

TIKTOK, IDENTITAS SOSIAL DAN STEREOTIP NEGATIF ETNIK MADURA DI KALANGAN GEN-Z

Nafila Purnamawati¹, Medhy Aginta Hidayat², Sri Wahyuningsih³

^{1,2}Program Studi Sosiologi, FISIB, Universitas Trunojoyo Madura

³Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIB, Universitas Trunojoyo Madura
nafilapurnamaw@gmail.com

Received: 21-10-2024 Revised : 22-11-2024 Accepted : 31-12-2024

ABSTRAK

Artikel ini mengkaji fenomena pembentukan dan penguatan stereotip negatif terhadap etnik Madura melalui TikTok di kalangan Generasi Z. Dengan menggunakan metode penelitian *mixed methods* dan pendekatan fenomenologi, penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan, dan Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara-mendalam dan kuesioner. Teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann menjadi kerangka analisis dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok berperan signifikan dalam membentuk dan memperkuat stereotip negatif terhadap etnik Madura di kalangan Generasi Z, seperti dalam konten-konten yang diproduksi oleh akun @FuadSasmitha dan @Boger_Bocor93meledak_Bum. Dari total 108 responden dalam penelitian ini, 73 responden atau 67,9% menyetujui pernyataan bahwa konten-konten TikTok saat ini menjadi sumber rujukan utama pembentukan dan penguatan citra dan stereotip negatif terhadap etnik Madura. Lebih jauh, hasil wawancara dengan 20 informan dalam penelitian ini menegaskan bahwa stereotip negatif terhadap etnik Madura turut mempengaruhi hubungan antaretnik, memperlebar jarak sosial, menumbuhkan bias, prasangka negatif dan diskriminasi terhadap kelompok etnik Madura. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa di kalangan Gen-Z TikTok bukan hanya sekadar pelantar (*platform*) hiburan, melainkan juga berperan sebagai media yang mempengaruhi konstruksi sosial negatif terhadap etnik tertentu, dengan implikasi pada pelemahan kohesi sosial dan hubungan antaretnik di dalam masyarakat.

Kata Kunci: Media Sosial, TikTok, Stereotip Etnik, Gen-Z, Madura

ABSTRACT

This article examines the phenomenon of the formation and reinforcement of negative stereotypes against the Madurese ethnic group through TikTok among Generation Z. Using mixed methods and a phenomenological approach, this research was conducted in Kamal District, Bangkalan Regency, and Lenteng District, Sumenep Regency. Data were collected through observation, in-depth interviews and questionnaires. The social construction theory of Peter L. Berger and Thomas Luckmann became the main analytical framework in this study. The results of this study show that TikTok plays a significant role in shaping and reinforcing negative stereotypes of ethnic Madurese among Generation Z, such as in the content produced by the accounts @FuadSasmitha and @Boger_Beak93meledak_Bum. Of the total 108 respondents in this study, 73 respondents or 67.9% agreed with the statement that TikTok content is currently the main source of reference for the formation of negative images and stereotypes of ethnic Madurese. Furthermore, the results of interviews with 20 informants in this study confirmed that negative stereotypes of the Madurese ethnic group also affect inter-ethnic relations, widen social distance, foster negative prejudice and discrimination against Madurese ethnic group. The findings of this study indicate that among Gen-Z TikTok is not just an entertainment platform, but also acts as a medium that influences negative social construction of certain ethnicities, with implications for weakening social cohesion and interethnic relations in society.

Keywords: Social Media, TikTok, Ethnic Stereotypes, Gen-Z, Madura

^{2,3} Universitas Trunojoyo Madura

medhy.hidayat@gmail.com, sri.w@trunojoyo.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi di era digital saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat (Syahrudin, 2020). Media sosial menjadi salah satu produk teknologi yang memfasilitasi interaksi sosial secara cepat dan luas. Salah satu pelantar (*platform*) media sosial paling populer di kalangan Generasi-Z saat ini adalah Tik Tok (Sandy, 2022). Tik Tok merupakan aplikasi berbasis audiovisual yang memungkinkan penyebaran berbagai kreativitas dan keunikan dari para penggunanya. Pelantar ini sangat digemari oleh berbagai kelompok usia, mulai dari generasi muda hingga generasi yang lebih tua. Melalui Tik Tok, perangkat ponsel dapat berfungsi sebagai studio portabel yang memungkinkan siapa saja untuk membuat konten video audio-visual dengan mudah, dilengkapi dengan berbagai efek yang menarik dan antarmuka yang ramah bagi para penggunanya (Andriyani, 2024). Kemajuan teknologi dan penerapan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) pada Tik Tok telah semakin mempermudah serta meningkatkan efektivitas pembuatan konten video, yang pada gilirannya telah meningkatkan kualitas konten-konten yang dihasilkan (Rezkiawaty, 2022).

Kehadiran Tik Tok saat ini telah menjadi fenomena tersendiri yang melahirkan berbagai dampak positif maupun negatif. Salah satu fenomena yang lahir dari penggunaan Tik Tok adalah pembentukan dan penguatan stereotip negatif terhadap beberapa etnik tertentu di Indonesia. Media sosial memainkan peran yang sangat signifikan dalam pembentukan stereotip negatif etnik dalam masyarakat. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa stereotip dapat menjadi salah satu hambatan utama dalam komunikasi antarbudaya karena melibatkan generalisasi terhadap individu yang tergabung dalam kelompok tertentu (Wahyudi, 2015). Stereotip ini sering kali dikaitkan dengan perbedaan suku, ras, etnik, golongan maupun agama. Stereotip sejatinya dapat bersifat positif maupun negatif, namun keduanya berpotensi merusak komunikasi antarbudaya (Wahyudi, 2015).

Pembentukan stereotip negatif pada etnik Madura, misalnya, kerap diperkuat oleh kemajuan teknologi dan penyebaran informasi melalui media sosial, yang memungkinkan persepsi negatif menyebar dengan cepat dan luas. Akibatnya, muncul berbagai stereotip negatif yang dilekatkan pada etnik Madura, seperti keras kepala, berperilaku kasar, kaku, ekspresif, temperamental, pendendam, norak, primitif, sulit diatur, agresif, kurang sopan, kurang berpendidikan, dan cenderung melakukan tindakan kekerasan. Ironisnya, stereotip negatif tersebut sering kali mendapatkan pembenaran ketika terjadi kasus-kasus kekerasan yang pelakunya adalah orang Madura. Dampak negatif dari perkembangan teknologi dan informasi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, telah mengonstruksi dan memperkuat gambaran negatif bahwa etnik Madura adalah kelompok etnik yang terbelakang dan primitif.

Penggambaran etnik yang stereotipikal dan negatif melalui media sosial ini dapat mempengaruhi persepsi kelompok etnik lain terhadap etnik Madura. Seseorang mungkin tidak pernah memiliki pengalaman berinteraksi langsung dengan kelompok etnik Madura, namun pandangannya mengenai

etnik Madura dapat terbentuk berdasarkan representasi keliru yang disajikan oleh media sosial, seperti TikTtok. Dengan kata lain, melalui penggambaran stereotipikal negatif di media sosial, seseorang dapat membangun persepsi serta pemahaman yang salah mengenai suatu etnik.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana media sosial, khususnya TikTtok, telah turut berperan dalam proses pembentukan dan penguatan stereotip negatif etnik Madura di kalangan Generasi-Z, serta menganalisis dampak-dampak penyematan stereotip negatif etnik tersebut di dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini penting dan urgent untuk dilakukan agar kita dapat memahami dan mengantisipasi lebih dini dampak-dampak penyematan stereotip negatif terhadap etnik tertentu di Indonesia yang dapat mengganggu hubungan antaretnik, memperlebar jarak sosial dan merusak inklusi sosial di Indonesia. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi para pemangku kepentingan (*stake-holders*) terkait upaya pengelolaan keberagaman, termasuk keberagaman etnik, dan upaya penguatan harmoni sosial di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran (*mixed-method*), yaitu pendekatan yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif dalam satu penelitian. Penggunaan metode campuran memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih lengkap, komprehensif, dan terpercaya. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan, ucapan, atau perilaku dari subjek yang diamati. Pada penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui berbagai sumber, seperti observasi dan wawancara (Sugiarto, 2015). Metode ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman secara lebih mendalam tentang pandangan dan pengalaman subjek yang menjadi fokus penelitian. Pengumpulan data kualitatif dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap 20 informan dari generasi Gen-Z, yang terdiri dari 10 informan yang berasal dari etnik Madura dan 10 informan adalah etnik non-Madura, dengan rentang usia 15 hingga 27 tahun.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan fenomenologi yang bertujuan untuk memahami pengalaman subjektif manusia secara mendalam dan menyeluruh dengan menggali perasaan, pemikiran, dan makna yang dimiliki oleh individu atau kelompok terkait dengan fenomena yang diteliti. Hal ini dilakukan dengan menggali pengalaman subjektif secara lebih eksploratif dan menyajikan narasi informan yang lebih kaya. Selain itu, wawancara mendalam tidak hanya akan mencakup pandangan informan, tetapi juga akan mengeksplorasi dimensi emosional, sosial, dan budaya yang memengaruhi pengalaman mereka terhadap stereotip negatif etnik Madura. Narasi informan diolah lebih terperinci, sehingga memberikan pemahaman mendalam tentang makna yang dirasakan oleh informan terkait fenomena yang diteliti (Miles, 1992).

Penelitian kuantitatif, di sisi lain, merupakan penelitian yang berbasis pada data numerik dan dapat diukur, serta menggunakan analisis statistik untuk memahami hubungan antar variabel yang diteliti (Denzin, 2010). Analisis tidak hanya deskriptif, tetapi juga akan mencakup analisis statistik inferensial untuk mengidentifikasi hubungan dan pola antarvariabel. Data yang dikumpulkan dari 108 responden melalui kuesioner dianalisis menggunakan metode statistik untuk memahami bagaimana konten TikTok telah memengaruhi stereotip etnik Madura secara signifikan. Hasil analisis statistik ini akan membantu memberikan pembuktian ilmiah terhadap temuan penelitian dan memperkuat validitas data. Penelitian kuantitatif ini mengandalkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, yang melibatkan 108 responden dari generasi Gen-Z. Dari seluruh responden tersebut, 26 responden berasal dari etnik Madura, dan 82 responden lainnya berasal dari etnik non-Madura. Responden dan informan dalam penelitian ini berasal dari dua kota yang berbeda, yakni Bangkalan dan Sumenep, untuk mewakili berbagai perspektif dari setiap daerah serta berbagai rentang usia, yang diharapkan dapat mencerminkan persepsi generasi Gen-Z secara lebih luas.

Penelitian ini juga menganalisis konten-konten media sosial TikTok yang dibagikan oleh dua buah akun TikTok, yakni @boger_bocor93meledak_bum dan @FuadSasmitha. Tujuan analisis konten TikTok adalah untuk memahami bagaimana stereotip negatif terhadap etnik Madura terbentuk melalui penyebaran konten-konten TikTok di kalangan Gen-Z di Madura kontemporer. Lokasi penelitian ini dilakukan di dua kabupaten di Madura, yakni Kabupaten Bangkalan dan Kabupaten Sumenep. Pemilihan dua lokasi tersebut didasarkan pada perbedaan sejarah, budaya, dan demografi yang diasumsikan dapat mempengaruhi pembentukan stereotip negatif etnik Madura di media sosial, khususnya TikTok. Dengan memilih dua lokasi yang berbeda ini, peneliti berharap dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh tayangan konten TikTok dalam proses pembentukan dan penguatan stereotip negatif etnik di Madura, mengingat adanya variasi pengalaman dan perspektif Gen-Z di kedua wilayah tersebut.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua cara, yaitu sumber data sekunder dan data primer (Denzin, 2010). Sumber data sekunder meliputi jurnal ilmiah, berita, dokumentasi, dan referensi lainnya, sementara sumber data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Penelitian ini menggunakan model wawancara semi-terstruktur, di mana peneliti terlebih dahulu menyusun daftar pertanyaan untuk diajukan kepada informan agar wawancara dapat berlangsung secara terarah dan lebih terfokus pada tujuan penelitian, namun tetap memberikan ruang untuk improvisasi sesuai dengan perkembangan wawancara.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahapan (Denzin, 2010). Tahap pertama adalah reduksi data, yang melibatkan proses merangkum dan memilih data yang tidak relevan untuk memfokuskan perhatian pada data yang penting dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti dalam proses

analisis. Tahap kedua adalah pemilahan data, di mana data dikelompokkan sesuai tema (*thematic analysis*) yang paling relevan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Tema-tema ini misalnya adalah pola penyebaran stereotip negatif, dampak konten Tik Tok, dan perbedaan pengalaman antaretnik. Setelah melakukan pemilahan data, peneliti melakukan triangulasi data dengan menggunakan triangulasi metode (kualitatif dan kuantitatif) serta triangulasi sumber (informan dari etnik dan kota yang berbeda) untuk memvalidasi temuan. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan, yang merupakan kegiatan memberikan makna terhadap data yang telah disajikan serta memberikan penjelasan interpretatif berdasarkan hasil analisis mengenai peran Tik Tok dalam proses pembentukan dan penguatan stereotip negatif etnik Madura di kalangan Gen-Z di Madura kontemporer.

KERANGKA TEORI

Stereotip Etnik

Identitas etnik, agama, relasi sosial, dan komunikasi merupakan aspek-aspek yang saling terkait dan sulit untuk dipisahkan satu sama lain. Perbedaan identitas etnik kerap memunculkan stereotip, prasangka, bahkan dapat menjadi sumber konflik kekerasan antar etnik, seperti yang pernah terjadi di Indonesia (Lampe, 2017). Stereotip didefinisikan sebagai proses generalisasi terhadap individu-individu yang berada dalam suatu kelompok atau etnik tertentu tanpa didasarkan pada informasi yang memadai, sehingga mengabaikan karakteristik individual dari setiap anggota kelompok tersebut. Stereotip semacam ini dapat mempersempit persepsi seseorang dan berpotensi menghambat komunikasi antar kelompok maupun antar etnik (Wahyudi, 2015). Istilah "*stereotyping*" berasal dari bahasa Inggris "*stereotype*" yang menggambarkan suatu proses mental di mana seseorang atau sekelompok orang menyimpulkan karakteristik kelompok tertentu berdasarkan asumsi umum yang dianggap merepresentasikan kelompok tersebut (Grigoryev, 2019).

Dengan demikian, stereotip etnik dapat dianggap sebagai proses kategorisasi terhadap suatu kelompok secara seragam, yang sering kali mengabaikan keberagaman individu di dalam kelompok tersebut. Pada umumnya, stereotip ini bersifat negatif. Sebagai contoh, etnik Madura sering kali menjadi korban stereotip negatif di Indonesia. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti interaksi antarkelompok yang terbatas, pola pengasuhan yang mengakar, ketimpangan relasi kuasa, serta tayangan media yang berulang dan cenderung memberikan citra negatif. Kondisi ini berdampak pada interaksi sosial, persepsi, dan proses pengambilan keputusan dalam masyarakat (Kuntjara E, 2020).

Stereotip negatif terhadap etnik Madura muncul dari berbagai sumber, termasuk pengalaman pribadi, pengaruh budaya, media sosial, dan interaksi dengan kelompok lain. Stereotip-stereotip negatif yang melekat pada etnik Madura mencakup citra sebagai kelompok yang kasar, kumuh, keras kepala, miskin, temperamental, agresif, mudah tersinggung, berpendidikan rendah, pendendam, primitif, suka mencuri, dan mudah melakukan tindak kekerasan. Beberapa penelitian terdahulu mengenai dimensi

sosial-budaya etnik Madura menunjukkan bahwa stereotip negatif ini telah ada sejak masa kolonial Belanda (Murdianto, 2019).

Dalam perspektif sosiologis, stereotip negatif terhadap etnik Madura terbentuk melalui pengalaman hidup yang mendalam, yang turut membentuk identitas individu dan memengaruhi cara pandang mereka terhadap dunia, cara berinteraksi, serta pengambilan keputusan (Hidayat, 2017; Hidayat & Suryandari, 2022). Selain itu, ketimpangan relasi kuasa antaretnik juga berperan penting dalam pembentukan stereotip ini. Ketidaksetaraan tersebut diperkuat melalui kontrol media, diskriminasi dalam struktur sosial, ketimpangan ekonomi, rendahnya akses pendidikan, serta pembentukan sikap superioritas dan inferioritas di antara kelompok-kelompok yang ada. Prasangka antaretnik juga berkontribusi terhadap terbentuknya stereotip negatif terhadap etnik Madura (Herlianto, 2019). Stereotip negatif terhadap suatu kelompok dapat menimbulkan kerugian serius bagi kelompok yang menjadi korban. Stereotip negatif dapat merusak kepercayaan diri individu, memicu prasangka negatif dari kelompok lain, memperparah polarisasi sosial, serta menimbulkan diskriminasi dalam ranah sosial, politik, ekonomi, dan budaya (Bessudnov, 2016).

Konstruksi Sosial atas Realitas

Teori yang dipergunakan dalam penelitian ini merujuk pada teori konstruksi sosial atas realitas yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, yang menawarkan pandangan mendalam mengenai bagaimana individu, kelompok atau masyarakat membentuk realitas sosial mereka. Berger dan Luckmann berargumen bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang ada secara objektif, melainkan merupakan hasil dari interaksi sosial yang berlangsung secara terus-menerus. Menurut keduanya, individu menciptakan makna realitas melalui pengalaman sehari-hari yang diartikulasikan dalam konteks sosial. Proses penciptaan realitas ini terdiri dari tiga tahap utama, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi (Arisandi, 2015).

Pertama, pada tahap eksternalisasi, individu mengekspresikan pikiran dan perasaan mereka ke dalam dunia sosial, menghasilkan ide-ide yang pada awalnya bersifat pribadi. Pada tahap eksternalisasi ini, pengguna TikTok dari Generasi Z, baik dari etnik Madura maupun non-Madura, mengekspresikan pandangan, ide, atau pengalaman pribadi mereka melalui konten-konten yang diunggah di pelantar TikTok. Eksternalisasi ini terlihat dalam berbagai konten video yang mencerminkan stereotip negatif tertentu, seperti penggunaan humor, komentar satir, atau representasi perilaku budaya yang sering kali memuat bias atau pandangan negatif terhadap etnik Madura. Proses ini merupakan bentuk artikulasi awal dari ekspresi pikiran individu-individu ke dalam dunia sosial digital.

Kemudian, pada tahap objektivasi, ide-ide pribadi individu berubah menjadi bagian dari realitas sosial yang dapat diakses dan dipahami oleh orang lain. Pada tahap objektivasi ini, ide-ide atau stereotip negatif yang diekspresikan melalui konten TikTok kemudian menjadi bagian dari realitas sosial yang

dapat diakses dan dipahami oleh pengguna TikTok yang lain. Melalui interaksi sosial dalam kolom komentar, fitur berbagi, atau algoritma TikTok yang mempromosikan konten video tertentu, stereotip ini menjadi "terobjektifikasi" sebagai sesuatu yang tampak nyata dan diterima oleh masyarakat luas. Misalnya, penggambaran negatif tentang etnik Madura yang diperkuat oleh popularitas konten tertentu dapat membentuk persepsi kolektif di kalangan pengguna TikTok.

Terakhir, pada tahap internalisasi, individu menyerap dan menginternalisasi realitas sosial yang telah terbentuk, membentuk pola pikir dan perilaku mereka (Arisandi, 2015). Pada tahap internalisasi, stereotip negatif yang telah terobjektifikasi kemudian diinternalisasi oleh Gen-Z, baik dari etnik Madura maupun non-Madura. Generasi Z Madura, misalnya, mungkin mulai mengidentifikasi dirinya sesuai dengan stereotip yang telah diterima luas, sementara Gen-Z non-Madura semakin kuat mengadopsi persepsi stereotipikal ini sebagai kebenaran tentang etnik Madura. Proses internalisasi ini memengaruhi pola pikir, sikap, dan interaksi sosial mereka, tidak hanya di dunia digital tetapi juga di dunia nyata.

Selanjutnya, Berger dan Luckmann juga menekankan pentingnya peran institusi atau lembaga dalam mengukuhkan konstruksi sosial realitas ini. Institusi atau lembaga seperti pendidikan, agama, ekonomi dan hukum memainkan peranan sentral dalam membentuk norma dan nilai yang mengarahkan perilaku individu (Arisandi, 2015). Kekuatan sosial ini mengatur cara individu memahami dan berinteraksi dengan dunia di sekitar mereka. Interaksi sosial dengan demikian menjadi fondasi dari proses pembentukan atau konstruksi sosial atas realitas, di mana individu, melalui peran sosial yang diambil, turut berkontribusi dalam penciptaan dan pemeliharaan struktur sosial.

Namun, Berger dan Luckmann juga mengajak individu untuk merefleksikan secara kritis konstruksi sosial yang ada. Keduanya menegaskan bahwa banyak norma dan nilai yang diterima secara umum tidak bersifat universal dan patut dipertanyakan. Teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann memberikan kerangka yang cukup komprehensif untuk memahami bagaimana realitas sosial dibentuk, diinternalisasi, dan dipertahankan, sembari menyoroti pentingnya refleksi kritis terhadap struktur sosial yang ada (Arisandi, 2015). Teori ini mendorong kita untuk menyadari bahwa realitas sosial merupakan hasil interaksi yang dinamis dan terus berkembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari para responden dan informan dalam penelitian ini, ditemukan bahwa TikTok memiliki peran signifikan dalam membentuk dan memperkuat stereotip negatif etnik Madura di kalangan Gen-Z kontemporer. Sebagian besar responden dan informan setuju bahwa TikTok merupakan pelantar yang efektif dalam penyebaran informasi serta penting bagi Generasi-Z dalam menyampaikan pandangan dan nilai-nilai identitas etnik. Selain itu, TikTok juga digunakan untuk membahas isu-isu penting dengan berbagai perspektif dan pengalaman dalam konteks budaya, perilaku, dan lain-lain.

Namun, penggunaan TikTok juga memiliki kelemahan, terutama terkait penyebaran informasi yang belum terverifikasi dan tidak jelas sumbernya. Penyebaran informasi yang tidak akurat ini dapat menyebabkan kesalahpahaman yang berujung pada pembentukan stereotip negatif terhadap etnik tertentu. Hal ini juga terjadi dalam kasus stereotip negatif terhadap etnik Madura yang muncul dari konten-konten TikTok yang belum terjamin keabsahan dan kebenarannya.

TikTok dan Stereotip Negatif Etnik Madura

TikTok adalah sebuah pelantar media sosial berbasis video musik yang dikembangkan di Tiongkok dan diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini memungkinkan penggunaannya untuk membuat dan membagikan video pendek dengan durasi yang bervariasi. Pada kuartal pertama tahun 2018, TikTok menjadi salah satu aplikasi paling populer di dunia dengan total unduhan sebanyak 458 juta kali, mengungguli pelantar lain seperti YouTube, WhatsApp, Facebook, dan Instagram (Handy 2020). Mayoritas pengguna TikTok adalah Generasi Z, yang dikenal sebagai kelompok usia yang intens menggunakan media sosial dalam keseharian mereka.

Di Indonesia, TikTok mengalami pertumbuhan pesat sejak 2017 dan menjadi salah satu pelantar yang paling diminati. TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga wadah bagi para penggunanya untuk mengekspresikan diri. Dengan beragam fitur seperti efek musik, stiker, dan gambar tiga dimensi, TikTok menawarkan kebebasan berkreasi bagi penggunanya (Yohana, 2020). Konten yang diunggah di pelantar ini dapat diproduksi kapan saja dan di mana saja, tanpa batasan topik yang ketat. Hal ini memungkinkan para kreator konten untuk mengunggah berbagai tema yang sesuai dengan preferensi mereka, meskipun terkadang tanpa mempertimbangkan dampak dari konten yang dibagikan. Oleh karena itu, meski TikTok memberikan kebebasan berekspresi, tidak sedikit konten yang akhirnya menimbulkan stereotip negatif terhadap kelompok-kelompok tertentu, seperti etnik Madura.

Etnik Madura adalah salah satu kelompok etnik dengan populasi terbesar di Indonesia (Azizah, 2023). Secara geografis, Pulau Madura terletak di sebelah utara Kota Surabaya dan dihubungkan oleh Jembatan Suramadu. Keterpisahan secara geografis ini kerap kali mengakibatkan kurangnya perhatian terhadap etnik Madura di ranah nasional, yang pada gilirannya memunculkan stereotip negatif seperti dianggap primitif, kasar, mudah tersinggung, keras kepala, dan sulit diatur. Selain itu, apabila terdapat konflik, masyarakat Madura sering kali diasosiasikan dengan tindakan kekerasan, yang dalam budaya lokal dikenal dengan istilah carok (Hidayat & Suryandari, 2022; Azizah, 2023).

Stereotip negatif terhadap etnik Madura tidak hanya berhenti pada karakterisasi sosial, tetapi juga mencakup atribut-atribut intelektual seperti dicap sebagai etnik yang "bodoh" atau "tidak berpendidikan." Stereotip negatif ini sering kali diperkuat melalui penggunaan bahasa yang merendahkan, serta representasi yang tidak akurat dalam wacana publik. Stereotip negatif tersebut juga dapat diperkuat oleh persepsi kognitif yang terbentuk melalui humor etnik, asumsi, serta pengetahuan

yang bersifat parsial (Surahmat, 2024). Kehadiran media sosial, seperti Tik Tok, dewasa ini berperan signifikan dalam penyebaran dan penguatan stereotip negatif tersebut, karena konten yang diproduksi dan didistribusikan sering kali bersifat viral dan mudah diakses oleh publik. Alhasil, stereotip negatif semakin meluas dan diterima sebagai kenyataan.

Tabel 1. Sumber Pengetahuan tentang Stereotip Negatif Etnik Madura

| Dari Mana/ Dari Siapa | Angka | Persen |
|--------------------------|------------|-------------|
| Orang Tua | 11 | 10,6% |
| Saudara | 8 | 7,41% |
| Temannya | 32 | 29,8% |
| Guru | 1 | 0,93% |
| Media Sosial | 55 | 51% |
| Televisi | 1 | 0,93% |
| Total | 108 | 100% |

Sumber: data kuesioner penelitian lapangan (2024)

Tabel 1 menunjukkan bahwa media sosial merupakan sumber utama pengetahuan terkait stereotip negatif terhadap etnik Madura. Sebanyak 51% responden dalam penelitian ini mengidentifikasi media sosial sebagai sumber informasi utama mereka. Dominasi media sosial dalam membentuk persepsi negatif ini telah mengindikasikan bahwa konten yang disebarkan melalui pelantar tersebut memiliki pengaruh signifikan dalam menciptakan dan memperkuat stereotip negatif. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses informasi di media sosial dan kemampuan konten untuk menyebar dengan cepat kepada audiens yang luas. Dengan demikian, media sosial memainkan peran penting dalam pembentukan stereotip negatif terhadap etnik Madura di kalangan masyarakat.

Selanjutnya, Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden (67,9%) dalam penelitian ini merasakan dampak negatif dari tayangan media sosial yang berkaitan dengan label negatif terhadap etnik Madura, yang berarti bahwa konten media sosial tersebut berkontribusi pada semakin memburuknya citra etnik tersebut. Hanya 3,7% responden yang berpendapat bahwa konten-konten media sosial justru memperbaiki citra etnik Madura, sementara 28,3% lainnya menilai dampaknya bersifat netral. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi positif antara frekuensi konsumsi konten Tik Tok dan tingkat internalisasi stereotip negatif di kalangan Gen-Z (Hidayat & Suryandari, 2022) . Dengan kata lain, semakin sering frekuensi pengguna Tik Tok melihat tayangan konten-konten video tentang stereotip negatif terhadap etnik Madura, maka semakin tinggi pula tingkat internalisasi yang memperkuat stereotip negatif tersebut. Konten-konten yang sering menampilkan stereotip negatif orang Madura, seperti keras kepala, berperilaku kasar, kaku, temperamental, pendendam, kampungan, sulit diatur, agresif, kurang sopan, kurang berpendidikan, dan cenderung mudah melakukan tindakan kekerasan, dapat memengaruhi persepsi individu tentang

citra negatif kelompok etnik Madura (Hidayat & Suryandari, 2022). Berbagai stereotip negatif ini pada gilirannya akan berdampak pada semakin sempitnya peluang sosial ekonomi etnik Madura di dunia kerja. Selain itu, berbagai stereotip negatif terhadap etnik Madura ini juga dapat memberikan dampak pada terciptanya ketegangan dalam hubungan antaretnik, menghalangi komunikasi antaretnik yang efektif dan kolaboratif, serta dapat memperkuat segregasi social di dalam masyarakat. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa konten-konten yang disajikan di media sosial, khususnya TikTok, memiliki dampak yang sangat merugikan dan semakin memperkuat stereotip negatif terhadap etnik Madura di masyarakat.

Tabel 2. Dampak Konten TikTok terhadap Stereotip Negatif Etnik Madura

| Dampak Media Sosial | Angka | Persen |
|--|------------|-------------|
| Buruk, memperburuk citra orang Madura | 73 | 67,9% |
| Netral, tidak memperburuk citra orang Madura | 31 | 28,3% |
| Baik, memperbaiki citra orang Madura | 4 | 3,70% |
| Total | 108 | 100% |

Sumber: data kuesioner penelitian lapangan (2024)

Dampak negatif tayangan konten di media sosial ini diperkuat oleh penuturan salah satu informan dalam penelitian ini, Ulya (20), yang berasal dari etnik Madura:

“Media sosial itu sangat mempengaruhi bertambahnya label negatif, soalnya *kan* sekarang semua orang main TikTok. Jadinya apa-apa itu ada di TikTok sehingga label itu terbentuk karena kejadian-kejadian yang memang benar-benar fakta, terus viral, akibat media sosial dan juga cerita dari orang ke orang. Semisal kita mendengar cerita dari orang itu *kan* kadang ada yang ditambahin atau dikurangin, sedikit banyak pasti seperti itu. Meskipun orang tersebut *nggak* niat buat nambah atau ngurangi cerita, tapi itu *kan* yang sering terjadi *kalo* kita mendengar cerita dari orang lain.”

Pernyataan dari informan tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki pengaruh signifikan dalam memperkuat stereotip negatif terhadap etnik Madura. Hal ini didorong oleh karakteristik pengguna TikTok yang berasal dari berbagai generasi serta kecepatan penyebaran informasi di pelantar tersebut, yang sering kali tidak terverifikasi dengan baik. Akibatnya, banyak pengguna TikTok yang langsung mempercayai informasi tersebut, sehingga stereotip negatif terhadap etnik Madura pun semakin menguat.

Lebih jauh, stereotip negatif ini tidak hanya muncul dari representasi yang tidak akurat, tetapi juga dipengaruhi oleh algoritma TikTok yang cenderung mempromosikan konten-konten sensasional. Algoritma tersebut mengabaikan kompleksitas budaya dan beragamnya identitas etnik Madura, yang pada akhirnya membentuk dan memperkuat persepsi negatif di kalangan pengguna TikTok. Pandangan ini sejalan dengan pernyataan informan Diva (21), yang berasal dari etnik Jawa:

“Kalau kataku *sib*, ya pasti nambah *sib* tapi kalau saya lihat tadi *kan* saya juga sering lihat komen-

komennya *tub* ya. Dari komen-komennya juga kayaknya sebelum atau tanpa adanya konten pun orang-orang juga pasti menilai kalo orang Madura itu negatif seperti itu, dan mungkin itu sudah refleksi dari kenyataan *gitu sib*. Orang-orang *kan* ya juga sudah tahu dan *ketambah* adanya parodi orang Madura itu. Jadi semakin orang-orang itu tambah yakin. Dari komentar-komentarnya juga itu meyakinkan, kebanyakan *sib* hampir 95% yakin parodi itu di wilayah Madura.”

Pernyataan informan tersebut menunjukkan bahwa stereotip negatif terhadap etnik Madura telah ada jauh sebelum kemunculan media sosial. Namun, kehadiran media sosial, salah satunya TikTok, telah semakin memperkuat keyakinan masyarakat akan stereotip negatif tersebut, yang dianggap sebagai kebenaran. Hal ini terlihat dari berbagai konten di TikTok yang memparodikan perilaku dan sifat negatif etnik Madura, serta diperkuat oleh banyaknya komentar pengguna TikTok yang mendukung representasi negatif tersebut.

Penayangan konten-konten yang memperkuat stereotip negatif terhadap etnik Madura memiliki implikasi signifikan, baik bagi individu orang Madura maupun bagi relasi antaretnik. Dampak tersebut mencakup dimensi sosial dan ekonomi. Secara ekonomi, stereotip negatif ini dapat memicu diskriminasi dalam dunia kerja, yang menghambat individu orang Madura untuk mendapatkan pekerjaan. Reputasi stereotipikal negatif yang melekat pada kelompok etnik Madura berkontribusi pada terbatasnya akses mereka terhadap peluang ekonomi. Sementara itu, secara sosial, dampak yang ditimbulkan meliputi lahirnya ketegangan dalam interaksi antaretnik dan krisis identitas yang dialami oleh individu etnik Madura (Hidayat & Suryandari, 2022). Dalam konteks ini, tekanan untuk menyembunyikan identitas etnik atau mengubah karakteristik etnik agar diterima oleh masyarakat luas dapat menciptakan beban psikologis yang signifikan.

Stereotip Negatif Etnik Madura dalam Konten TikTok @FuadSasmitha

Pada era modernisasi saat ini, konten video menjadi salah satu jenis konten yang sangat digemari oleh pengguna media sosial, khususnya di pelantar TikTok. Hal ini dikarenakan konten video dapat dinikmati oleh penonton ketika mereka mencari hiburan atau ingin menghilangkan rasa bosan. Selain itu, konten video juga berfungsi sebagai sarana promosi, media interaksi, serta dapat digunakan untuk memperkenalkan kekayaan budaya tertentu, termasuk budaya etnik Madura, kepada khalayak yang lebih luas. Penggunaan bahasa Madura, misalnya, tidak hanya terbatas pada komunikasi sehari-hari di lingkungan sekitar, tetapi juga diaplikasikan dalam pembuatan konten berbahasa Madura yang mengangkat tema kearifan lokal.

Saat ini, semakin banyak kreator konten yang mengusung ciri khas kedaerahannya yang menjadi viral di berbagai pelantar media sosial, terutama TikTok. Salah satu kreator konten yang memanfaatkan ciri khas kedaerahannya adalah akun @FuadSasmitha, yang dikelola oleh seorang kreator konten asal Madura. Kreator konten sendiri didefinisikan sebagai seseorang yang menciptakan konten menarik dan bermanfaat, baik berupa tulisan, video, gambar, maupun audio, yang mampu menginspirasi para

penontonnya (Azizah, 2023). Pulau Madura, yang kaya akan budaya dan tradisi, sering dijadikan topik konten-konten di TikTok karena mampu menawarkan daya tarik tersendiri, termasuk kekayaan budaya kuliner, seni tradisi dan kekayaan alam yang memikat perhatian publik. Karakteristik orang Madura yang ditampilkan melalui pilihan busana, perilaku, maupun sifat-sifatnya juga kerap diangkat sebagai topik pembuatan konten di TikTok (Hidayat & Suryandari, 2022).

Belakangan ini muncul kreator konten TikTok yang berasal dari Pulau Kangean, Madura, yang menarik perhatian publik, yaitu Fuad Andi Sasmitha, pemilik akun TikTok @FuadSasmitha. Ciri khas kontennya adalah wawancara-wawancara singkat yang diakhiri dengan pertanyaan unik, "*Meduro?*" (terj.: Madura?), yang diikuti dengan penggunaan tagar #Madurasis. Kebanyakan konten video yang diunggah oleh Fuad Sasmitha mengandung unsur parodi yang menampilkan perilaku anekdot orang Madura, seperti misalnya konten yang memperlihatkan interaksi di Surabaya Kota Tua dengan mengangkat tema tentang pencurian besi-besi yang ditengarai dilakukan oleh orang Madura. Selain itu, Fuad Sasmitha juga memparodikan kebiasaan dan karakteristik orang Madura di tanah perantauan. Temuan data penelitian ini menunjukkan bahwa konten-konten yang dibuat oleh Fuad Sasmitha ternyata turut memengaruhi persepsi para pengguna TikTok, sehingga menciptakan dan memperkuat stereotip negatif tentang etnik Madura. Hal ini seperti yang disampaikan oleh salah satu informan, Vitro (23), yang berasal dari etnik Jawa:

“Banyak konten yang memberi label negatif ke orang Madura. Sering lihat *sib*, yang terkenal itu *kan* Fuad Sasmitha. Itu *kan* ada yang tentang apa ya, memparodikan orang Madura, yang dibuat candaan. Secara tidak langsung itu menunjukkan label negatif *gitu*, karena yang membuat konten itu orang Madura. Apa ya, seperti stigma atau pandangan negatif orang tentang Madura. Contohnya itu seperti baut Suramadu hilang, besi di kota tua Surabaya hilang, pencurinya disebut orang Madura. Menurut saya itu akan memperjelas bahwa Madura seperti itu, di mata semua orang. Bahkan yang mengakui itu bukan hanya orang Jawa, tetapi juga orang Madura sendiri. Kalau dengan membuat konten seperti itu *kan* semakin memperlihatkan bahwa Madura itu memang *kayak* pencuri besi, atau begal, atau entah apalah yang jelek *gitu*.”

Pernyataan informan tersebut di atas menunjukkan bahwa konten yang diproduksi oleh @FuadSasmitha, yang memparodikan stereotip negatif etnik Madura, seperti pencurian besi atau benda berharga lainnya, berperan cukup signifikan dalam memperkuat pandangan negatif terhadap etnik Madura di kalangan pengguna media sosial, terutama TikTok. Dengan mengangkat tema pencurian yang dikaitkan dengan insiden nyata, seperti kasus hilangnya kursi-kursi besi di kota tua Surabaya, konten tersebut tidak hanya disajikan sebagai hiburan, tetapi juga niscaya dapat memperkuat stereotip negatif terhadap etnik Madura yang sebelumnya sudah ada (Hidayat & Suryandari, 2022). Hal ini diperkuat oleh pengakuan sejumlah informan dalam penelitian ini bahwa bukan hanya orang non-Madura, tetapi bahkan orang Madura sendiri turut mengakui dan menyebarkan stereotip negatif terhadap etnik Madura tersebut.

Dengan demikian, konten-konten TikTok semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi

juga secara tidak langsung telah turut berperan dalam menciptakan dan memperkuat citra negatif etnik Madura sebagai pelaku tindak kejahatan. Hal ini pada gilirannya dapat berdampak serius terhadap reputasi serta persepsi sosial terhadap komunitas etnik Madura, yang akan mempersulit upaya untuk memperbaiki integrasi sosial dengan etnik-etnik lainnya. Temuan ini juga didukung oleh pernyataan salah satu informan, Ibnar (21), seorang informan dari etnik Madura, yang menyatakan bahwa:

“Iya, banyak konten yang memberi label negatif ke orang Madura. Aku tahu kontennya Fuad Sasmitha. Kalo menurutku dari kontennya itu memang menjelek-jelekkan Madura. Nah itu yang melabel negatif *kan* orang Madura sendiri. Bukan hanya konten parodi seperti itu *aja* yang saya tahu, ada juga nyanyian, “*Orèng Madurâ kabanya'an lakar la gbè-oghè* (orang Madura kebanyakan kurang kerjaan, mengelana tanpa tujuan). Nah, dari nyanyian itu telah melabelkan perilaku negatif ke orang Madura.”

Pernyataan Ibnar tersebut di atas menggambarkan bagaimana konten-konten yang dibuat oleh @FuadSasmitha, meskipun dibuat oleh individu yang berasal dari etnik Madura sendiri, turut berkontribusi dalam menciptakan dan memperkuat stereotip negatif terhadap komunitas etnik Madura. Ibnar mencatat bahwa konten-konten tersebut secara eksplisit telah menjelek-jelekkan etnik Madura, dan dampaknya dirasakan luas oleh masyarakat. Ketika Fuad Sasmitha, sebagai bagian dari etnik Madura, memproduksi konten-konten yang menggambarkan perilaku negatif etnik Madura seperti perilaku "*gbe-oghè*" (kurang kerjaan), tanpa disadari ia justru telah memperkuat stereotip negatif yang sudah ada. Konten yang memparodikan perilaku negatif orang Madura, seperti misalnya kasus pencurian besi jembatan, sejatinya tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga memberikan legitimasi social terhadap pandangan negatif yang sebelumnya sudah ada. Meskipun menggunakan humor yang mungkin tidak berpotensi menyinggung, konten-konten tersebut tidak hanya memengaruhi pandangan orang luar terhadap etnik Madura, tetapi juga memberikan legitimasi pada pandangan negatif yang mungkin sudah terinternalisasi dalam komunitas etnik Madura itu sendiri (Hidayat & Suryandari, 2022). Penayangan konten-konten semacam ini dapat berdampak negatif pada relasi dan interaksi antaretnik, serta memicu krisis identitas individu etnik Madura. Akibatnya, hal ini dapat menimbulkan ketidakpuasan pribadi dan berkontribusi pada munculnya ketegangan sosial.

Lebih jauh, internalisasi stereotip negatif yang awalnya diterima melalui media sosial TikTok ini mengakibatkan individu dari etnik Madura mulai menerima dan mempercayai bahwa stereotip tersebut benar-benar mencerminkan identitas diri mereka. Pengulangan penayangan konten di media sosial yang memperkuat stereotip negatif ini juga semakin memperteguh keyakinan masyarakat luas akan kebenaran persepsi keliru tersebut (Hidayat & Suryandari, 2022). Siklus penayangan konten-konten stereotipikal di media sosial semacam ini pada akhirnya memiliki dampak jangka panjang yang dapat merugikan baik individu maupun kelompok etnik Madura.

Stereotip Negatif Etnik Madura dalam Konten TikTok @Boger_Bocor93meledak_Bum

Stereotip "*Jamet*" (awalnya berasal dari frase "Jawa Metal", yang kemudian berkembang luas menggambarkan perilaku norak, kampungan atau *ndeso*) terhadap etnik Madura sering kali muncul dalam konten-konten media sosial (Tiantini et al, 2023). Istilah "*Jamet*" biasanya merujuk pada individu yang berpenampilan mencolok, norak atau kampungan, seperti mengenakan celana jeans ketat, rambut lurus panjang, dan baju *oversize* (Maulana, 2022).

Temuan data penelitian ini menunjukkan bahwa konten-konten *Jamet* semacam ini berdampak cukup signifikan terhadap terbentuknya stereotip negatif etnik Madura. Stereotip negatif tersebut muncul dari ketidaktahuan dan generalisasi yang berlebihan di media sosial yang kerap menggambarkan budaya Madura secara dangkal (Hidayat & Suryandari, 2022). Hal ini berpotensi menimbulkan diskriminasi dan eksklusi sosial, serta memengaruhi cara masyarakat Madura berinteraksi dengan komunitas etnik lainnya.

Belakangan ini terdapat salah satu kreator konten dari Pulau Madura yang menarik perhatian publik yakni pemilik akun TikTok @Boger_Bocor93meledak_Bum. Ciri khas konten-konten yang dibuatnya adalah penampilan individu bernama Boger yang melakukan atraksi menari di atas barang-barang tertentu, seperti toples, termos, atau kotak-kotak lain dengan penampilan "*Jamet*" dan gerakan tari-tarian yang dinilai norak, kampungan atau *ndeso*. Kentalnya stereotip "*Jamet*" pada Boger juga terlihat dari kostum yang dikenakannya, seperti songkok hitam tinggi khas Madura, celana jeans ketat pendek, baju *oversize*, serta rambut panjang lurus dengan sedikit jambul di bagian depan. Dalam setiap unggahannya, Boger biasanya menggunakan *caption* seperti "*Olenk jinjit nyapsap roti asmara spike*", yang tidak cukup jelas maknanya, disertai tagar #Mledak, #Bumme, dan diiringi dengan lagu-lagu remix DJ yang identik dengan konten-kontennya.

Sejumlah informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa konten-konten yang dibuat oleh Boger turut berkontribusi besar terhadap pembentukan persepsi negatif pengguna TikTok terhadap etnik Madura, serta memperkuat stereotip negatif kampungan, norak, dan *ndeso* yang melekat pada frase "*Jamet*." Hal ini seperti disampaikan oleh Rafisa (20), seorang informan yang berasal dari etnik Madura:

"Iya saya tahu Madura dilabeli negatif seperti "*Jamet*" dari sosmed (media sosial). Contohnya kayak Boger ini yang dicap *Jamet*. Nah itu menjadikan orang melabel negatif pada orang Madura. Soalnya di sosmed itu banyak label negatif yang muncul. Bahkan dari orang Maduranya sendiri yang *upload* di sosmed. *Kan* ini menjadikan orang semakin yakin bahwa orang Madura memang seperti itu, "*Jamet*", kampungan, norak, *ndeso*."

Pernyataan informan di atas mengindikasikan adanya stereotip negatif yang berkembang terhadap etnik Madura, yang diperolehnya terutama melalui media sosial TikTok. Informan mengacu pada seorang individu bernama Boger yang dilabeli dengan stereotip "*Jamet*," sebuah istilah yang memiliki konotasi negatif dan merendahkan. Istilah ini sering digunakan untuk menggambarkan seseorang yang dianggap memiliki penampilan atau perilaku yang tidak pantas atau kampungan menurut standar sosial

tertentu. Pemberian label negatif “Jamet” ini tidak hanya memengaruhi pandangan terhadap Boger sebagai individu, tetapi juga berpotensi menciptakan dan memperkuat stereotip negatif yang lebih luas terhadap komunitas etnik Madura secara keseluruhan. Misalnya, pandangan bahwa orang Madura adalah "Jamet", "kampungan", atau "norak" ini dapat mendorong terjadinya praktik perundungan (*bullying*) di dunia pendidikan terhadap mereka yang berasal dari etnik Madura (Hidayat & Suryandari, 2022).

Sejumlah informan dalam penelitian ini juga menyatakan bahwa persepsi negatif terhadap etnik Madura ini juga diperkuat oleh konten-konten yang dibuat oleh individu dari etnik Madura sendiri. Hal ini mencerminkan fenomena *auto-stereotip* (atau *self-stereotyping*), di mana anggota komunitas tertentu cenderung merepresentasikan diri mereka sendiri sesuai dengan label atau stereotip yang telah ditetapkan oleh masyarakat luas (Hidayat & Suryandari, 2022). Sebagai akibatnya, muncul semacam siklus tak berujung yang semakin memperkuat stereotip negatif terhadap etnik Madura.

Pernyataan para informan ini kembali menekankan bahwa peran media sosial tidak hanya sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai arena di mana stereotip dan label sosial terbentuk, diperkuat, dan disebarluaskan. Media sosial, terutama TikTok, memiliki kemampuan untuk membentuk dan menyebarkan stereotip negatif yang menyesatkan. Stereotip negatif tersebut tidak hanya dapat memengaruhi individu per individu, tetapi juga dapat menciptakan prasangka negatif yang mengakar kuat dan luas terhadap komunitas-komunitas etnik tertentu.

Konstruksi Sosial Etnik Madura di Kalangan Gen-Z

Pemikiran tokoh sosiologi, Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, telah dikenal luas oleh publik. Salah satu karya keduanya yang terkenal adalah buku yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (1966). Dalam buku tersebut, Berger dan Luckmann menjelaskan bahwa realitas sosial merupakan manifestasi dari kesadaran individu-individu (Arisandi, 2015).

Berger dan Luckmann juga mengemukakan bahwa internalisasi adalah proses asimilasi nilai dan norma dalam kehidupan manusia. Proses ini berlangsung sepanjang hidup dan melibatkan sosialisasi baik dari keluarga (primer) maupun lingkungan sosial (sekunder). Internalisasi menciptakan hubungan sadar antara individu dan masyarakat, di mana tindakan individu dipengaruhi oleh kesadaran yang diperoleh melalui proses interaksi sosial. Tindakan tersebut juga mencakup bahasa yang membentuk perilaku seseorang berdasarkan apa yang didengar dan dilihat. Dalam mekanisme konstruksi sosial ini, individu terlibat sebagai pembentuk, pemelihara, dan pengubah struktur sosial dalam masyarakat.

Berger dan Luckmann berpendapat bahwa tatanan sosial merupakan ciptaan masyarakat yang berlangsung dalam jangka panjang dan merupakan keharusan antropologis yang berakar dari sifat biologis manusia. Struktur sosial berawal dari eksternalisasi, yaitu pengungkapan diri manusia secara berkesinambungan dalam dunia yang berkaitan dengan tindakan fisik dan mental. Tatanan sosial

terjadi berkat adanya kesepakatan bersama dari masyarakat sebagai realitas objektif (Arisandi, 2015). Proses pelembagaan dalam masyarakat dimulai dari eksternalisasi yang dilakukan secara berulang-ulang. Proses ini berlanjut hingga membentuk kebiasaan kolektif, yang pada gilirannya menghasilkan pengendapan dan tradisi yang diturunkan kepada generasi berikutnya melalui bahasa.

Sebagai bagian dari realitas objektif, masyarakat juga memiliki potensi keterlibatan dalam proses legitimasi. Objektivasi adalah upaya untuk memastikan bahwa suatu objek tidak sia-sia atau hilang. Legitimasi memberikan makna kognitif dan normatif, dan tidak hanya berkaitan dengan pemaparan objek, tetapi juga mencakup kuantitas yang terkandung di dalamnya. Dalam perspektif Berger dan Luckmann, realitas sosial terbentuk melalui interaksi yang menghasilkan makna bagi individu dan kelompok. Dalam konteks media sosial seperti TikTok, konstruksi sosial ini dapat menghasilkan stereotip negatif terhadap kelompok tertentu, termasuk etnik Madura, melalui beberapa proses.

Proses pertama adalah internalisasi, yaitu proses di mana individu mengadopsi pandangan dan nilai yang berlaku di masyarakat. Penyerapan stereotip negatif terjadi ketika para pengguna TikTok melihat konten-konten yang memperkuat pandangan negatif terhadap etnik Madura, seperti konten-konten yang dibuat oleh Fuad Sasmitha dan Boger yang menggambarkan label-label negatif terhadap etnik tersebut. Dari konten-konten ini, pengguna TikTok mulai menginternalisasi stereotip-stereotip negatif etnik Madura, sehingga menjadikan stereotip tersebut tampak sah dan bisa diterima. Melalui proses ini, etnik Madura mungkin merasa tertekan untuk menyesuaikan diri dengan persepsi yang ada, yang berpotensi memunculkan konflik identitas. Proses ini juga dapat mengubah cara mereka berinteraksi dalam kehidupan sosial sehari-hari, baik di masyarakat luas maupun di pelantar media sosial. Proses ini ditunjukkan oleh pernyataan Duvan (20), salah seorang informan dari etnik Madura:

“*Kalo* menurut saya, sebenarnya dulu orang Madura itu lebih sering dikenali dari fanatisme agamanya yang kuat. Madura itu NU, misalnya. Label-label negatif muncul dan semakin kuat ketika sudah mulai ada sosmed (media sosial). Dari sosmed ini mulai timbul-timbul hal-hal negatif tentang orang Madura yang selalu diangkat, dibicarakan, lalu viral. Orang akhirnya semakin percaya bahwa orang Madura memang *kayak* itu”.

Proses kedua dalam pembentukan realitas dalam teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann adalah eksternalisasi, di mana individu-individu mulai mengekspresikan dan membagikan nilai-nilai yang telah mereka terima dan internalisasi. Misalnya, pengguna TikTok kemudian sering turut serta membuat konten-konten yang menggambarkan etnik Madura secara negatif dengan memparodikan atau menampilkan tindakan-tindakan yang dianggap rendah. Video yang diunggah sering kali mendapatkan banyak *views* dan tanggapan dari masyarakat, yang akhirnya semakin menguatkan narasi stereotipikal negatif tentang etnik Madura yang telah ada sebelum munculnya TikTok. Interaksi melalui komentar dan fitur *live* TikTok juga memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan pandangan mereka tentang stereotip negatif etnik Madura. Hal ini seperti disampaikan oleh Zuhro (19), seorang informan dari etnik Madura yang menyatakan:

“Kebanyakan *sib* dari melihat *komen-komen* (komentar) di sosmed (media sosial). Pokoknya *komenan-komenan* dari orang luar Madura, misal *kayak* perkara melanggar lampu merah di Surabaya, pasti orang itu *nganggepnya* pasti ini orang Madura, seenaknya sendiri sampai jadi julukan: ini lampu merahnya orang Madura beda. Pokoknya orang Madura itu dinilai *rep-kareppah dhibik* (mau menang sendiri). Atau lagi orang Madura dikenal *Jamet*. Mngkin *kalo* dari *content creator* perlu membuat lebih banyak konten-konten positif soal orang Madura. Tapi *kalo* di TikTok itu *kayaknya* lebih banyak label negatifnya”.

Proses ketiga dalam pembentukan realitas sosial adalah objektivasi, yaitu proses konstruksi realitas sosial yang terlihat sebagai realitas objektif. Dalam tahap ini media sosial, misalnya TikTok, telah menormalisasikan stereotip-stereotip negatif etnik Madura melalui konten-konten yang muncul, sehingga stereotip tersebut dianggap sebagai fakta atau kenyataan yang sesungguhnya dan tidak perlu dipertanyakan. Akibatnya, masyarakat cenderung menerima pandangan tersebut tanpa kritik atau analisis mendalam terhadap realitas yang ditampilkan. Konten-konten media sosial yang ditayangkan secara terus-menerus juga sangat mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap etnik Madura, sehingga menjadikan stereotip negatif tersebut tampak sebagai kebenaran universal yang mengabaikan keberagaman dan kompleksitas budaya etnik Madura. Proses ini disampaikan pernyataan Nira (21), salah seorang informan dari etnik Jawa:

“Di TikTok itu ada *sib kayak* memparodikan perilaku orang Madura yang negatif *gitu loh*. Kayak kontennya Fuad Sasmitha yang mengatakan: “*Meduro?*”. Itu dia *kayak* memparodikan kursi-kursi besi-besi itu, hati-hati karena di sini wilayah Madura, dan ternyata memang *beneran* ada yang hilang. Nah, dari situ *kayak* saya itu jadi berpandangan bahwa, *oh beneran* ya orang Madura itu suka *nyuri* besi terus dijual”.

Ketiga proses pembentukan realitas ini, dalam konteks media sosial, terutama TikTok, sangat berkontribusi pada pembentukan dan penguatan stereotip negatif terhadap etnik Madura di kalangan Generasi-Z. Konten-konten negatif di TikTok tersebut pada akhirnya berdampak pada cara pandang masyarakat luas terhadap etnik Madura dan juga mempengaruhi bagaimana etnik Madura mengidentifikasi diri mereka sendiri. Meskipun stereotip negatif ini mungkin sudah ada jauh-jauh hari sebelum munculnya media sosial, namun kehadiran konten-konten negatif di media sosial, misalnya di TikTok, telah semakin memperkuat stereotip negatif ini dan semakin meyakinkan masyarakat luar Madura bahwa stereotip negatif terhadap etnik Madura ini adalah fakta.

SIMPULAN

Media sosial, dalam hal ini TikTok, memiliki peran penting dalam membentuk dan memperkuat stereotip negatif terhadap etnik Madura. Konten-konten negatif tentang etnik Madura yang dihasilkan oleh para kreator konten di pelantar TikTok, seperti Fuad Sasmitha dan Boger, sering kali menciptakan dan memperkuat stereotip negatif yang sudah ada sebelumnya terhadap etnik Madura. Dalam konten-konten tersebut, meskipun etnik Madura digambarkan melalui humor dan parodi, niscaya muncul

label-label negatif yang merugikan seperti suka mencuri, "Jamet," norak, kampungan, keras kepala, berperilaku kasar, kaku, temperamental, pendendam, sulit diatur, agresif, kurang sopan, kurang berpendidikan, dan cenderung mudah melakukan tindakan kekerasan.

Sejatinya, munculnya stereotip negatif ini tidak hanya berasal dari representasi yang tidak akurat terhadap kelompok etnik Madura, tetapi juga dipengaruhi oleh mekanisme algoritma TikTok yang cenderung mempromosikan konten-konten yang sensasional tentang etnik Madura, dengan mengabaikan nuansa dan kompleksitas budaya etnik Madura. Penelitian ini menunjukkan bahwa tayangan-tayangan media sosial, terutama di TikTok, telah menciptakan dan memperkuat stereotip yang berdampak negatif pada persepsi masyarakat luas terhadap etnik Madura, terutama di kalangan Generasi-Z yang saat ini sangat aktif di media sosial. Stereotip negatif ini berpotensi dapat menciptakan bias, prasangka negatif dan diskriminasi, melemahkan kohesi sosial, serta juga berdampak negatif secara sosial-ekonomi bagi komunitas etnik Madura.

Dalam konteks ini, menjadi penting untuk merepresentasikan eksistensi etnik Madura secara lebih adil, proporsional dan positif, melalui dialog dan pertemuan-pertemuan budaya secara konstruktif mengenai keberagaman etnik di pelantar media sosial termasuk TikTok. Upaya edukasi dan peningkatan kesadaran di kalangan pengguna media sosial juga sangat diperlukan untuk mengurangi munculnya stereotip negatif yang dapat merugikan etnik Madura. Akhirnya, peningkatan literasi media sosial serta promosi representasi positif terhadap berbagai etnik, tidak hanya etnik Madura, menjadi langkah strategis untuk mengurangi munculnya stereotip negatif di media sosial di masa depan. Diperlukan upaya proaktif dari para kreator konten, khususnya di kalangan Generasi-Z, untuk lebih bertanggung jawab dalam membuat konten yang dapat menyajikan pesan-pesan positif tentang keberagaman etnik di Indonesia melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. B. (2024). Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Sumber Informasi bagi Gen Z di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 2(2), 132–139. <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik/article/view/160>
- Andriyani, S. P. (2024). Pengaruh Tagline Gratis Ongkir dan Pengiriman Cepat terhadap Keputusan Pembeli di E-Commerce TikTok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 2(1), 134-143. <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik/article/view/69>
- Arisandi, H. (2015). *Buku Pintar Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi dari Klasik Sampai Modern*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Azizah, M. N., Hazin, M., & Mariyam, S. (2023). Analisis Komparatif Stereotip Budaya Madura oleh Etnik Jawa di Desa Jaddung Pamekasan. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 4(1), 1-11. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v4i1.7513>
- Bessudnov, A. (2016). Ethnic Hierarchy and Public Attitudes towards Immigrants in Russia. *European*

Sociological Review, 68(5), 567-580. <https://doi.org/10.1093/esr/jcw002>

- Bulele, Y. N. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 566-571. <https://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit/article/view/1463>
- Denzin, N. L. (2010). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fitrianti, A. E. (2021). Personal Branding Mahasiswa Ilmu Komunikasi USM Geri Da Pinto pada Akun Creator Tiktok @Omagaaakkk. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 10-21. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- Grigoryev, D. F. (2019). Mapping Ethnic Stereotypes and Their Antecedents in Russia: The Stereotype Content Model. *Frontiers in Psychology*, 10, 16-43. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01643>
- Herlianto, A. (2019). Dari Kolektor Besi Tua hingga Sosok Religius: Stereotip Orang Madura melalui Humor. *Jurnal Deskripsi Bahasa*, 2(2), 155-164. <https://doi.org/10.22146/db.v2i2.355>
- Hidayat, M. A. (2017). Ibadat, the Body and Identity: Islamic Rituals and the Construction of Muslim Identity. *The Journal of Socirty & Media*, 1(2), 1-18. <https://doi.org/10.26740/jsm.v1n2.p1-17>
- Hidayat, M. A., & Suryandari, N. (2022). Undoing Stereotypes: Counter-Stereotyping Strategy Based on the Madurese Cultural Identities. *Alfuad: Jurnal Sosial Keagamaan*, 6(1), 25-42. <http://dx.doi.org/10.31958/jsk.v6i1.4853>
- Kuntjara, H. C. (2020). Reassessing Chinese Indonesian Stereotypes: Two Decades after Reformasi. *South East Asia Research*, 28(2), 199-216. <https://doi.org/10.1080/0967828X.2020.172966>
- Lampe, I., & Anriani, H. B. (2017). Stereotip, Prasangka dan Dinamika Antaretnik. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 20(1), 20-23.
- Lucking, M. (2014). 'Arabness' as Social Capital in Madura. *Jurnal Islamika Indonesiana*, 1(2), 37-46. <https://doi.org/10.15575/isin.v1i2.1132>
- Manungsa, A. S. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Massa dalam Penyebaran Pesan Pembangunan Pertanian (Studi pada Kantor Badan Penyuluhan Pertanian (BPP) Kabupaten Konawe). *Journal of Social and Economics Research*, 5(1), 271-279. <https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>
- Maulana, D. U. (2022). *Analisis Resepsi Identitas Diri Remaja Asal Madura di Surabaya terhadap Video Jamet Kuproy di Tik Tok (Studi Deskriptif Kualitatif Video Jamet Tik Tok di Aplikasi Tiktok)*. Disertasi. UPN Veteran Jawa Timur. <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/8392>
- Miles, M. B., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Murdianto, M. (2019). Stereotip, Prasangka dan Resistensinya (Studi Kasus pada Etnis Madura dan Tionghoa di Indonesia). *Qalamuna: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*, 10(2), 137-160. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3559267>
- Nandy. (2022). *Manfaat Media Sosial untuk Kehidupan Sehari-Hari*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. DIY Yogyakarta: Deepublish.
- Surahmat, I. D. (2024). Cultural Violence in Indonesian Ethic Humor: A Critical Discourse Analysis. *Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Pengajarannya*, 52(1), 54-57. <https://citeus.um.ac.id/jbs/vol52/iss1/4/>

- Syahruddin. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Mahasiswa. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 308-315. <https://doi.org/10.31947/kareba.vi.10368>
- Tiantini, W., Khusyairi, J., Afdholi, N., & Puspita, Y. M. (2023). Jamet Stereotyping in Jedag-Jedug Music: An Analysis of Jedag-Jedug Music Stereotype. *Jurnal Seni Musik*, 12(2), 198-209. <https://doi.org/10.15294/jsm.v12i2.75278>
- Utami, R. G. (2022). Why Gen-Z in Kendari Crave Horror Youtube Content? *Proceedings of International Conference on Communication Science*, 2(1), 937-941. <https://doi.org/10.29303/iccsproceeding.v2i1.141>
- Wahyudi, M. (2015). *Madura: Masyarakat, Budaya, Media, dan Politik*. Bangkalan: Puskakom Publik.
- Wijaya, M., & Mashud, M. (2020). Konsumsi Media Sosial bagi Kalangan Pelajar: Studi pada Hiperrealitas TikTok. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(2), 170-191. <https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>