

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Habitus adalah suatu struktur mental yang menghubungkan seseorang dengan dunia sosialnya (Ritzer, 2012). Dalam dunia sosial individu tidak terlepas dari suatu interaksi dalam ruang sosial guna memenuhi syarat dalam penerimaan sosial. Selain itu, habitus juga dijadikan sebagai suatu struktur mental yang digunakan individu dalam menghadapi kehidupan sosial. Habitus sendiri dibayangkan menjadi suatu struktur sosial yang terinternalisasikan dan terwujudkan. Habitus identitas ini merupakan suatu bentuk perilaku, kebiasaan, dan cara pandang seseorang dalam menampilkan dirinya di ruang digital yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial, budaya, dan juga pengalaman hidupnya.

Dalam kehidupan sosial, identitas seseorang maupun kelompok tidak terbentuk secara instan. Melainkan melalui suatu proses panjang yang dipengaruhi oleh lingkungan, pengalaman, struktur dan juga interaksi antarsesama. Pembentukan habitus identitas individu atau kelompok terjadi melalui sosialisasi dalam berbagai ranah kehidupan, seperti keluarga, pendidikan, komunitas, dan juga media sosial. Faktor dalam setiap ranah tersebut, telah menjadikan individu memandang dirinya sendiri serta bagaimana mereka bisa diakui oleh orang lain dalam kehidupan masyarakat luas. Dalam memahami konsep habitus ini, kita dapat melihat identitas seseorang dari pilihan individu, melainkan suatu hasil dari dinamika sosial yang lebih luas.

Sebagai contohnya, sejak kecil Rina tumbuh dalam lingkungan yang memiliki kepedulian terhadap alam hingga membentuk kebiasaannya memilah sampah dan juga menanam pohon. Ketika kuliah, ia semakin terlibat dalam gerakan lingkungan, berinteraksi dengan aktivis, membaca buku, dan juga menghadiri seminar tentang perubahan iklim hingga semakin menguatkan identitasnya. Karena kebiasaan tersebut, ia internalisasikan dalam dirinya hingga terbawa pada kehidupan sosial digitalnya. Dalam media sosial, ia aktif membagikan data, opini, dan aksi terkait lingkungan digital dalam suatu komunitas. Hal ini diperkuat dengan adanya interaksi dalam dunia digital yang membentuk suatu kebiasaan digital. Sehingga

habitus terbentuk dari pengalaman hidup dan juga lingkungan sosial yang membentuk cara berfikir serta berperilaku dalam dunia digitalnya.

Dari pernyataan di atas, dapat dikatakan bahwa habitus menjadi suatu struktur sosial yang diinternalisasikan sehingga menjadi suatu kebiasaan yang terus diwujudkan. Habitus muncul berasal dari ciptaan kehidupan kolektif atau dari suatu kebiasaan yang berlangsung dalam periode sejarah yang relatif panjang. Habitus menghasilkan juga dihasilkan oleh kehidupan sosial. Menurut Bourdieu, habitus semata-mata hanya mengusulkan suatu yang sebaiknya dipikirkan individu juga apa yang sebaiknya mereka pilih untuk dilakukan (Ritzer, 2003). Seperti halnya makan, minum, bertindak, berbicara, dan lainnya. Oleh karena itu, habitus adalah hasil dari keterampilan yang telah menjadi suatu kebiasaan hingga kemudian diterjemahkan menjadi kemampuan alamiah dan berkembang dalam lingkungan sosial tertentu. Habitus akan menghasilkan perbedaan gaya hidup juga praktik kehidupan yang telah diperoleh dari pengalaman individu dalam berinteraksi.

Di sisi lain, Bourdieu telah menjabarkan bahwa identitas sosial terbentuk dalam ranah sosial melalui habitus. Skema persepsi dan juga tindakan individu telah dikonstruksikan melalui pengalaman dan interaksi sosial. Habitus adalah struktur mental yang berhubungan dengan dunia sosial (Ritzer, 2012). Individu tidak akan terlepas dari interaksi juga ruang sosial guna memenuhi syarat dalam penerimaan sosial. Seseorang juga pasti memiliki suatu modal dalam memenuhi interaksi di ruang sosialnya dengan orang lain. Tidak hanya itu, habitus juga diartikan sebagai suatu struktur sosial yang dianut individu dalam menjalani kehidupan sosialnya. Habitus ini merupakan suatu kebiasaan yang telah diinternalisasikan hingga menjadi suatu kebiasaan yang terus diwujudkan oleh individu diluar alam sadarnya (Ritzer, 2003). Oleh karena itu, habitus tidak hanya beroperasi dalam ranah interaksi sosial secara langsung, tetapi juga berperan dalam membentuk cara individu menampilkan, menegosiasikan, serta merepresentasikan identitas dirinya ketika memasuki ruang sosial digital yang sarat dengan simbol, mekanisme penilaian, dan relasi kuasa. Pada dasarnya dalam konteks media sosial TikTok, pengguna TikTok dari etnik Madura dapat memproduksi atau mengosiasikan identitas dirinya melalui konten-konten yang mereka buat. Mereka menampilkan diri dengan

mengkonfirmasi stereotip yang sudah ada, ataupun membentuk narasi tandingan guna melawan stigma yang melekat dalam etnik mereka, khususnya pada dirinya sendiri (Haryanto, 2020).

Penelitian ini menggunakan konsep utama dalam teori Pierre Bourdieu, yaitu habitus, modal (*capital*) dan ranah, dalam konteks media sosial TikTok. Konsep habitus menjadi pijakan utama untuk menganalisis bagaimana pengguna TikTok dari etnik Madura menginternalisasi pengalaman sosial dan budaya mereka dalam produksi konten, secara tidak disadari telah membentuk cara mereka merepresentasikan identitas diri. Sementara itu, ranah merujuk pada lingkungan sosial dalam TikTok sebagai ruang atau tempat identitas dikonstruksi, dinegosiasikan, atau bahkan dilawan melalui interaksi dengan pengguna lainnya. Penelitian ini juga menggunakan konsep modal sebagai konsep penting dalam memahami dinamika sosial di ruang digital. Penggunaan konsep modal ini dinilai sangat penting, karena dalam ruang digital akan terjadi distribusi modal, baik dari modal ekonomi, modal sosial, modal budaya, juga modal simbolik. Melalui landasan tersebut, penelitian ini tidak hanya memandang media sosial sebagai ruang netral, tetapi lebih jauh menitikberatkan pada peran habitus individu dan dinamika ranah dalam mempengaruhi representasi identitas sosial pengguna TikTok dari etnik Madura. Mengingat dalam konteks digital, habitus tidak hanya terbentuk melalui pengalaman secara langsung, melainkan melalui interaksi di ruang digital. Media sosial telah memberikan peluang bagi individu guna membentuk, mengonstruksi, dan juga mendistribusikan identitas mereka yang lebih luas dan melampaui batas geografis dan juga budaya.

Media sosial merupakan suatu program perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun kelompok guna saling bertemu, berinteraksi, berbagi, juga bekerja sama dalam penyelesaian konflik tertentu (Gaol, 2021). Hadirnya media sosial ini, telah memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan juga menciptakan berbagai video konten dalam dunia digital. Perkembangan teknologi komunikasi saat ini telah memiliki manfaat dalam kehidupan masyarakat yaitu mempermudah interaksi seseorang dengan sesama dalam jarak jauh (Fadhila, 2023). Tidak hanya itu, teknologi ini juga mempermudah dalam hal transaksi

apapun yang dilakukan secara online dan juga pengenalan budaya satu dengan yang lainnya dalam kehidupan masyarakat. Hal ini telah mempermudah masyarakat secara luas dalam beraktivitas secara efektif dan efisien.

Media sosial juga menjadi suatu ruang penting dalam pembentukan identitas dan juga representasi sosial kelompok etnik di Indonesia. Banyaknya sarana media sosial yang ada, TikTok menjadi salah satu sarana media sosial yang paling populer yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, namun juga sebagai wadah bagi berbagai wacana sosial. TikTok adalah media sosial yang telah menawarkan banyak fitur menarik sehingga memungkinkan pengguna dapat membuat dan mengunggah video-video pendek atau konten-konten dengan memanfaatkan musik yang telah tersedia, hingga muncul profesi baru dari perkembangan teknologi komunikasi ini adalah sebagai seorang *content creator* (Sintauli, 2021).

TikTok menjadi suatu media sosial yang sangat digemari oleh generasi Z. Media sosial ini, telah menawarkan fitur-fitur yang telah menghibur dan juga memberikan kesan yang menarik bagi siapapun penggunanya (Adawiyah, 2020). Hal itulah yang menjadikan TikTok sangat populer dikalangan remaja di seluruh dunia, karena dalam media sosial ini telah menyediakan banyak fitur menarik yang mampu menghibur penggunanya. Oleh karena itu, baik pengguna maupun penonton konten tidak akan merasa bosan dalam menggunakan media sosial tersebut.

Pengguna media sosial TikTok ini sangatlah beragam, mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Namun, pengguna media sosial TikTok yang paling banyak adalah generasi Z. Suatu generasi yang lahir di mana perangkat digital sudah hadir dengan perkembangannya yang sangat pesat. Akibatnya, mereka sangat akrab dan tidak bisa dipisahkan dengan perkembangan teknologi, terutama dengan media sosial. Generasi Z (Gen-Z) merupakan generasi kelahiran 1997 sampai 2012 (Deriyanto, 2018). Gen-Z ini menjadi generasi pengguna media sosial yang paling aktif, karena sering kali membagikan kegiatannya maupun pengalaman mereka secara alami melalui media sosial. Adanya identitas yang beragam dan bersifat global, telah memberi pengaruh pada budaya dan juga sikap masyarakat secara luas. Satu hal yang sangat terlihat dari fenomena tersebut adalah generasi Z mampu memanfaatkan perkembangan teknologi dalam semua aspek kehidupan mereka.

Generasi Z telah menggunakan teknologi diluar alam sadar yang digunakan layaknya mereka bernafas (Deriyanto, 2018).

Generasi Z juga disebut sebagai generasi internet. Generasi Z ini juga masuk dalam tingkat usia remaja yang berumur belasan tahun. Generasi yang berada pada masa di antara anak-anak dan juga dewasa (Setiada, 2011). Remaja merupakan tingkat di mana manusia tumbuh menjadi dewasa (Setiada, 2011). Oleh sebab itu, pada fase inilah peranan keluarga, masyarakat dan juga lingkungan berperan sangat penting dalam proses perkembangan menuju dewasa. Generasi Z ini berbeda dengan generasi milenial. Generasi Z sedari kecil telah mengenal teknologi dan juga internet, bisa dikatakan sebagai generasi yang haus akan teknologi. Oleh karena itu, dikenal dengan sebutan generasi digital yang tumbuh dan juga berkembang dengan ketergantungan pada teknologi juga berbagai macam alat teknologi seiring dengan perkembangan zaman (Stillman, 2018).

Media sosial TikTok telah digemari oleh generasi Z karena karakteristik media yang dianggap lebih maju dibandingkan dengan media sosial lainnya. Dalam penggunaan TikTok, generasi Z akan mampu menjelaskan identitas dirinya masing-masing. Proses di mana individu menjadi seseorang yang unik dalam peran hidupnya (Papalia, 2018). Setiap individu akan mengekspresikan dirinya melalui media sosial TikTok. Hadirnya media sosial ini telah merubah pola pikir generasi Z yang memasuki usia remaja. Sebagai generasi yang produktif dalam dunia digital dengan memanfaatkan teknologi dengan baik, akan menjadi suatu gagasan atau terobosan bagi generasi muda di Indonesia. Sebaliknya, akan menjadi mala petaka apabila kurang bijak dalam menggunakan media sosial (Yurliana, 2022).

Hadirnya media sosial TikTok ini telah menjadi fenomena tersendiri yang juga diiringi dengan adanya dampak positif dan juga negatif. TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi suatu wadah dari berbagai wacana sosial. Salah satunya yaitu dalam pembentukan stereotip yang juga dipengaruhi oleh pembentukan identitas sosial individu. Media sosial ini telah berperan secara signifikan dalam proses pembentukan identitas individu di masyarakat. Hal ini telah dibuktikan dengan adanya sejumlah penelitian yang menunjukkan bahwasannya stereotipe ini sering kali menghambat dalam komunikasi antarbudaya karena

terlibatnya individu dalam generalisasi dalam suatu kelompok tertentu (Wahyudi, 2015). Stereotip atau identitas individu yang terbentuk sering kali dihubungkan dengan perbedaan ras, etnis, suku, golongan, dan juga agama. Sejatinya identitas etnik dalam dunia digital ini dapat bersifat positif dan juga negatif. Sifat keduanya tersebut sama-sama berpotensi dalam merusak komunikasi antarbudaya (Wahyudi, 2015).

Identitas etnik Madura dalam ruang digital mengalami konstruksi yang kompleks, terutama melalui media sosial seperti TikTok. Seiring dengan perkembangan teknologi dan penyebaran informasi yang masif, identitas etnik Madura sering kali direpresentasikan melalui stereotip yang telah melekat dalam persepsi publik (Wahyudi, 2015). Stereotip tersebut dapat bersifat negatif, seperti anggapan bahwa orang Madura keras kepala, kasar, pendendam, temperamental, jamet, primitif, hingga memiliki kecenderungan untuk melakukan tindakan kekerasan seperti carok atau tindak kriminal lainnya (Purnamawati, 2024). Representasi ini sering kali diperkuat melalui berbagai konten digital, baik dalam bentuk humor, sindiran, maupun ujaran kebencian yang tersebar luas di media sosial.

Sarana digital seperti TikTok juga memberikan ruang bagi masyarakat Madura untuk merepresentasikan identitas mereka secara mandiri. Melalui konten yang mereka buat, etnik Madura dapat menegosiasikan dan menampilkan identitas budaya mereka, baik dengan mengonfirmasi, menolak, atau bahkan merekonstruksi stereotip yang telah melekat. Dalam konteks ini, Pierre Bourdieu menjelaskan bahwa identitas dalam ruang sosial terbentuk melalui habitus, di mana individu atau kelompok merespons kondisi sosial tertentu dengan strategi yang memungkinkan mereka untuk mempertahankan atau mengubah posisi sosial mereka (Krisdinanto, 2014). Oleh karena itu, masyarakat Madura di ruang digital tidak hanya berperan sebagai objek stereotipe, namun sebagai subjek yang mampu membentuk narasi baru tentang identitas mereka.

Interaksi di media sosial juga memperlihatkan adanya dualitas dalam pembentukan identitas digital etnik Madura. Di satu sisi, stereotip yang tersebar luas dapat semakin memperkuat prasangka dan diskriminasi (Fadhila, 2023). Sementara

di sudut yang lain, media sosial telah memberikan ruang bagi individu Madura untuk membangun komunitas dan menampilkan identitas budaya mereka secara positif. Studi yang dilakukan oleh Rahmawati, (2021) menunjukkan bahwa individu dari kelompok yang sering distigmatisasi mampu memanfaatkan media sosial untuk memperkuat dalam solidaritas kelompok dan menampilkan sisi lain dari identitas mereka yang tidak terjangkau oleh media arus utama.

Dari penjelasan diatas, ruang digital tidak hanya menjadi tempat penyebaran stereotip, tetapi juga arena untuk negosiasi identitas etnik Madura. Dalam proses ini, individu dan kelompok Madura memiliki kesempatan untuk menegosiasikan kembali makna identitas mereka dalam menghadapi berbagai bentuk representasi yang muncul di dunia digital.

Berdasarkan literatur dan juga hasil studi pendahuluan yang telah dijelaskan, peneliti tertarik guna mengkaji permasalahan ini melalui sebuah penelitian ilmiah dengan judul **“Representasi Stereotip Etnik Madura di Tiktok: Perspektif Mahasiswa Gen-Z di Universitas Trunodjoyo Madura”**. Penelitian ini dilaksanakan guna menggali informasi lebih dalam mengenai media sosial TikTok membentuk habitus stereotipe Madura melalui dinamika interaksi di ruang digital dalam perspektif mahasiswa Gen-Z Universitas Trunodjoyo Madura, juga menggali dinamika identitas etnik Madura.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan berfokus pada bagaimana konstruksi habitus stereotipe Madura di TikTok melalui dinamika interaksi di ruang digital baik dari etnik madura maupun kelompok lain. Dilakukannya Penelitian ini, dengan harapan akan mampu memberikan wawasan lebih lanjut mengenai bagaimana media sosial TikTok berperan dalam membentuk ulang juga sebagai ranah perlawanan terhadap stereotip etnik dalam masyarakat Indonesia, khususnya bagi etnik Madura.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah. “Bagaimana proses representasi stereotip Etnik Madura di media sosial TikTok melalui dinamika interaksi di ruang digital dalam perspektif mahasiswa Gen-Z di Universitas Trunodjoyo Madura ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana stereotip Etnik Madura direpresentasi dalam media sosial TikTok melalui dinamika interaksi di ruang digital dalam perspektif mahasiswa Gen-Z di Universitas Trunodjoyo Madura.

1. 4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dalam memahami Representasi Stereotip Etnik Madura di media sosial TikTok dalam perspektif mahasiswa Gen-Z Universitas Trunodjoyo Madura.

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian akademik mengenai konstruksi habitus identitas etnik maupun stereotype di ruang digital, khususnya dalam konteks etnik Madura di TikTok. Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam studi sosiologi, terutama dalam penerapan *theory of practice* Pierre Bourdieu untuk memahami bagaimana stereotype dikonstruksi, dinegosiasikan, dan direproduksi di platform media sosial. Penelitian ini juga berkontribusi dalam kajian mengenai dinamika identitas sosial juga stereotype serta pengaruh algoritma digital terhadap representasi budaya dan etnisitas di era digital.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan akan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana stereotype Madura dikonstruksi dan ditampilkan di TikTok, serta bagaimana interaksi digital membentuk pola ekspresi budaya di media sosial. Hasil dari penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar upaya memperkuat literasi digital, khususnya dalam memahami representasi identitas etnik juga stereotype di ruang digital. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan tambahan wawasan bagi berbagai pemangku kepentingan akademisi, kreator konten, praktisi media sosial, serta pembuat kebijakan dalam menyusun strategi yang mendukung keberagaman budaya, inklusivitas, dan penguatan identitas lokal di era digital.