

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial menjadi salah satu hasil dari perkembangan teknologi yang sangat pesat. Hadirnya media sosial semakin mempermudah manusia untuk mendapatkan informasi karena jangkauannya yang sangat luas. Selain itu, kemudahan tersebut juga didukung oleh format media sosial yang memungkinkan untuk melakukan komunikasi dua arah. Komunikasi tersebut dapat terjadi dalam berbagai lingkup konteks sosial, ekonomi, hingga budaya.

Sebagai sebuah negara yang kaya dengan budaya, kondisi sosial budaya di Indonesia menjadi topik yang sering menjadi perbincangan termasuk di media sosial. Dengan kemampuan jangkauannya yang luas, media sosial dapat dengan mudah mempertemukan antar pengguna yang berasal dari berbagai latar belakang kehidupan. Perbedaan latar belakang tersebut tidak jarang menimbulkan perbedaan sudut pandang dalam komunikasi yang terjadi, salah satunya seperti pada media sosial Instagram. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana wacana yang dibangun mengenai stereotip etnis Madura melalui komentar-komentar yang terdapat pada konten kasus gudang jagal sepeda motor di Nganjuk yang diduga dijadikan sebagai penadah kendaraan hasil pencurian. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena masih maraknya

kasus generalisme negatif terhadap suatu budaya atau etnis yang ada di Indonesia secara sepihak tanpa bukti yang kuat.

Terdapat fenomena menarik yang muncul ketika sebuah konten di media sosial tidak menjadi sumber makna satu-satunya. Pada era digital seperti saat ini, kolom komentar dalam sebuah unggahan telah menjadi ruang diskursus baru yang menjadikan audiens dapat memproduksi hingga menyebarluaskan stereotip tertentu terhadap sebuah kelompok atau etnis.

Beberapa waktu lalu tepatnya pada bulan Februari 2026 publik khususnya daerah Jawa Timur dihebohkan dengan terbongkarnya bengkel milik seorang warga di Nganjuk, Jawa Timur yang diduga menjadi gudang penadah sepeda motor hasil pencurian. Operasi penggerebekan tersebut dilakukan oleh Polrestabes Surabaya dan Polres Nganjuk sebagai hasil dari pengembangan kasus penipuan dan penggelapan motor yang ditangani Polsek Karangpilang, Surabaya.

Gambar 1. 1 Pemberitaan Kasus Bengkel Penadah Kendaraan di Nganjuk



(Sumber: Google, 2026)

Dalam waktu singkat, peristiwa tersebut menjadi bahan unggahan konten oleh berbagai media di internet dan menjadi perbincangan di kalangan masyarakat, tidak terkecuali *netizen*. Media-media tersebut

memberitakan bagaimana kronologi penggerebekan dan motif pelaku dalam melakukan aksinya. Berdasarkan hasil penyelidikan, pihak kepolisian menemukan bahwa aksi tersebut telah dilakukan oleh pelaku selama 2 tahun dan telah membongkar sekitar 360 sepeda motor. Pelaku diduga membeli kendaraan hasil tindak kejahatan untuk selanjutnya dibongkar dan dijual. Hasil pembongkaran tersebut kemudian dijual pelaku melalui *platform online*. Selama penggerebekan, pihak kepolisian berhasil menemukan beberapa rangka motor yang telah dibongkar dan surat-surat penting seperti STNK dan BPKB. Berdasarkan pengakuan warga, mereka tidak merasa curiga karena pelaku memang membuka usaha bengkel di rumahnya dan menjual onderdil kendaraan secara *online*. Mereka baru sadar ketika dilakukan penggerebekan oleh pihak kepolisian.

Gambar 1. 2 Interaksi Netizen pada Konten yang Membahas Kasus Bengkel Penadah Kendaraan di Nganjuk



(Sumber: Instagram @luthfie.daily, 2026)

Unggahan konten tentang peristiwa pembongkaran sepeda motor tersebut mengundang banyak respon dari *netizen* di media sosial. Banyak dari mereka mengapresiasi tindakan yang dilakukan oleh pihak kepolisian,

ada pula yang merespon menyayangkan sikap warga yang seolah tidak mawas diri dan tidak menghiraukan aktivitas mencurigakan yang dilakukan pelaku. Namun, diantara respon-respon tersebut, terdapat respon lain dari *netizen* yang mengarah pada pelabelan atau stereotip sebuah etnis dalam peristiwa ini. banyak *netizen* yang berspekulasi bahwa aktivitas bongkar dan jual kendaraan tersebut merupakan aktivitas yang diinisiasi oleh orang dari etnis Madura. Hal tersebut menjadi menarik untuk diteliti lebih dalam karena respon yang diberikan *netizen* berada di luar konteks konten. Mayoritas media yang memberitakan peristiwa tersebut berfokus pada kronologi kejadian dan motif dibalik aksi pelaku.

Interaksi yang terjadi dalam konten tersebut memperkuat dugaan bahwa stereotip negatif yang merujuk kepada etnis Madura telah merambah ke dunia digital. Kolom komentar dalam unggahan di media sosial saat ini bukan hanya menjadi ruang diskusi, namun juga menjadi ruang produksi stereotip terhadap suatu kelompok atau etnis pada konteks peristiwa tertentu. *Netizen* secara partisipatif melakukan pelabelan dan mengaitkan peristiwa-peristiwa kriminal dengan masyarakat dari etnis Madura. Hal tersebut menunjukkan adanya sebuah prasangka yang sudah mengakar kuat dalam kehidupan sosial masyarakat.

Seiring berjalannya waktu, stereotip bukan hanya sekedar menjadi prasangka, namun akan dinormalisasi sebagai sebuah diskriminasi terhadap kelompok marginal oleh kelompok dominan. Pemberian stereotip akan menimbulkan hambatan komunikasi sehingga terdapat kesulitan dalam

memahami dan menerima perbedaan dari suatu kelompok yang berbeda (Zhukova et al. dalam Ramadani et al., 2024). Fenomena seperti ini sangat memungkinkan untuk terjadi di semua tempat terutama di lingkungan multi etnis (Medvedovska & Pashchenko dalam Ramadani et al., 2024). Pada era digital seperti saat ini, stereotip terhadap suatu kelompok sangat mungkin untuk meluas hingga ke media sosial. Terlebih lagi karakteristik media sosial yang berorientasi pada komunikasi dua arah sehingga semakin melegitimasi stereotip tersebut di ruang digital.

Media sosial merupakan salah satu hasil mutakhir dari berkembangnya era digital yang memungkinkan terjadinya komunikasi aktif atau secara dua arah. Secara harfiah, media sosial merupakan sebuah *platform* berbasis internet dimana penggunanya dapat berpartisipasi secara langsung dalam bentuk konten seperti tulisan, foto, video, hingga suara di dunia maya (Nasrullah dalam Qadir, 2016). Adapun, media sosial merupakan medium komunikasi yang berguna sebagai wadah dalam berinteraksi, menyebarkan informasi, hingga kolaborasi yang berbasis jaringan (Sobur dalam Qadir, 2016). Media sosial merupakan sebuah sarana yang dapat memperluas jangkauan informasi karena penggunanya memiliki kendali penuh (Bungin dalam Qadir, 2016).

Sebagai sebuah *platform* yang berorientasi pada kekuasaan pengguna, media sosial turut berpartisipasi dalam produksi hingga distribusi wacana dari setiap informasi yang dibagikan. Dalam pembahasan media sosial, wacana pada umumnya berbentuk wacana tulis berupa teks yang

mengandung makna utuh. Menurut Rohana & Syamsuddin (2015) dalam bukunya yang berjudul “Analisis Wacana” teks dapat dikategorikan sebagai wacana apabila mengandung topik, kohesi dan koherensi, tujuan, teks ko- teks dan konteks. Syarat atau ciri-ciri tersebut saat ini dapat ditemukan di media sosial khususnya di akun yang berfokus untuk membagikan informasi.

Wacana dalam lingkup media sosial bisa lebih masif dibandingkan dengan media konvensional. Hal tersebut terjadi karena sifat media sosial yang interaktif di mana audiens bisa sekaligus menjadi produsen informasi tanpa adanya hierarki yang terstruktur. Pada akhirnya wacana tersebut memengaruhi bagaimana respon audiens hingga membentuk opini. Syarif (2017) menjelaskan bahwa opini publik terlahir dari pesan yang disampaikan komunikator sehingga menimbulkan diskusi oleh komunikan sebelum akhirnya pesan dapat dimaknai. Pesan tersebut dapat dimaknai oleh komunikan sebagai sesuatu yang positif atau bahkan negatif.

Dalam praktiknya, wacana dapat memengaruhi respon audiens melalui konteks sosial yang dikaitkan pada teks. Informasi yang disajikan oleh media bukanlah sebuah cerminan dari realitas melainkan sebuah konstruksi realitas. Muatan realitas yang terdapat dalam berita sangat berkaitan dengan ideologi maupun pemahaman terhadap fakta dari pekerja media (Kurnia et al., 2023). *Framing* merupakan suatu strategi konstruksi dan penyederhanaan fakta sebelum dipublikasikan ke audiens (Gitlin dalam Kurnia et al., 2023). Entman (Kurnia et al., 2023) juga menyatakan bahwa

frame adalah proses pemilihan dari realitas yang kompleks sehingga suatu bagian dalam peristiwa tersebut terlihat lebih menarik dibandingkan dengan bagian lainnya. Diperlukan penyajian berita secara menonjol supaya dapat memengaruhi atensi dan pemahaman audiens terhadap realitas (D. A. Ramadhan et al., 2023).

Praktik konstruksi realitas yang terjadi dalam media sosial menjadi sebuah praktik yang sangat riskan karena semua orang dapat memproduksi berita dengan ideologi yang beragam tanpa adanya *gatekeeping* yang ketat. Hal tersebut dikhawatirkan memicu disinformasi yang berimplikasi terhadap interaksi sosial.

Apabila membahas mengenai interaksi sosial, hubungan masyarakat etnis Jawa khususnya di daerah Jawa Timur dan masyarakat etnis Madura masih memiliki keterkaitan sejak zaman kolonial. Pada awal abad ke-20 sektor industri gula di Surabaya mengalami perkembangan yang memicu naiknya permintaan akan tenaga kerja. Hal tersebut yang menjadi daya tarik masyarakat Madura untuk pergi merantau ke Surabaya (Aziz, 2019). Adapun alasan lain yang menjadikan Surabaya sebagai tempat merantau adalah lokasinya yang dekat. Dengan begitu, masyarakat Madura masih mudah menjaga hubungan dengan keluarganya yang berada di Madura (Warsono dalam Aziz, 2019). Kuntowijoyo (Syamsuddin, 2019) juga menuturkan bahwa banyak masyarakat Madura merantau lantaran kondisi geografis pulau Madura yang tandus. Kondisi tersebut mengakibatkan

ketidakstabilan mata pencaharian sehingga memaksa masyarakat Madura untuk pergi merantau.

Masyarakat Madura dikenal sebagai orang yang memiliki pendirian kuat. Pendirian tersebut membuat masyarakat Madura rela melakukan apapun selama mereka benar dan masih sesuai ajaran orang tua maupun guru (*bhapa', bhabu', ghuru, rato*). Meskipun pergi merantau, masyarakat Madura tetap membawa pendirian tersebut sebagai pedoman hidup. Namun, hal tersebut seringkali didiskreditkan sebagai sesuatu yang mengandung unsur kekerasan. Masyarakat dari etnis lain sering berpikir bahwa etnis Madura merupakan kelompok yang kasar, agresif, dan tidak toleran (Junaidy dalam Fatoni, 2020). Sindhunata (Murdianto, n.d.) mengatakan bahwa stereotip yang cenderung mengarah negatif terhadap etnis Madura, seperti tempramental, tidak memiliki sopan santun, tidak jujur dalam bisnis, dan sebagainya telah ada dan berkembang sejak zaman kolonial. Hingga saat ini, stereotip negatif mengenai etnis Madura masih sering ditemui. Ideologi tersebut muncul akibat minimnya informasi yang membahas mengenai Madura itu sendiri (Fatoni, 2020).

Stigma sosial tentang etnis Madura telah berkembang bahkan sejak sebelum hadirnya Jembatan Suramadu. Stereotip seperti individu yang keras, tertinggal, dan tempramental sudah melekat pada masyarakat Madura, hal tersebut merupakan penggambaran karakter masyarakat Madura yang tegas dan berani. Selain itu, stereotip-stereotip negatif yang melekat pada etnis Madura seringkali divalidasi ketika terdapat kasus

kekerasan atau kriminal yang pelakunya adalah orang Madura (Dartiningih, 2015).

Masyarakat etnis Madura terkenal dengan etos kerja yang sangat tinggi dan berpegang teguh dengan ajaran agama. Masyarakat etnis Madura akan melakukan pekerjaan apapun selama bukan maksiat dan tidak bertentangan dengan ajaran agama. Hal tersebut juga seringkali menjadikan orang Madura berhasil sukses dalam pekerjaannya. Namun, di sisi lain stereotip juga muncul bahwa masyarakat Madura identik dengan pekerja kasar yang tidak membutuhkan keahlian khusus (Dartiningih, 2015).

Tren merambahnya media sosial saat ini justru semakin melegitimasi stereotip negatif etnis Madura di kalangan masyarakat luas. Terjadinya komunikasi dua arah semakin memperluas bias informasi yang disampaikan dan didukung oleh cara kerja algoritma melalui *filter bubble*. Peran *filter bubble* dapat memicu pembatasan terhadap penggunaannya, sehingga mereka mengabaikan informasi dari sudut pandang lain di luar gelembung tersebut (Wulandari et al., 2021). Hal tersebut berimplikasi pada bergabungnya individu yang memiliki pemikiran yang sama dan membatasi diri terhadap informasi yang tidak sesuai dengan apa yang diyakini (Sunstein dalam Wulandari et al., 2021). Dalam hal ini, ketika pengguna media sosial sering terpapar informasi mengenai informasi negatif etnis Madura maka terdapat kemungkinan mereka akan menolak ketika diberikan informasi dari perspektif yang berbeda.

Stereotip pada umumnya bersifat menggeneralisir perilaku seseorang dari suatu kelompok terhadap kelompoknya tanpa adanya informasi yang jelas. Menurut Grigoryev (Purnamawati et al., 2024) stereotip adalah tindakan dimana seseorang atau kelompoknya mendefinisikan karakter dari kelompok lain berdasarkan asumsi umum. Munculnya stereotip berisiko memunculkan hambatan dalam komunikasi antar budaya (Wahyudi dalam Purnamawati et al., 2024).

Etnis Madura tidak sepenuhnya seperti apa yang digambarkan dalam narasi negatif. Syamsuddin (2019) menuliskan dalam bukunya bahwa masyarakat etnis Madura sejatinya merupakan individu yang tekun dan ulet dalam bekerja. Pembawaan tersebut seringkali menjadikan masyarakat Madura bisa sukses di perantauan. Meskipun pada umumnya mereka bekerja pada sektor informal, namun tetap berpegang teguh pada pendiriannya. Sejalan dengan Hendri & Putri (2024) yang dalam penelitiannya menemukan bahwa masyarakat Madura yang berada di perantauan memiliki konsep budaya *taretan*. Konsep budaya tersebut merupakan salah satu upaya masyarakat etnis Madura yang merantau untuk menjaga hubungan atau kekerabatan dengan sesama etnis Madura atau etnis lain di daerah perantauan. Konsep budaya *taretan* juga merupakan pedoman yang dibawa masyarakat Madura ketika merantau ke daerah lain. Penelitian yang dilakukan Fajrie (2019) juga menemukan data bahwa masyarakat etnis Madura dan etnis Jawa yang berada di Desa Buko Kabupaten Demak dapat melebur secara harmonis melalui proses *blind acculturation*. Sehingga,

berimplikasi pada terjaganya hubungan silaturahmi dan meningkatkan persatuan antar budaya di daerah tersebut. Selain itu, terdapat juga beberapa tokoh berpengaruh yang berasal dari Madura seperti, mantan Menkopolkam Mahfud MD, Habib Ja'far, Syaikhona Kholil, hingga Muhammad Tabrani.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena stereotip negatif tersebut sudah mengakar kuat di benak sebagian besar masyarakat sehingga perlu adanya data konkrit untuk menyanggah perilaku diskriminasi tersebut. Adapun, pada penelitian sebelumnya belum banyak yang membahas bagaimana etnis Madura diwacanakan dalam media sosial. Penelitian tentang etnis Madura sebelumnya lebih cenderung pada bagaimana penerimaan audiens ketika melihat pesan tersebut. Dengan menggunakan metode analisis wacana digital dari Rodney H Jones, penulis ingin membedah bagaimana wacana yang terdapat dalam komentar-komentar *netizen* pada konten yang membahas kasus jagal sepeda motor di sebuah bengkel di daerah Nganjuk, Jawa Timur melalui empat aspek, yaitu teks, konteks, aksi & interaksi, ideologi & kekuasaan.

Analisis wacana digital merupakan teknik yang menarik untuk digunakan dalam menganalisis wacana karena kebaruannya yang menjadikan audiens dapat merespon secara langsung terhadap pesan yang disampaikan komunikator. Lebih jauh, audiens dapat berinteraksi dan berperan langsung terhadap pembuatan narasi dalam wadah publik tersebut (Hoeber et al. dalam Rohmawati et al., 2024).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana konstruksi wacana stereotip etnis Madura yang terdapat pada kolom komentar konten kasus bengkel penadah sepeda motor di Nganjuk?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui interpretasi mengenai stereotip etnis Madura yang terdapat pada komentar dalam konten kasus bengkel di Nganjuk yang menjadi gudang penadah sepeda motor.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah harapannya dapat dijadikan sebagai landasan dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Selain itu, diharapkan dapat memperkaya perspektif dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya pada kajian media di *platform* Instagram. Mengingat, topik dari penelitian ini adalah mengenai *platform* Instagram dan analisis wacana digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah diharapkan dapat berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman masyarakat ketika

memaknai pesan yang ada di media. Dengan begitu, masyarakat bisa lebih kritis ketika menemui suatu isu maupun fenomena yang terdapat dalam pesan media.