

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan pada bidang teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang pesat terutama di Indonesia. Perkembangan ini membuka babak baru di lingkungan masyarakat terlebih pada bidang media komunikasi (Siregar & Nasution, 2023). Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, maka *New media* hadir di dalam perkembangannya. *New media* lebih merujuk kepada media baru dalam menyampaikan informasi pada khalayak, seperti menggunakan media sosial (Mukti & Asriadi, 2023).

Salah satu contohnya media sosial adalah TikTok. TikTok merupakan aplikasi media sosial berbentuk video pendek. Aplikasi TikTok adalah salah satu media sosial yang memberikan ruang kepada para penggunanya untuk bisa berekspresi serta berkreatifitas melalui konten-konten yang berbentuk video. Platform ini merupakan media sosial yang memiliki keunggulan tersendiri untuk menarik para penggunanya, banyaknya fitur-fitur seperti filter, template, efek visual, pilihan musik, *sound effect*, *stitch*, *repost* dan lainnya, TikTok ini juga konsisten meng*upgrade* dan memperbanyak fitur-fitur pada platform mereka, menjadikan aplikasi TikTok ini semakin memiliki banyak pengguna (Ramadhan et al., 2021).

Aplikasi TikTok merupakan media sosial yang memiliki algoritma yang unik dan berbeda dengan media sosial yang lain. Ketika media sosial umumnya menggunakan algoritma personalisasi, TikTok menambahkan algoritma viralitas. TikTok juga dirancang sebagai media sosial yang memiliki struktur lebih mudah dengan fitur *For Your Page* (FYP). Dengan algoritma dan fitur TikTok tersebut, para pengguna TikTok akan mendapatkan rekomendasi dan akses diluar dari konten yang menjadi preferensi pribadinya dan hal ini menjadi medium paling efektif untuk membentuk opini dan mencetuskan dialog publik terhadap sebuah isu (Anaqhi et al., 2023). Isu-isu yang sering dibuat dalam konten TikTok yang akhirnya muncul di FYP adalah isu-isu yang sedang menjadi perbincangan di dalam masyarakat, umumnya isu tersebut adalah isu tentang politik, hukum, agama sosial dan budaya.

Disamping konten hiburan yang cukup *massif* di TikTok, banyak juga konten membahas soal edukasi, politik, agama, dan sosial budaya (Putri & Sulistyanto, 2020). Konten tentang budaya juga banyak ada di TikTok. Terlihat pada video yang menggunakan hastag budaya ada lebih dari 258 ribu postingan, hastag suku dengan 50 ribu lebih postingan, serta hastag hastag seperti adat, tradisi, yang bisa mencapai lebih dari 200 ribu postingan. Postingan video TikTok tersebut banyak berisi tentang kebudayaan dari suku dan masyarakatnya, mitos yang dipercayai, tradisinya, fakta tentang sukunya, serta masih banyak yang lainnya. Dengan hal ini pastinya memberikan dampak positif bagi eksistensi dan populernya ragam budaya di Indonesia. Adanya konten ini juga dapat memperkenalkan kebudayaan suku suku di Indonesia kepada masyarakat dengan latar belakang suku yang berbeda.

Konten yang dibagikan di media sosial dapat dilihat oleh banyak orang, sehingga semua orang bisa membentuk persepsinya masing masing dan memberikan tanggapan lewat komentar yang ada di platform media sosial terutama TikTok. Konten di TikTok juga tidak luput dari komentar negatif dan komentar yang kontra (Laily et al., 2023). Kebudayaan yang disajikan dalam sebuah media membawa stereotipe yang dilabelkan terhadap kebudayaan tersebut dan seringkali sebuah konten menjadi penguat dari stereotipe yang dilabelkan oleh masyarakat lain terhadap suatu suku. Maka sebuah media sosial dalam sebuah kontennya yang membahas tentang suku dengan atribut atribut stereotipe akan ramai diperbincangkan di media sosial, terutama konten tentang budaya dan kesukuan di media sosial TikTok.

Banyak konten tentang kebudayaan dan kesukuan di media sosial TikTok, salah satunya adalah konten tentang suku Madura. Suku Madura sendiri cukup sering dibahas di media sosial TikTok, hal ini terlihat pada hastag #madura adalah hastag dengan paling banyak video TikToknya jika dibandingkan dengan suku lain dengan *keyword* hastag yang sama. Suku Madura memiliki jumlah postingan terbanyak di TikTok dengan 1,9 juta video mengalahkan hastag suku lain seperti #jawa, #batak, #minang dan lainnya.

Tabel 1.1 Identifikasi jumlah viewers dari hastag suku

No.	Hastag #suku di TikTok	Jumlah Pengguna
1.	Madura	1.9 juta postingan
2.	Batak	1.5 juta postingan
3..	Minang	1.4 juta postingan
4.	Sunda	1,1 juta postingan
5.	Jawa	997,5 ribu postingan
6.	Betawi	89,0 ribu postingan
7.	Baduy	28.5 ribu postingan

Sumber: Data Olahan Peneliti (2025)

Konten tentang Madura dengan jumlah hampir mencapai 2 juta video tentunya beberapa membawa narasi kontra atau bahkan negatif. Salah satu akun yang sering FYP dengan membahas tentang suku Madura adalah konten dari *conten creator* asli Madura, yaitu konten dari akun @fuadsasmita. Fuad sasmita sendiri merupakan stand up komedian yang berasal dari Madura, di kabupaten Sumenep tepatnya pada Kangean. Fuad sasmita sering membagikan konten tentang Madura yang dikemas dengan komedi karena latar belakangnya yang merupakan *stand up comedian*.

Dalam platform TikTok, Fuad Sasmita memang bukan satu satunya konten kreator yang membahas masyarakat madura dengan konten humor, komedi atau parodi. Banyak konten kreator dari suku Madura yang membuat konten serupa, namun konten konten yang dimiliki Fuad memiliki ciri khas tersendiri, yaitu pada segmen konten tanya jawab dengan orang Madura dengan pertanyaan *medhuro* (J. et al., 2023). Selain itu Fuad sasmita juga memiliki 250 ribu followers di TikTok dengan jumlah like sebanyak 20 juta lebih. Angka tersebut merupakan angka yang tinggi dibandingkan dengan akun akun lain yang memiliki konten yang serupa dengan konten di akun @fuadsasmita seperti konten di akun @rudisuryaa dan @hari_otongg.

Akun @fuadsasmita juga cukup konsisten dalam membuat konten tentang suku Madura. Meski dalam akun TikToknya fuad sasmita juga membahas hal lain selain tentang suku Madura seperti, tentang sepakbola, tentang politik, tentang *entertainment*,

dan membahas isu-isu yang sedang viral di TikTok serta video endorse lainnya, namun ia tetap menyelipkan hal yang berhubungan dengan suku Madura diluar konten konten yang spesifik membahas tentang Madura. Fuad di akun TikTiknya juga aktif menjalin komunikasi dengan audiensnya, hal itu terlihat dari jumlah interaksi dan viewer konten Fuad terutama konten yang membahas tentang stereotipe suku Madura, konten tersebut dapat memiliki jumlah *viewers*, *like*, hingga komen yang banyak jumlahnya mencapai ribuan hingga jutaan untuk satu video TikTok. Konten yang dibuat di akun tersebut juga kebanyakan membawa narasi hingga membahas hal tentang stereotipe suku Madura. Dalam hal ini kontennya banyak berisi tentang ciri khas berpakaian orang Madura, tipe tipe masyarakat Madura, pekerjaan orang orang Madura, ciri khas orang Madura dan lainnya (Mashud & Fahad, 2024). Dalam membuat konten tentang Madura Fuad sasmita juga sering melakukan *collab* dengan *content creator* lainnya, sebagai pelengkap dari konten-konten di akunnya.

Konten pada akunnya @fuadsasmita berkaitan tentang masyarakat Madura itu sendiri. Mulai dari pribadi masyarakatnya, kehidupan masyarakatnya hingga keunikan sukunya. Namun konten yang dibuat Fuad Sasmita, juga membawa stereotipe di dalamnya, seperti kontennya yang memparodikan orang Madura sebagai pasukan rombeng atau orang Madura sebagai pencuri besi di Surabaya, membahas dan memparodikan tentang berita kriminalitas yang melibatkan orang Madura atau yang diduga dilakukan oleh orang Madura. Hal ini menyebabkan banyak komentar negatif tentang suku Madura terutama masyarakatnya yang ditujukan kepada kolom komentar TikTok fuad sasmita. Komentar yang ditulis seperti komentar sinisme, komentar satir, komentar sarkas, menjadikan bahan olok-olokan, komentar menyindir, komentar menghina hingga melakukan rasisme kepada masyarakat Madura (Annisa et al., 2022).

Tindakan tersebut tentunya menambah kesan negatif tentang masyarakat suku Madura, dimana netizen TikTok menganggap bahwa karakter orang Madura adalah seperti apa yang tersaji dalam konten konten Fuad Sasmita, yang pada kenyataanya konten Fuad Sasmita membahas stereotipe suku Madura. Apalagi Fuad sasmita yang ia sendiri memiliki latar belakang suku Madura, dan dalam membuat kontennya sering menggunakan latar tempat di Surabaya, terutama di Surabaya utara atau tempat-tempat

dengan banyak perantau dari Madura seolah memberikan validasi kepada *audience* TikTok terhadap stereotype suku Madura yang negatif. Hal seperti itu tentu saja mengundang reaksi negatif masyarakat yang diluapkan dalam komentar komentar di akunnya, selain itu ada juga komentar tentang konten tersebut kadang juga berisi pembenaran atas perilaku tersebut, yang dilakukan oleh oknum masyarakat Madura yang merantau di Surabaya (Sholeh, 2020). Akibat konten yang dibuatnya, netizen media sosial TikTok yang semula tidak tahu tentang bagaimana masyarakat suku Madura, mereka seolah mendapatkan informasi dari akun TikTok @fuadsasmita dan mulai menaganggap bahwa semua masyarakat Madura, memiliki ciri dan karakteristik yang sama dengan yang ada di konten pada akun @fuadsasmita. Mereka menganggap konten Fuad Sasmita tentang stereotype suku madura tersebut adalah sebuah sifat suku Madura secara general.

Konten tersebut membuat citra masyarakat Suku Madura direpresentasikan buruk di media sosial TikTok dalam konten di akun @fuadsasmita. Suku Madura digambarkan seperti apa yang ada di video TikTok@fuadsasmita dengan berbagai stereotype buruknya seperti pencuri, perombeng, maling besi dan lainnya. Hal ini terkait dengan representasi tentang kesukuan serta kebudayaan di Madura. Representasi dalam hal budaya biasanya merepresentasikan hal hal terkait nilai-nilai, norma, tradisi dan identitas suatu budaya, lalu budaya yang direpresentasikan ini membentuk sebuah realitas sosial dan membentuk pandangan masyarakat terkait isu budaya.

Representasi menurut Stuart Hall adalah tentang bagaimana pemahaman makna dibentuk lalu disampaikan lewat berbagai media media dan praktik praktik komunikasi dalam masyarakat. Dalam Prosesnya Hall menjelaskan bahwa representasi melibatkan pengodean, di mana ada tindakan memilih, mengedit, dan mengemas makna tertentu dalam simbol dan tanda-tanda. *“The meaning is constructed by the system of representation. It is constructed and fixed by the code, which sets up the correlation between our conceptual system and our language system such”* (Sholichah et al., 2023). Masyarakat akan melakukan proses penafsiran dimana mereka akan memberikan makna pada representasi berdasarkan konteks sosial, pengalaman, dan budaya mereka.

Sama halnya seperti suku Madura dalam media sosial TikTok, dimana identitas budaya suku Madura disampaikan lewat sebuah konten di TikTok, lalu dalam media tersebut melewati proses pengeditan dan pengodean sehingga netizen di media sosial TikTok membuat proses penafsiran berdasarkan konteks sosial yang tersaji di media sosial. Peran media juga ikut andil dalam membentuk sebuah representasi. Sebuah media menciptakan dan mempengaruhi representasi itu sendiri. Media memiliki kekuatan untuk memilih, mengedit, dan menyajikan cerita, gambar, dan narasi yang membangun realitas tertentu. Namun dalam teori ini juga menekankan bahwa masyarakat menginterpretasikan representasi dengan mengenali asumsi atau apa saja yang terkandung di dalamnya secara kritis (Hermayanthi, 2021).

Telah banyak penelitian yang menggunakan teori representasi Stuart Hall untuk memahami makna atau pesan yang ingin disampaikan, meskipun menggunakan subjek dan objek penelitian yang berbeda. Menurut Hall representasi melibatkan sebuah tanda atau simbol yang memerlukan pengodean, pengemasan dan pengeditan untuk menemukan makna yang ada di dalamnya. Beberapa peneliti juga menggabungkan teori representasi oleh Hall dengan semiotika Roland Barthes sebagai metode dalam menganalisis tanda dan mengonstruksikannya sebagai sebuah representasi. Dapat dilihat dari penelitian Salma Safira Salsabila, dkk (2020) berjudul “Representasi Stereotip Etnis Tionghoa dalam Iklan Bukalapak Edisi Imlek” yang menjelaskan mengenai penggambaran stereotipe etnis tionghoa yang dikaitkan dengan kegiatan jual beli dalam iklan aplikasi bukalapak edisi imlek. Ada pula pada penelitian Indra Tjahyadi & Ahmad Faishal (2021) tentang “Representasi Madura Dalam Pertunjukan Seni Tari Sila Karya Hari Ghulur”, di dalam penelitian tersebut hal hal yang berkaitan dengan masyarakat madura seperti sikap dan falsafah hidup direpresentasikan dalam setiap gerakan-gerakan dalam tari.

Kemudian ada penelitian tentang “Representasi Perempuan Pada Tayangan Video dalam Media Sosial TikTok” oleh Imam Mukti & Muhammad Asriadi (2023). Penelitian ini menjelaskan tentang penggambaran perempuan di video video TikTok yang mengarah pada representasi negatif yang mana menjadikan perempuan sebagai objek seksual.

Selanjutnya hal yang ingin diteliti oleh penulis adalah konten yang dibuat oleh fuad sasmita pada akunnya @fuadsasmita. Hal yang melatarbelakangi penulis memilih objek penelitian ini karena konten konten TikTok Fuad Sasmita banyak membahas tentang stereotipe suku madura, seolah membawa narasi mendiskreditkan suku Madura, yang membuat masyarakat Madura mendapatkan pandangan buruk dari netizen di media sosial TikTok. Ini membuat suku Madura direpresentasikan buruk di media sosial TikTok. Seperti yang tergambar pada konten konten di akun @fuadsasmita bahwa orang orang dari suku Madura direpresentasikan sebagai orang yang egois di daerah perantauan, berbuat tindakan kriminal seperti mencuri, mengambil atau melanggar hak orang lain. Selain itu konten tentang kesukuan, sosial dan budaya yang dijadikan konten dan dikemas dengan drama ataupun komedi menjadi tayangan yang laku di platform TikTok ini.

Oleh karenanya penelitian ini dapat dikatakan mengambil posisi dan mengisi celah di antara penelitian sebelumnya yang belum pernah meneliti tentang kesukuan terutama representasi stereotipe sebuah suku dalam sebuah platform media sosial TikTok. Penggunaan Teori Representasi Stuart Hall menjadi suatu hal penting dalam penelitian ini sekaligus penggunaan konsep semiotika Roland Barthes untuk menganalisis tanda dan mengonstruksinya menjadi sebuah pesan. Dengan menggabungkan keduanya peneliti ingin meneliti tentang bagaimana suku Madura direpresentasikan di media sosial TikTok lewat konten-konten di akun @fuadsasmita.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana representasi narasi negatif stereotipe suku madura pada media sosial TikTok ditinjau pada akun @fuadsasmita?.

1.3. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi narasi negatif stereotipe suku madura pada media sosial TikTok ditinjau pada akun @fuadsasmita.

1.4. Manfaat penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan rujukan bagi peneliti yang hendak meneliti bahasan atau topik yang sama dengan penelitian ini.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan para pembaca.
- c. Sebagai bentuk pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan serta masukan kepada *content creator* di TikTok tentang representasi di media sosial TikTok.
- b. penelitian ini diharapkan dapat membawa khalayak berpikir lebih kritis terhadap sebuah konten tentang suatu suku atau budaya di media sosial.