal dari keberanian untuk menunjukkan sisi karismatik yang lebih garang.

Viralitas "Dame Un Grr" juga menimbulkan mitos tentang kreativitas di era digital. Pengguna di media sosial berusaha untuk memodifikasi dan menciptakan ide-ide yang unik pada video mereka seperti koreografi yang menarik, penggunaan transisi, hingga video komedi. Kreator juga dapat dengan mudah untuk berekspresi dengan *gesture* saat menggunakan *backsound* ini. Hal ini menciptakan mitos bahwa kreativitas di media sosial merupakan strategi seseorang untuk dapat mengadaptasi dan mempersonalisasi sebuah tren, dan bukan menciptakan sesuatu dari nol.

Pada akhirnya, analisis semiotika Roland Barthes baik itu pada tingkat denotasi, konotasi, dan tingkatan tertinggi yaitu mitos dari adanya viralitas "Dame Un Grr" di media sosial menunjukkan bahwa viralitas tidak hanya seputar konten yang mudah untuk dicerna, tetapi juga tentang bagaimana konten-konten tersebut dapat memodifikasi makna-makna budaya yang sudah ada. Sebuah *backsound* sederhana dapat menjadi simbol kekuatan, maupun manifestasi dari mitos-mitos modern tentang kekuasaan, gender, dan kreativitas.

## Implikasi Budaya pada Viralitas “Dame Un Grr”

Viralitas “Dame Un Grr” tidak hanya dimaknai sebagai lagu sesaat, tetapi dapat mencerminkan sebuah budaya baru di era digital. Teori budaya partisipatif yang digagas oleh Henry Jenkins menunjukkan gambaran yang relevan untuk menganalisis viralitas “Dame Un Grr”. Teori ini berasumsi bahwa hadirnya media baru, menjadikan audiens tidak lagi berperan sebagai konsumen pasif tetapi dapat bertransformasi menjadi konsumen aktif. Selain itu, budaya ini juga ditandai dengan rendahnya hambatan untuk mengekspresikan ide kreatif, tingginya kepercayaan antar komunitas, adanya dukungan kuat untuk berkreasi dan berbagi, serta memungkinkan mentoring informal antar pengguna.

Kehadiran teknologi digital seperti *handphone* atau perangkat lunak yang super canggih telah menawarkan beragam kemudahan kepada masyarakat di era digital. Kemudahan ini juga dilatarbelakangi oleh dukungan aplikasi dan platform yang dirancang secara intuitif dan mudah digunakan. Aplikasi seperti pengeditan konten, pembuatan template siap pakai, juga fitur-fitur yang mendorong kolaborasi dan kreasi konten dapat dengan mudah untuk diakses dan dimanfaatkan oleh masyarakat tanpa harus melalui proses yang rumit. Kemudahan yang ditawarkan tidak hanya berdampak pada aspek hiburan atau kreasi, tetapi hampir di semua aspek kehidupan. Kemudahan dalam mengakses teknologi ini tentu dapat menjadi penghubung antara masyarakat awam dengan teknologi digital yang super canggih.

Platform media sosial seperti Tiktok, menjadi salah satu media yang mudah dijangkau oleh pengguna di berbagai kalangan. Media ini menawarkan beragam fitur-fitur menarik yang sangat mudah digunakan untuk aktivitas memproduksi konten (Hayatunlupus, 2025). Viralitas “Dame Un Grr” tidak lepas dari partisipasi kreator konten dalam menciptakan, mendistribusikan, hingga menyebarkan ke khalayak. Kemudahan dalam mengakses platform media sosial ini memberi kesempatan bagi siapapun untuk terlibat dan mengekspresikan diri. Sehingga dapat menciptakan variasi dan interpretasi yang tidak terbatas melalui tren ini (Oratmangun & Rusadi, 2023).

Selanjutnya, konektivitas yang terjalin antar pengguna media sosial khususnya Tiktok juga dapat menciptakan budaya partisipatif yang terikat oleh konten dan nilai (Idolina Simanjuntak et al., 2024). Adanya partisipasi aktif dari pengguna Tiktok melalui tren “Dame Un Grr” ini, dapat menciptakan identitas kolektif dan rasa kepemilikan di antara mereka sehingga individu merasa terhubung dan ingin menjadi bagian dari sebuah komunitas virtual yang kuat. Hal ini sejalan dengan pengamatan Jenkins bahwa hadirnya budaya digital partisipatif ini sebagai bagian dari aliran media yang lebih luas. Fenomena ini menandakan bahwa konsumen media adalah produsen konten dan aktor dalam budaya populer.

Selain itu, melalui penggunaan *background* “Dame Un Grr” sebagai latar musik pada berbagai konten video, menandakan adanya pemahaman tentang budaya daring dan viralitas trend di media sosial. Pengguna merasa menjadi bagian dari kelompok yang mengikuti trend terbaru sehingga mampu menciptakan rasa koneksi dan eksklusivitas di antara mereka. Hal ini menjadi batasan sosial dalam lingkup virtual yang kuat antara pengguna yang “mengikuti” trend dan

pengguna yang “tidak mengikuti” trend. Dengan demikian, frasa “Dame Un Grr” telah bertransformasi menjadi sebuah identitas kolektif yang bertujuan untuk memperkuat konektivitas di dalam komunitas virtual. Pengguna yang menggunakan frasa “Dame Un Grr” secara aktif akan membangun budaya digital dan memvalidasi posisi mereka sebagai bagian dari kelompok sosial virtual yang memiliki pemahaman dan nilai yang sama. Fenomena viralitas menunjukkan bahwa media sosial khususnya Tiktok memiliki kekuatan untuk membentuk tren global dari sebuah konten sederhana (Lawrence Philip, 2025).

Fenomena “Dame Un Grr” juga menjadi wadah untuk mengekspresikan ide dan kreativitas tanpa batas. Pengguna media sosial Tiktok dapat menginterpretasikan *background* “Dame Un Grr” ke dalam berbagai bentuk ekspresi dan konteks yang unik dan berbeda-beda. Ini menjadi bagian dari ekspresi seni yang luas dimana setiap individu memiliki kecenderungan untuk membagikan kreativitas dan identitas pribadi mereka kepada publik. Pengguna juga dapat berbagi video, reaksi, meme, hingga informasi virtual seputar “Dame Un Grr” yang mereka buat kepada pengguna lain sehingga mampu mengimplikasikan sebuah aliran budaya digital partisipatif.

Budaya digital partisipatif juga mendorong keterbukaan dan diskusi (Gafallo et al., 2022). Dengan adanya budaya ini, individu dapat terlibat secara aktif mulai dari penciptaan ide, konten, maupun informasi. Penggunaan hashtag seperti #DameUnGrr, #GrrTrend, dan #DameUnGrrChallenge menjadi sebuah strategi pengkategorian konten, sehingga memudahkan pengguna lain untuk menemukan dan berpartisipasi dalam pembuatan konten yang serupa. Hal ini dapat menciptakan lingkungan digital yang kolaboratif dan interaktif. Kolaborasi ini bisa menghasilkan sebuah inovasi dan ide-ide baru yang dapat direalisasikan secara bersama-sama. (Adi Mulyana et al., 2024). Budaya digital partisipatif tidak hanya sekedar sarana untuk berbagi informasi, tetapi menjadi bagian dalam membangun komunitas yang dinamis dan saling mendukung dalam memanfaatkan peluang di era digital.

Selain itu, budaya digital partisipatif ini juga memfasilitasi umpan balik yang konstruktif, dimana setiap individu dapat saling memberi respon berupa masukan dan tanggapan (Gafallo et al., 2022). Penggunaan simbol “like”, “komentar”, atau “share” pada konten video “Dame Un Grr” akan memberikan validasi kepada kreator konten. Hal ini sebagai respon sirkulasi yang positif dari adanya partisipasi pada sebuah trend fenomena budaya. Respon ini sekaligus sebagai penegasan bahwa partisipasi aktif mereka dihargai oleh publik. Partisipasi dalam tren “Dame Un Grr” dapat memberikan rasa memiliki menjadi bagian dari komunitas virtual yang besar serta mampu menumbuhkan semangat bahwa kreativitas individu dapat diterima dan memberikan dampak bagi sesama anggota komunitas yang lain. Sehingga menjadi semakin terlihat dan dikenal secara luas.

Viralitas “Dame Un Grr” menunjukkan bahwa partisipasi pengguna dalam mengikuti tren ini menjadi cerminan dari adanya budaya digital partisipatif yang kuat. Fenomena ini menunjukkan pergeseran dari pola konsumsi media tradisional yang cenderung pasif ke ranah digital yang serba aktif. Hal ini ditunjukkan dengan kemudahan dalam mengakses media

digital sehingga memungkinkan pengguna untuk tidak hanya mengonsumsi tetapi juga memproduksi dan mendistribusikan konten "Dame Un Grr" sesuai dengan kreativitas dan ekspresi seni masing-masing individu. Partisipasi ini juga tanpa sadar telah membentuk sebuah identitas kolektif yang saling terhubung di sebuah komunitas virtual serta menunjukkan kekuatan dalam menginterpretasikan makna pada lanskap media kontemporer.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa viralitas frasa "Dame Un Grr" tidak hanya sebatas popularitas sesaat, melainkan dapat mengindikasikan adanya lapisan makna yang lebih mendalam. *Background* "Dame Un Grr" telah menjadi penanda simbolik yang menginterpretasikan berbagai makna. Analisis semiotika Roland Barthes baik itu pada tingkat denotasi, konotasi, dan mitos dari adanya viralitas "Dame Un Grr" di media sosial menunjukkan bahwa viralitas tidak hanya seputar konten yang mudah untuk dicerna, tetapi juga tentang bagaimana konten-konten tersebut dapat memodifikasi makna-makna budaya yang sudah ada. Adanya fenomena ini telah membentuk sebuah budaya digital partisipatif dimana pengguna dapat mengekspresikan ide dan kreativitas dengan mudah melalui media sosial, mendorong keterbukaan dan diskusi, serta budaya digital partisipatif ini juga memfasilitasi umpan balik yang konstruktif. Hal ini sekaligus menjadi respon positif pada sebuah trend fenomena budaya pada lanskap media kontemporer.

## REFERENSI

- Adi Mulyana, D., Qonitah, A., & Ayu Salsabilla, S. (2024). Bentuk Budaya Partisipasi: Studi Deskriptif Kualitatif pada Fandom Bobotoh. *Comdent: Communication Student Journal*, 2(1), 120–137. <https://doi.org/10.24198/COMDENT.V2I1.51939>
- Asgawanti, E. D., Supiyanti, T. Yurmama, & F.N, A. B. (2025). Strategi Komunikasi Simbolik dalam Website Pembelajaran Bahasa Inggris: Kajian Semiotika Digital. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial dan Humaniora*, 9(2), 562–569. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i2>
- Azmi, K. (2025). Fenomena Viral di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi dan Pengaruhnya Terhadap Opini Publik. *Journal of Science and Social Research*, 8(2), 1814–1821. <https://doi.org/10.54314/JSSR.V8I2.2872>
- Cholifah Nurjanah, H., Purbani, W., & Bahasa Seni dan Budaya, F. (2024). Pesan Moral dalam Film Love is Not Enough: Analisis Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Audiens*, 5(3), 385–394. <https://doi.org/10.18196/JAS.V5I3.376>
- Fatimah Oktavianti. (2025). *Mengenal "Dame Un Grr", Lagu Viral dengan Beat Ganas dan Lirik Nyeleneh*. <https://ftnews.co.id/public/mengenal-dame-un-grr-lagu-viral-dengan-beat-ganas-dan-lirik-nyeleneh>
- Fauzan, M., Purwanto, E., Jupri, H. D. N., & Dewi, P. S. (2025). Media sebagai Agen Perubahan Komunitas di Era Teknologi Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 15–15. <https://doi.org/10.47134/JBKD.V2I4.4369>
- Gafallo, M. F. Y., Iriansyah, A., & Adiansyah. (2022). Budaya Partisipasi dan Resistensi Komunitas Keagamaan di Media Sosial. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 26(1), 17–30. <https://doi.org/10.17933/JSKM.2022.4902>
- Hasnah, U., Murny, Alwi, & kurniya, H. (2025). Ngonten Untuk Viral : Tinjauan Etika dan Dampak Sosial di Media Sosial Indonesia. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4(3), 4814–4819. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/2347>
- Hayatunlupus, S. M. (2025). Transformasi Komunikasi Masyarakat Modern Melalui Tiktok: Analisis Partisipatif Generasi Z. *Bashirah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(1), 94–106. <https://doi.org/10.51590/BASHIRAH.V6I1.1060>
- Idolina Simanjuntak, C., Khusnul Khotimah, Farah Faadilah Afza, N. A. R., & Radianto, D. O. (2024). Analisis Hubungan Penggunaan Sosial Media dengan Peran Mahasiswa di Masyarakat. *Journal Sains Student Research*, 2(3), 29–36. <https://doi.org/10.61722/JSSR.V2I3.1238>
- Ilham, A., Kamaruddin, S. A., Octamaya, A., & Awaru, T. (2025). Media Sosial sebagai Agen Sosialisasi Baru: Peluang dan Tantangan. *Journal Social Society*, 5(1), 56–64. <https://doi.org/10.54065/JSS.5.1.2025.613>
- Khoirun Nisa, Y. (2025). Analisis Semiotika terhadap Penggunaan Emoji dalam Komunikasi Daring oleh Remaja. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 2(2), 852–859. <https://doi.org/10.61722/JIRS.V2I2.5876>
- Lawrence Philip, B. A. M. . L. P. A. M. . (2025). Pengaruh Pemikiran Kreatif dalam Menciptakan Konten Viral : Studi Kasus pada Fenomena Digital yang Berkembang Pesat di Media Sosial. *Profilm Jurnal Ilmiah Ilmu Perfilman Dan Pertelevision*, 4(1), 14–37. <https://doi.org/10.56849/JPF.V4I1.71>
- Lexy J. Moleong. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT.Remaja Rosdakarya.
- Oratmangun, D., & Rusadi, U. (2023). Media Sosial sebagai Demokrasi Partisipatif yang Potensial. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(1), 491–495. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i1.2515>
- Purwanti, R. (2025). *Apa Itu Dame Un Grr yang Viral di TikTok? Maknanya Unik! | IDN Times*. Idn Times. <https://www.idntimes.com/life/education/apa-itu-dame-un-grr-q9t02-00-6sxf-wz0s11>
- Rahayu, A. (2025). Analisis Pertumbuhan Follower Media Sosial dalam Fase Viralitas: Pendekatan Model

- Ekspensial dan Logistik. *Venn: Journal of Sustainable Innovation on Education, Mathematics and Natural Sciences*, 4(2), 81–88. <https://doi.org/10.53696/VENN.V4I2.280>
- Rejeki, S. S. (2025). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Lirik Lagu "Berakhir di Aku" Karya Idgitaf. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 170–182. <https://doi.org/10.56799/JCEKI.V4I2.7424>
- Salsabila, A., & Anshori, I. (2025). Dampak Digitalisasi dan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial di Masyarakat. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(2), 1873–1880. <https://doi.org/10.54082/JUPIN.1059>
- Ulvia Nur Azizah. (2025). *Lirik Lagu Dame Un Grrr Fantomel x Kate Linn yang Viral, Ini Arti dan Maknanya*. <https://www.detik.com/jateng/budaya/d-7994255/lirik-lagu-dame-un-grrr-fantomel-x-kate-linn-yang-viral-ini-arti-dan-maknanya>
- Yunita Sari, N., Reta Kusumawijayanti, A., & Penulis, K. (2024). Peran Media Sosial dalam Fenomena Viralitas: Studi pada Akun Tik Tok @Bundacorlaofficials. *Perspektif Administrasi Publik Dan Hukum*, 1(3), 49–58. <https://doi.org/10.62383/perspektif.v1i3.37>

**Conflict of Interest Statement:** The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest. Copyright © Alfiana Yuniar Rahmawati, Chandra Arie Widiyoko. This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution](#)

[License \(CC BY\)](#). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.