

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan manusia pada era modern yang ditandai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) yang begitu canggih dan dinamis. Teknologi melahirkan kultur baru yang isu-isu sentral mengenai modernisasi dan globalisasi menjadi sangat dominan. Perkembangan teknologi dan informasi yang begitu cepat dan besar telah menciptakan sebuah “ruang baru” yang bersifat artifisial dan maya, yaitu *cyberspace*. Ruang baru ini telah mengalihkan berbagai aktivitas manusia dari dunia nyata ke dunia maya yang disebut dengan istilah *cyber world* atau dunia maya. *Cyber world* merupakan sebuah kehidupan yang memungkinkan komunitas manusia menghasilkan budaya-budaya bersama, menghasilkan produk-produk industri bersama, dan menciptakan pasar bersama dalam skala global (Bungin, 2006: 157).

Masyarakat *Cyber* tanpa disadari mengembangkan ruang gerak baru bagi masyarakat sehingga tanpa disadari komunitas manusia telah hidup dalam dua kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cybercommunity*). Masyarakat nyata adalah sebuah kehidupan masyarakat yang secara inderawi dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan nyata, dimana hubungan-hubungan sosial sesama anggota masyarakat dibangun dan disaksikan sebagaimana apa adanya. Berbeda jauh dengan apa yang dinamakan dengan masyarakat nyata, masyarakat maya atau dengan istilah lain *cybercommunity* adalah sebuah kehidupan masyarakat yang tidak dapat secara langsung diindera melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas (Bungin, 2006: 158).

Dalam hal ini, pada dasarnya masyarakat maya adalah sebuah fantasi manusia tentang dunia lain yang lebih maju dari dunia saat ini. Fantasi tersebut adalah sebuah *hiper-realitas* manusia tentang nilai, citra, dan makna kehidupan manusia, akhirnya melalui teknologi manusia menciptakan ruang kehidupan baru didalam dunia *hiper-realitas* sebagai ciptaan manusia. Masyarakat maya menggunakan metode kehidupan masyarakat nyata sebagai model yang dikembangkan didalam segi-segi kehidupan maya, seperti memiliki proses sosial, interaksi sosial dan kehidupan sosial hingga membentuk sebuah kebudayaan.

Dalam masyarakat maya, kebudayaan yang dikembangkan merupakan sebuah budaya yang bersifat budaya-budaya pencitraan dan makna yang setiap saat dipertukarkan dalam ruang interaksi simbolis. Budaya ini membidik khalayak luas, sehingga harus berputar pada tema-tema dan masalah kekinian dan amat berhubungan dengan yang sedang digemari saat ini (Kellner, 2010: 78). Kebudayaan seperti ini perlahan-lahan membawa masyarakat kedalam institusi-institusi baru yang disebut budaya massa. Budaya massa diartikan sebagai sebuah budaya produksi media yang cenderung menampilkan budaya-budaya yang merupakan bagian dari kekuatan kapitalis dengan tujuan mempengaruhi kehidupan masyarakat (Kellner, 2010: 54).

Budaya massa terbentuk atas dasar tuntutan industri untuk menghasilkan karya yang banyak dalam tempo yang singkat atau dengan sebutan lain memiliki target produksi yang harus dicapai dalam waktu tertentu. Selain itu, budaya massa cenderung bersifat 'latah' menyulap atau meniru segala sesuatu yang sedang naik daun, laris dan cenderung berkaitan dengan masalah kesenangan yang sedang disukai oleh hampir semua kalangan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya (Kellner, 2010: 76). Karakteristik tersebut menunjukkan pada dasarnya budaya massa merupakan sebuah budaya yang dipengaruhi oleh budaya populer yang mengaitkan diri kedalam bentuk

fenomena yang populer. Tren merupakan sebuah budaya yang diikuti dan disukai banyak orang. Hal yang disukai tersebut banyak kita jumpai ketika orang melakukan *selfie*.

Selfie menjadi fenomenal saat ini dalam berbagai kalangan maupun kelas sosial. Fenomena *selfie* sendiri merupakan sebuah singkatan dari *self* dan *portrait*. *Self* artinya sendiri, sedangkan *portrait* adalah mengambil foto, jadi *self portrait* merupakan foto yang diambil oleh tangan sendiri tanpa bantuan orang lain dan biasanya diambil dengan kamera digital genggam atau kamera ponsel (Syahbana:9). Kata *selfie* sebenarnya sudah tidak lagi menjadi asing di kehidupan manusia, *selfie* pertama kali dilakukan oleh Robert Cornelius dan Anastasya Nikolaevna dengan cara menggunakan cermin kemudian *selfie* pun mengalami perkembangan seiring dengan berkembangnya penggunaan teknologi di kehidupan manusia.

Penggunaan teknologi berbasis handphone menjadikan *selfie* semakin mengalami perkembangan. Terlebih lagi saat ini para kapitalis berlomba-lomba menciptakan sebuah produk-produk dengan menawarkan fitur-fitur terlengkap khususnya fitur untuk *selfie*. Hal ini secara tidak langsung memberikan efek terhadap berkembangnya *selfie* di era masyarakat saat ini. *Selfie* kini telah menjalar keseluruh penjuru dunia, tidak hanya merambah pada kalangan selebriti ternama, kaum politik namun juga telah menjalar pada kaum muda maupun tua, semua “latah” berfoto *selfie*. *Selfie* kini seolah menjadi “rutinitas” dalam berbagai forum tempat tidak terkecuali tempat wisata. Wisata menjadi tempat strategis untuk melihat seperti apa tren *selfie* yang terjadi saat ini.

Berawal dari kebijakan pemerintah yang menjadikan industri pariwisata sebagai sektor prioritas dalam program Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional

(RPJMN) 2015-2019 telah menetapkan target kunjungan wisatawan mancanegara hingga 20 juta orang pada tahun 2019 melalui industri pariwisata. Melalui program ini setiap pemerintah daerah diwajibkan dan diikutsertakan dalam upaya mengembangkan industri pariwisata di daerah masing-masing melalui upaya dalam memanfaatkan potensi dan karakteristik yang ada. Karakteristik itu menjadikan Bangka Belitung sebagai salah satu provinsi Indonesia dapat memberikan keunggulan di kancah lokal maupun internasional.

Provinsi Kepulauan Bangka ini sendiri terdiri atas 5 (lima) kabupaten salah satunya Kabupaten Bangka. Pemerintah Kabupaten Bangka saat ini tengah gencarnya memajukan dan memperkenalkan daerahnya. Berdasarkan data yang diperoleh melalui intensitas jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang masuk ke Kabupaten Bangka dari tahun 2014 adalah 9 orang, sedangkan pada tahun 2015 intensitas jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang masuk yakni 48 orang (Disbudpar : 2015).

Data tersebut menunjukkan bahwa pariwisata terus mengalami perkembangan dan menjadi daya tarik baru di era masyarakat kontemporer ditengah upaya pemerintah dalam menjadikan sektor pariwisata menjadi sektor prioritas guna untuk mewujudkan pengembangan wisata berbasis karakteristik identitas daerah dengan menerapkan kinerja nyata tersebut. Pariwisata tidak hanya dapat lebih dikembangkan namun juga sampai saat ini diharapkan mampu menjadi nilai khusus yang memberikan efek daya tarik bagi setiap wisatawan baik dari kancah domestik maupun mancanegara sehingga tertarik untuk berkunjung ke daerah tersebut.

Pariwisata saat ini menjadi sebuah tempat dimana kita tidak hanya melepas penat dari segala kegiatan namun saat ini juga sekaligus menjadi salah satu tempat

buruan masyarakat untuk berkumpul dan sering kali mengabadikan momen foto bersama melalui *selfie*. Berdasarkan observasi di lapangan, *selfie* di daerah wisata biasanya diidentikkan dengan berfoto *selfie* dengan menggunakan *stick* (tongsis), memakai *timer* dan kemudian dilanjutkan dengan mengedit maupun memilih hasil dari foto *selfie* yang dilakukan. Tren *selfie* yang dilakukan wisatawan di daerah wisata sendiri didominasi oleh hasrat untuk mengunjungi wisata baru sebagai upaya untuk mengabadikan dirinya ke media sosial.

Selain itu berbicara tentang tren *selfie*, *selfie* bukan hanya berhubungan tentang kegiatan memotret diri maupun seni estetika dari ilmu fotografi namun merupakan sebuah kondisi yang mana menggambarkan bahwasanya seseorang berupaya ingin membentuk identitas diri melalui sebuah tontonan di era masyarakat yang saat ini berada dalam ruang tontonan. Melihat kondisi ini, dalam upaya membentuk identitas diri tersebut, media memiliki peran besar yang menjadi tempat dalam membentuk identitas diri khususnya media sosial. Media sosial menjadi arena yang tak lagi sebatas sebagai perpanjangan badan manusia ala McLuhan, namun media kini sekaligus merupakan ruang baru bagi individu untuk membentuk identitas dirinya (Baudrillard, 2014: 34). Dalam realitas yang terjadi saat ini berbagai cara dilakukan setiap individu dalam upaya membentuk identitas dirinya. Identitas diri tidak hanya dijadikan sebagai karakter maupun jati diri bagi individu namun kini dalam masyarakat tontonan, masyarakat mengekspresikan dirinya melalui “dunia tontonan”.

Kenyataan ini diperkuat oleh Guy Debord dalam tulisannya yang berjudul “*The Spectacle of Society*”. Dalam dunia tontonan tentu tidak terlepas dari dua aspek yaitu “tontonan” dan “penonton”. Menurut Debord (dalam evania: 2012), identitas adalah sebuah representasi dari dunia tontonan. Dengan kata lain, proses pembentukan identitas diri di dalam masyarakat tontonan saat ini menjadi konstruksi

tanda, citra, dan konsumsi yang dibentuk melalui tontonan. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengkaji secara lebih dalam tentang analisis “*TrenSelfie* dalam Telaah Guy Debord”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan *selfie*?
2. Faktor-faktor apa yang menyebabkan kawasan wisata dijadikan ajang dalam melakukan *selfie*?
3. Bagaimana proses pembentukan identitas diri melalui tren *selfie* di daerah wisata?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan *selfie*.
2. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan kenapa *selfie* lebih dipilih di daerah wisata.
3. Untuk menganalisis seperti apa proses pembentukan identitas diri melalui tren *selfie* di daerah wisata.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis :
 - a. Memperkaya kajian mengenai teori identitas sosial.
 - b. Memperkaya kajian teori sosiologi, khususnya sosiologi postmodern

- c. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan sosiologi komunikasi .

2. Secara praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan ilmu pengetahuan dan pemahaman mengenai tren *selfie*. selain itu juga dapat menjadi bahan studi banding dalam rangka penelitian lebih lanjut.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan untuk berperilaku lebih baik dalam melakukan *selfie*, selain itu juga dapat memberikan sumbangan pengetahuan mengenai dampak positif dan negatif *selfie*.

E. Tinjauan Pustaka

Literatur yang membahas tentang fenomena *selfie* sebenarnya sudah cukup banyak, baik yang berbentuk artikel maupun hasil penelitian seperti skripsi dan jurnal. Adapun tinjauan pustaka yang lebih mendekati konteks dalam penelitian ini, pertama penelitian yang dilakukan pada tahun 2015 oleh Ade Wahyu Tysna mengenai “*Kecemasan Sosial dan Perilaku Agresif Pelaku Selfie*”. Penelitian ini bermaksud untuk mengungkapkan fenomena *selfie* terhadap upaya mempresentasikan diri. Presentasi diri disini diartikan sebagai suatu kondisi bagaimana suatu individu menampilkan dirinya pada publik untuk membuat kesan yang baik.

Dengan kata lain dalam penelitian ini lebih menekankan pada upaya mempresentasikan diri yang dilakukan seseorang ketika melakukan *selfie* untuk

menampilkan kesan yang baik pada publik. *Selfier* akan mengambil *selfie* berkali-kali dengan berbagai macam gaya, menghabiskan waktu untuk mengedit foto secara sempurna, dan menggugah hasil *selfie* ke media sosial sehingga mampu menciptakan kesan baik tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *selfie* dapat saja membentuk perilaku agresif. Hal ini terjadi karena kecemasan sosial yang dimungkinkan terjadi pada pelaku *selfie*. Usaha untuk memberikan kesan yang baik merupakan salah satu tanda dari kecemasan sosial. Pelaku *selfie* akan selalu mengharapkan respon dengan menunggu komentar setelah mempublikan foto atau membuat status pada media sosial pada akhirnya akan menimbulkan kecemasan sosial.

Kedua, penelitian yang dilakukan pada tahun 2015 oleh Fitta Faulina Simatupang mengenai “*Fenomena selfie (self portrait) DiInstagram (studi Fenomenologi Pada Remaja di Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru)*”. Hasil yang didapat dari penelitian ini menjelaskan tentang cara mereka memandang diri sendiri, seperti konsep *self and me*. Selain itu, kegiatan *self portrait* (memotret diri) yang dilakukan oleh sebagian remaja berakibat pada sifat candu yang berujung pada obsesi guna memperoleh foto yang diinginkan.

Ketiga, penelitian yang hampir sama dengan konteks penelitian ini yaitu penelitian oleh Indryani Uttari Siregar dan Oji Kurniadi mengenai “*Makna Foto Selfie Sebagai bentuk Ekspresi Diri Mahasiswa Fiskom Unisba pada tahun 2013*”. Dalam penelitian ini, penulis lebih menekankan *selfie* sebagai cara seseorang dalam mengekspresikan dirinya melalui ekspresi yang ditampilkannya pada saat berfoto *selfie*. Misalnya melalui ekspresi senyum, unik dan tren saat itu. Selain itu *selfie* dimaknakan disini sebagai cara seseorang untuk terus mengikuti tren.

Adapun perbedaan antara penelitian yang dilakukan pada tahun 2015 oleh Ade Wahyu Tysna mengenai “*Kecemasan Sosial dan Perilaku Agresif Pelaku Selfie*” dengan peneliti terletak pada teori yang digunakan, teori yang digunakan peneliti terdahulu yaitu teori interaksionalisme simbolik oleh George Herbert Mead, sedangkan pada penelitian ini teori yang digunakan yaitu teori masyarakat tontonan oleh Guy Debord. Persamaan yang terdapat pada penelitian terdahulu adalah pada pembahasan masing-masing mengenai fenomena *selfie*.

Selain itu juga terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Fitta Faulina Simatupang mengenai “*Fenomena selfie (self portrait) DiInstagram (studi Fenomenologi Pada Remaja di Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru)*” pada tahun 2015 dengan peneliti yaitu terletak pada fokus kajian yang akan diteliti, peneliti lebih menekankan pada proses pembentukan identitas melalui tontonan dalam tren *selfie* di daerah wisata jika dilihat dari sudut pandang Guy Debord, sedangkan penelitian terdahulu lebih menekankan pada bagaimana mereka memandang diri, seperti konsep *self and me* yang berujung pada obsesi untuk memperoleh foto yang diinginkan.

Selain itu perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu terletak pada teori yang digunakan, teori yang digunakan dalam penelitian terdahulu yaitu teori interaksi simbolik sedangkan pada penelitian ini, penulis menggunakan teori masyarakat tontonan dalam pandangan Guy Debord. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai tren *selfie*.

Begitu juga selanjutnya terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Indriyani Uttari Siregar dan Oji Kurniadi pada tahun 2013 yang berjudul “*Makna Foto Selfie Sebagai bentuk Ekspresi Diri Mahasiswa Fiskom Unisba*” pada tahun 2013 dengan peneliti terletak pada fokus yang diteliti, penelitian terdahulu lebih menekankan

pada makna foto *selfie* dengan subjek mahasiswa Fiskom Unisba sebagai bentuk ekspresi diri sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis lebih menekankan pada pembentukan identitas dalam tren *selfie* di daerah wisata.

Persamaan yang terdapat di antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu pembahasan mengenai fenomena *selfie* yang saat ini menjadi tren dimanapun dan kapanpun. Selain itu persamaan juga terletak pada metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun dari beberapa literatur yang telah membahas tentang fenomena *selfie*, seperti yang telah ditegaskan pada awal bagian ini bahwa penelitian ini merupakan kajian yang mencoba untuk membandingkan tentang studi-studi mengenai fenomena *selfie* yang saya lakukan dengan studi-studi terdahulu yang ada keterkaitannya dengan penelitian ini.

G. Kerangka Teoritis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pandangannya pada salah satu tokoh yaitu Guy Debord. Teori ini akan lebih difokuskan pada dua hal: pertama, pengertian tentang *spectacle* dalam pemikiran Guy Debord. Kedua, karakter-karakter dari *spectacle* itu sendiri. Guy Debord, dalam tulisannya, sebenarnya tengah mengajukan sebuah kritik penting terhadap situasi masyarakat modern di bawah kapitalisme lanjut (*late capitalism*). Menurut Debord, *spectacle* dalam tulisannya yang berjudul "*The Commodity as Spectacle*" adalah sesuatu yang membalikkan kenyataan, yang menyatukan sekaligus menjelaskan fenomena keragaman "yang terlihat" menjadi sesuatu yang luar biasa.

Tontonan di sini bukanlah *melulu* pesan atau makna yang disampaikan oleh media komunikasi, namun bagaimana segala bentuk macam komoditas dalam

pengertian lebih luas, akhirnya membentuk pola pikir masyarakat menjadi tidak sekedar mengkonsumsi manfaat dari sebuah produk komoditi, namun juga mengkonsumsi nilai “*to be looking at*” dalam kesehariannya, Debord (Dalam Kamil: 2016). Artinya, komoditas yang bertubi-tubi dibawa oleh kepentingan ekonomi kapitalis modern ini, disodorkan kepada kehidupan sosial sehingga merubah definisi dari seluruh kesadaran manusia, yang bermula mengenal *concept of being*, menjadi *having*, dan selanjutnya adalah *appearing*.

Selain itu, menurut Debord (dalam Kamil: 2016), manusia modern telah menjadikan semua hal di dalam hidupnya sebagai komoditas dan komoditas disulap menjadi “tontonan” (*spectacle*), yang ditampilkan melalui dan disebar oleh mediamassa. Bahkan, kata Debord, tontonan adalah produksi utama dalam masyarakat kekinian. Tapi yang menarik, tontonan-tontonan tersebut bagi Debord, tidak hanya dipahami sekedar sekumpulan gambar-gambar. Melainkan yang lebih penting, tontonan itu dipahami sebagai sebuah relasi sosial di antara masyarakat modern, yang dimediasi oleh citra. Debord menulis: “*The spectacle is not a collection of image, but a social relation among people, mediated by image*”. Selain itu, bagi Debord (Dalam Evania: 2012), tontonan juga tidak bisa dipahami sebagai penyelewengan dunia visi, sebagai produk teknik dari diseminasi gambar-gambar. Ia adalah sebuah pandangan dunia (*weltanschauung*) yang telah menjadi aktual, diterjemahkan secara material. Ia adalah visi dunia yang telah diobjektifkan (Debord, 2000: 80).

Saat realitas dimasukkan ke dalam gambar-gambar dan kemudian menjadi tontonan, maka kehidupan riil masyarakat modern mengalami kekaburan. Karena celakanya, realitas dianggap muncul dari tontonan dan tontonan adalah yang nyata. Tontonan selalu dihadirkan sebagai hal yang mengasyikkan dan spektakuler serta

memberikan kepaduan yang positif bagi masyarakat modern. Inilah barangkali yang menjadi karakteristik penting dari *spectacle*. *Spectacle* penuh dengan konstruksi dan penipuan-penipuan. Padahal kata Debord, dalam kekacauan realitas—karena tumpang tindih dengan tontonan—“kebenaran” hanyalah momen dari kepalsuan-kepalsuan.

Karakteristik lain dari *spectacle*, adalah kecenderungannya yang selalu mengulang-ngulang fakta yang sederhana, yang sebenarnya sudah ‘selesai’, menjadi tontonan yang terus disebar di media massa, tak ada habis-habisnya. Sehingga dalam masyarakat tontonan yang digiring oleh kepentingan ekonomi yang kapitalistik semacam ini, kata Debord, definisi dari seluruh kesadaran manusia modern mengalami pergeseran, yang mulanya hanya mengenal *concept of being* dan *having*, menjadi *concept of appearing* dimana manusia modern diharuskan untuk memperhatikan citra, rasa gengsi dan tampilan yang wah dalam mengkonsumsi barang-barang, bukan semata karena kegunaannya.

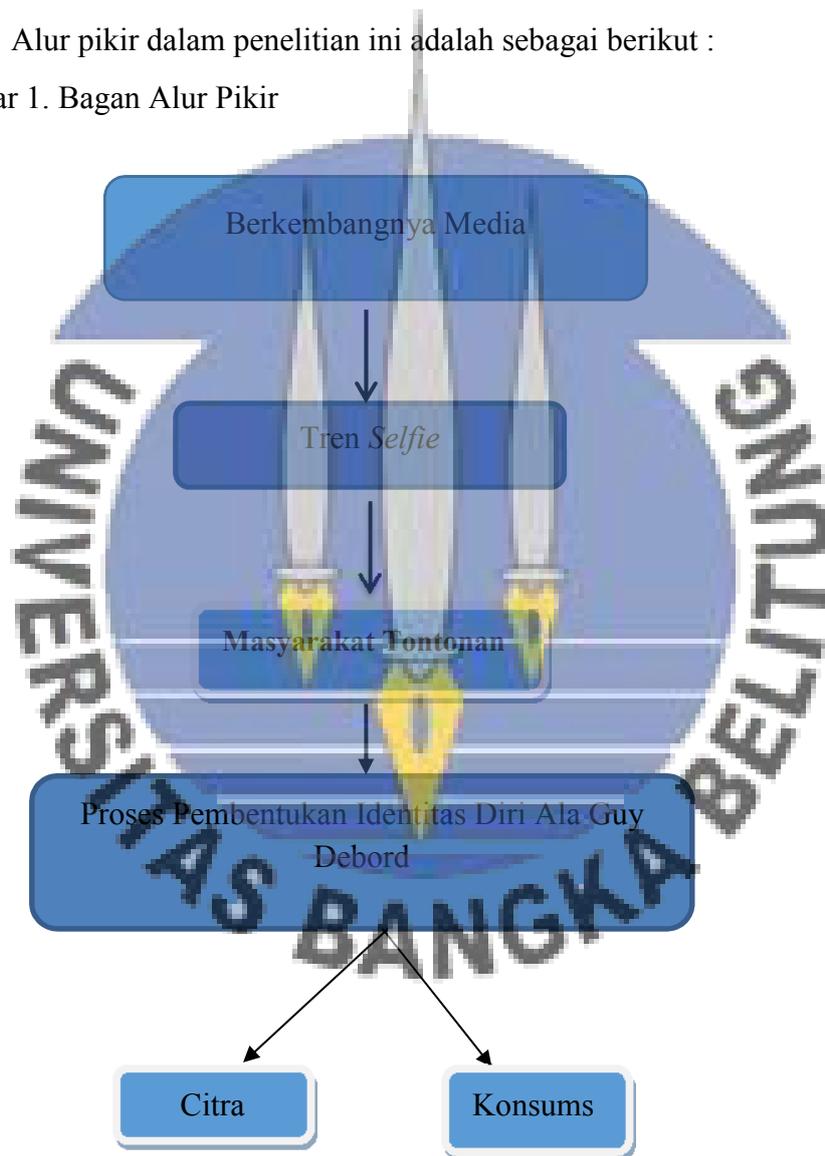
Konsumsi inilah yang kemudian menjadikan seluruh aspek kehidupan tidak lebih sebagai objek, yakni objek konsumsi yang berupa komoditi. Sistem-sistem objek adalah sebuah sistem klasifikasi yang membentuk makna dalam kehidupan masyarakat kapitalisme lanjut. Melalui objek-objek atau komoditi-komoditi itulah seseorang dalam masyarakat konsumen menemukan makna dan eksistensi dirinya. Menurut Debord (2000: 27), fungsi utama objek-objek konsumsi bukanlah pada kegunaan atau manfaatnya, melainkan lebih pada fungsi sebagai nilai tanda atau nilai simbol yang disebarluaskan melalui media. Sehingga, pada akhirnya, orang mengkonsumsi sebuah barang, demi kepentingan tontonan, citra, dan representasi di khalayak publik dan pada akhirnya, Debord mengatakan bahwa tontonan adalah momen dimana komoditas memenuhi ruang-ruang kehidupan masyarakat.

Sehingga, mekanisme sistem konsumsi pada dasarnya berangkat dari sistem nilai-tanda dan nilai-simbol untuk mendapat kehormatan, prestise, status, dan identitas melalui sebuah mekanisme penandaan. Persoalan identitas bukan bersifat lahiriah tapi dorongan karena pengaruh modernitas (eksistensi/tuntutan).

H. Kerangka Berpikir

Alur pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1. Bagan Alur Pikir



Alur pikir dalam penelitian ini menjelaskan tentang tren *selfie* di daerah wisata khususnya di kabupaten Bangka. Berawal dari perkembangan teknologi yang kemudian melahirkan kultur baru isu-isu sentral mengenai modernisasi dan globalisasi menjadi

sangat dominan lambat laun membentuk peradaban umat manusia kedalam istilah apa disebut *cyber world* atau dunia maya. Masyarakat *Cyber* tanpa disadari mengembangkan ruang gerak baru bagi masyarakat sehingga tanpa disadari komunitas manusia telah hidup dalam dua kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cybercommunity*).

Pada dasarnya masyarakat maya adalah sebuah fantasi manusia tentang dunia lain yang lebih maju dari dunia saat ini. Fantasi tersebut adalah sebuah *hiper-realitas* manusia tentang nilai, citra, dan makna kehidupan manusia sebagai lambang dan pembebasan manusia hingga membentuk sebuah kebudayaan baru. Kebudayaan yang dikembangkan merupakan sebuah budaya yang bersifat budaya-budaya pencitraan dan makna yang didasarkan atas model produksi massa dan membidik khalayak luas, melalui pengangkatan tema-tema dan masalah kekinian serta berhubungan dengan yang sedang digemari saat ini. Kebudayaan seperti ini perlahan-lahan membawamasyarakat kedalam institusi-institusi baru yang disebut budaya massa.

Karakteristik tersebut menunjukkan pada dasarnya budaya massa merupakan sebuah budaya yang dipengaruhi oleh budaya populer yang mengaitkan diri kedalam bentuk fenomena yang populer. Tren merupakan sebuah budaya yang diikuti dan disukai banyak orang. Hal yang disukai tersebut banyak kita jumpai ketika orang melakukan *selfie*. Dari kajian tersebut berbicara tentang *trenselfie*, *selfie* bukan hanya berhubungan tentang kegiatan memotret diri maupun seni estetika dari ilmu fotografi namun juga merupakan sebuah kondisi yang mana menggambarkan masyarakat berada dalam realitas masyarakat tontonan.

Menurut Debord menjelaskan tontonan adalah produksi utama dalam masyarakat kekinian yang segala sesuatu ditentukan oleh relasi tanda, citra dan kode.

Berkaitan dengan itu, dalam dunia tontonan, hal ini menggambarkan bahwasanya individu (diri) maupun masyarakat saat ini membentuk identitas baru yaitu identitas masyarakat postmo yang membentuk cermin bagaimana seseorang individu memahami diri mereka dan hubungannya dengan orang lain dan selanjutnya realitas tersebut menjadi tontonan atau dengan kata lain menjadi suatu realitas baru yang dipertontonkan.

I. Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran umum pembahasan dan untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan sistematika penulisan yang terdiri atas 5 (lima) bab, yakni sebagai berikut :

Bab *pertama* merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori dan kerangka berpikir. Melalui bab ini, diharapkan dapat memberikan sebuah gambaran umum mengenai rangkaian penelitian sebagai dasar bagi pembahasan berikutnya.

Bab *kedua* berisi metode penelitian yang memuat beberapa aspek terkait penelitian yang akan dilakukan peneliti berdasarkan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan ini meliputi jenis dan pendekatan penelitian, objek penelitian, sumber data berupa primer dan sekunder, teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi serta teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Bab *ketiga* berisi gambaran umum mengenai objek penelitian. Pada bab ini akan memberikan gambaran berupa kondisi geografis dan demografis yang terdiri dari luas

wilayah, batas wilayah dan lainnya sesuai dengan lokasi penelitian, selanjutnya dilanjutkan dengan data mengenai potensi wisata di Kabupaten Bangka, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Bangka sebagai lokasi penelitian, selain itu juga berisi gambaran tentang *selfie* yang terdiri atas konsep *selfie*, sejarah *selfie*.

Bab *keempat* berisi hasil dan pembahasan dari hasil kajian lapangan. Pada bab ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan *selfie*, selanjutnya membahas mengenai faktor-faktor yang menyebabkan *selfie* dipilih di daerah wisata, kemudian pada tahap selanjutnya berisi gambaran mengenai proses pembentukan identitas dalam tren *selfie* ala Guy Debord.

Bab *kelima*, merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran yang diperlukan. Kesimpulan berupa jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian dan saran yang berupa rekomendasi-rekomendasi yang diperlukan.

Sebagai tambahan, peneliti menambahkan beberapa lampiran. Lampiran itu berupa pedoman wawancara, dokumentasi dengan informan, dan lainnya terkait dengan hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti.

