

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat modern merupakan masyarakat yang telah mengalami transformasi ilmu pengetahuan dan teknologi, yaitu masyarakat yang mampu menyesuaikan dengan situasi dan kondisi zamannya. Masyarakat modern juga ditandai dengan gaya hidup masyarakat yang didasarkan pada bukan kebutuhan tetapi lebih kepada keinginan. Menurut Martono (2012: 89) bahwa masyarakat modern memiliki pergeseran dalam distribusi gengsi sosial. Gengsi sosial tidak hanya diwujudkan dalam berbagai simbol fisik, misalnya cara berpakaian, atau melalui atribut yang melekat pada seseorang, namun penunjukan status individu dapat dilihat dalam simbol-simbol nonfisik, misalnya pemilihan tempat makan, tempat belanja, merek baju yang dikenakan, dapat menunjukkan status sosial seseorang, inilah yang kemudian disebut masyarakat konsumsi.

Masyarakat konsumsi merupakan masyarakat yang membeli barang atau jasa bukan karena kebutuhannya, tetapi lebih kepada rasa keinginan dan kesenangan membeli sebuah barang tersebut untuk memuaskan hasrat konsumsi seseorang. Menurut salah satu tokoh Sosiologi postmodern yaitu Jean Baudrillard dalam Martono (2012: 130) mengatakan bahwa masyarakat konsumsi merupakan konsep kunci untuk menunjukkan gejala konsumerisme yang sangat luar biasa dan telah

menjadi bagian dari gaya hidup manusia modern. Berkaitan dengan pengertian masyarakat oleh pemikiran Baudrillard tersebut konsumsi akan menimbulkan konsumerisme dalam masyarakat. Menurut Soedjatmiko (2008: 28), konsumsi merupakan sebuah tindakan (*an act*), konsumerisme merupakan sebuah cara hidup (*a way of life*) artinya bahwa konsumsi dalam hal ini sebagai perilaku masyarakat yang tampak, sedangkan konsumerisme merupakan cara hidup masyarakat, contohnya banyak orang yang lebih suka membeli merek daripada manfaat barang yang dibelinya, karena merek yang dipakai seseorang akan menunjukkan status sosialnya.

Bagi Miles dalam Soedjatmiko (2012: 9) konsumerisme telah menjadi kultur konsumsi yang tidak kita sadari. Kita telah sedemikian rupa “terbungkus” oleh konsumerisme dalam rangka memenuhi keinginan-keinginan yang tak terbatas dengan kemampuan yang terbatas. Masyarakat yang modern mengonsumsi suatu objek hanya untuk memperlihatkan status sosialnya, dengan membeli barang yang mereka senangi untuk memuaskan hasrat berbelanja mereka. Tidak hanya itu masyarakat modern juga mengonsumsi tren, mereka akan mengikuti tren tersebut sepanjang tren tersebut masih populer dan fenomenal dikalangan masyarakat, salah satunya yaitu tren *adventure*.

Tren *adventure* merupakan fenomena baru yang sedang populer dan dikonsumsi secara besar-besaran. Fenomena ini juga ternyata sedang banyak dibicarakan dan disukai oleh masyarakat Bangka Belitung, hal ini

ditandai dengan bermunculan kaum pemuda yang bergaya ala-ala anak petualangan dan mengikuti kegiatan *adventure*. Kemudian ditandai dengan berkembangnya Mahasiswa pencinta alam disetiap Perguruan Tinggi, salah satunya perkembangan yang dialami Mahasiswa pencinta alam Universitas Bangka Belitung.

Dunia *adventure* atau yang biasa disebut dengan kegiatan petualangan kini juga telah menjadi bagian gaya hidup kaum muda khususnya Mahasiswa. Hampir semua kegiatan *adventure* dilakukan di luar ruangan (*outdoor*) atau berkegiatan di alam bebas, tidak hanya dalam kegiatannya saja yang sering dilakukan akan tetapi kini sudah diadopsi sebagai gaya hidup, contohnya banyak kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa yang masih berbau dengan kegiatan petualangan. Sehingga tren dalam berpenampilan dan gaya hidup ala anak *adventure* juga diikuti beberapa Mahasiswa Universitas Bangka Belitung.

Adventure tidak terlepas dari kegiatan olahraga yang bergerak dibidang alam bebas, sama halnya dengan yang dikatakan oleh Soedjatmiko (2008: 76) bahwa olahraga merupakan ranah kehidupan sosial kontemporer yang secara mendalam telah diubah oleh dampak konsumerisme sebagai sebuah cara hidup. Sehingga berbagai kegiatan *adventure* ini merupakan suatu olahraga yang bisa dikatakan dengan olahraga ekstrim dan ini juga mempengaruhi gaya berpakaian para pecinta petualangan.

Hal yang dapat dikategorikan sebagai kegiatan *adventure* yaitu, *pertama*, berkegiatan di alam bebas artinya bahwa kegiatan *adventure* ini dilakukan di luar ruangan seperti di hutan, pantai, gunung, tebing dan sebagainya. Kemudian yang *kedua* yaitu sering kemah artinya bahwa kegiatan yang selalu dilakukan tidak hanya sekedar jalan-jalan dan dalam waktu kurang dari satu hari satu malam, kegiatan ini akan dilakukan dengan menginap seperti kemah di hutan. *Ketiga* yaitu melakukan perjalanan ke berbagai daerah, dalam kegiatan *adventure* ini mereka tidak hanya berkegiatan di satu tempat saja akan tetapi mereka akan melakukan perjalanan ke berbagai daerah sesuai dengan keinginan mereka dan ini cenderung berjalan dalam waktu yang tidak singkat. *Keempat* yaitu berpakaian ala-ala anak *adventure*, hal ini dapat dilihat dari gaya berpakaian yang digunakan dalam kegiatannya atau kesehariannya, pakaian yang digunakan oleh orang-orang yang suka dengan *adventure* cenderung berbeda dengan kebanyakan orang lainnya. *Kelima* yaitu dapat dilihat dari merek yang dipakai, dimana merek yang digunakan oleh para pencinta *adventure* berupa merek-merek yang terkenal di dunia *adventure*.

Tren *adventure* kini menjadi bagian dari gaya berpakaian beberapa kalangan anak muda yang kemudian diekspresikan sebagai sebuah *fashion*, *fashion* dalam hal ini telah di konsumsi secara besar-besaran. Seperti yang dikatakan oleh Kellner (1995: 351) bahwa dalam budaya pencitraan postmodern, citra, adegan, cerita, dan teks-teks kultural budaya media menawarkan beragam posisi subjek yang pada gilirannya turut membentuk

identitas individu. Cita-cita ini memproyeksi model-model utama dan gender, bentuk-bentuk perilaku yang tepat dan yang tidak, gaya, *fashion*, serta bujukan yang sangat halus untuk meniru atau mengidentifikasi identitas-identitas tertentu, sambil disaat yang sama menjauhi yang lain. Identitas bukannya menghilang dalam masyarakat postmodern; ia hanya cenderung merubah arah dan terpengaruh dorongan-dorongan baru, sambil disisi lain menawarkan berbagai kemungkinan, gaya, model, dan bentuk baru. Fenomena tren *adventure* ini tentu tidak terjadi tanpa sengaja atau semata-mata karena Mahasiswa menyukai gaya dan kegiatan petualangan yang memang bergelut di alam bebas, akan tetapi hal ini terjadi tentu disebabkan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi sebagian kalangan Mahasiswa untuk mengikuti tren *adventure* dan cara berpikir mengenai dunia *adventure* yang kemudian secara perlahan mereka akan mengikuti perkembangan tren *adventure* dan mengonsumsinya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang menjadi kajian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah fenomena tren *adventure* pada mahasiswa Universitas Bangka Belitung?
2. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi tren *adventure* pada mahasiswa Universitas Bangka Belitung.

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang peneliti ambil guna menjawab permasalahan tersebut maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis fenomena tren *adventure* pada mahasiswa Universitas Bangka Belitung.
2. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi tren *adventure* pada mahasiswa Universitas Bangka Belitung.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi bidang akademik terutama dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan informasi mengenai fenomena tren *adventure*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan memperkaya ilmu sosiologi yakni sosiologi konsumsi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa Universitas Bangka Belitung, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai perkembangan tren *adventure*.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kepustakaan untuk mencari informasi yang berguna dan

dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk penelitian selanjutnya sebagai referensi.

E. Tinjauan Pustaka

Berkaitan dengan penelitian ini peneliti telah menelusuri berbagai penelitian-penelitian terdahulu yang dapat dijadikan referensi sebagai tinjauan pustaka dalam proposal penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang telah dilakukan Issa Juliana Pratiwi (2015), dengan judul “*Pengaruh Tayangan My Trip My Adventure terhadap Minat Mahasiswa (studi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Angkatan 2012 Universitas Lampung)*” yang berisikan tentang tayangan program Tv *My Trip My Adventure*. Fokus pada penelitian ini adalah tayangan *My Trip My Adventure* dan pengaruhnya terhadap minat *traveling* mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2012 Universitas Lampung. Penelitian ini menggunakan metode survei yang menggunakan kuesioner, populasi pada penelitian Issa yaitu 726 mahasiswa dan sampel penelitian sebanyak 88 responden.

Hasil dari penelitian Issa menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti ada pengaruh tayangan *My Trip My Adventure* terhadap minat *traveling* mahasiswa. Maka berdasarkan keseluruhan hasil dari penelitian Issa yaitu: *pertama*, derajat dan tingkat keeratan atau tingkat hubungan antara variabel tayangan *My Trip My Adventure* dengan minat *traveling* mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik berada

pada kategori hubungan lemah tapi pasti. *Kedua*, mengenai kemampuan tayangan *My Trip My Adventure* dalam mempengaruhi minat melakukan *traveling* mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik diketahui sebesar 15%. Sementara sisanya 85% minat menonton tayangan *My Trip My Adventure* dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang bukan dari bagian penelitian ini, faktor-faktor tersebut berupa informasi dari orang lain yang sudah berpengalaman dan kesesuaian waktu serta biaya melakukan *traveling*. *Ketiga*, terdapat hubungan yang signifikan antara variabel tayangan *My Trip My Adventure* dan minat melakukan *traveling* pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Selanjutnya yang *kedua*, penelitian yang telah dilakukan Angga Hadi Putra (2015) dengan judul “*Trend Selfie (Self Portrait) Dijejaring Sosial (Studi Tentang Faktor Pendorong, Perubahan Gaya Hidup, dan Dampak Foto Selfie Dijejaring Sosial Pada Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung)*”. Berisikan tentang pemahaman mendalam mengenai *trend selfie* di jejaring sosial. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa; (1) faktor pendorong: membagikan sebuah moment, eksistensi diri, pujian yang didapat, dan pengaruh inovasi teknologi. (2) perubahan gaya hidup: *selfie* menjadi kegiatan wajib sehari-hari, *selfie* menjadikan *trendy*, dan boros pulsa. (3) dampak; dampak positif: menyalurkan hobi, lebih percaya diri, dan banyak teman dan menjadi hiburan bagi orang lain yang melihatnya. Dampak

negatif: korban keisengan orang lain, buang-buang waktu, kritikan negatif, dan mengganggu orang lain.

Ketiga, yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh Ahmad Yusuf (2015) dengan judul “*Komunitas Hijabers Babel dalam Telaah Posmodernisme Jean Baudrillard*”. Penelitian ini berisikan tentang fenomena komunitas hjabers Babel di Pangkalpinang yang berpengaruh terhadap peningkatan angka perempuan yang memakai hijab melalui gaya hijab dan busana muslim yang modern dan tidak ketinggalan zaman. Hasil penelitian ini adalah bahwa Komunitas Hijabers Babel ini yaitu untuk mempertahankan eksistensinya menggunakan dua simbol yaitu bahasa dan seragam sebagai penanda atau identitas dari keberadaan mereka. Komunitas ini juga melakukan berbagai kegiatan positif untuk mendukung eksistensi mereka seperti tutorial hijab *talk show*, bakti sosial, kumpul bersama, praktik keagamaan, dan bisnis.

Berdasarkan tiga penelitian terdahulu, maka terdapat perbedaan dan persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Issa Julina Pratiwi (2015) dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai kegiatan *Adventure* dan dampaknya bagi mahasiswa. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus kajian pada tayangan *My Trip My Adventure* dan pengaruhnya pada minat traveling mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2012 Universitas Lampung. Sedangkan peneliti melakukan fokus kajian peneliti tentang fenomena

Tren *Adventure* dalam kajian Posmodernisme Jean Baudrillard serta lebih menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi tren *adventure* ini terjadi. Kedua, penelitian yang telah dilakukan Angga Hadi Putra (2015) yang memiliki persamaan penelitian yaitu sama-sama mengkaji tentang tren dan subjek penelitian. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu fokus kajian pada tren *selfie* di jejaring sosial yang berpengaruh pada gaya hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penelitian ketiga yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh Ahmad Yusuf (2015) Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji tentang fenomena yang mempengaruhi gaya hidup yang dikaji dengan teori posmodernisme Jean Baudrillard. Sedangkan perbedaan pada penelitian Ahmad Yusuf fokus kajian tentang fenomena keberadaan Komunitas Hijabers di Babel yang dapat mempengaruhi *fashion* hijab perempuan yang ada di Babel dan berdampak pada gaya hidup perempuan-perempuan Babel.

Berbeda dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu fokus kajiannya mengenai bagaimana fenomena tren *adventure* dan dampaknya pada gaya berpakaian dan gaya hidup mahasiswa Universitas Bangka Belitung. Dengan demikian, perbedaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan tiga penelitian selanjutnya terletak ada gambaran fenomena tren *adventure* di Universitas Bangka Belitung dengan kondisi senyatanya di ruang publik.

F. Kerangka Teoretis

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Jean Baudrillard mengenai simulasi dan hiperealitas. Baudrillard mengemukakan bahwa kita sekarang ini hidup dalam satu era yang disebut “era simulasi” atau zaman di mana keaslian dan dunia kultural yang cepat lenyap. Simulasi adalah penghilangan antara yang real dengan yang imajiner, yang nyata dengan yang palsu (Lubis, 2014: 180).

Teori ini menjelaskan bahwa situasi masyarakat kontemporer di bentuk oleh kenyataan bahwa manusia sekarang dikelilingi oleh faktor konsumsi yang begitu menyolok dengan ditandai oleh multiplikasi objek, jasa, dan barang-barang material. Baudrillard juga menunjukkan bahwa ide mengenai manusia yang memiliki kebutuhan dan “harus selalu dipenuhi” melalui mitos belaka. Sesungguhnya manusia tidak pernah terpuaskan secara aktual, dan dengan ini, kebutuhan-kebutuhannya pun tak pernah pula terpuaskan. Dalam pemahaman ini, sebuah benda konsumsi mengambil makna sebuah tanda.

Konsumsi tidak lagi mengarah pada fungsi kebutuhan, melainkan terlebih pada yang disebut logika hasrat (*a logic of desire*). Melalui penyampaian pandangan Baudrillard diatas, konsumsi tidak lagi berhubungan dengan kesenangan. Bahkan, kesenangan itu menjadi terbatas dan terinstitusionalisasi sebagai kewajiban, yakni sebagai bagian dari individu di dalam negara atau konsumen. Dalam arti ini, penanda-penanda nilai ekonomi (misalnya mata uang) telah terpisah dari relasi

dengan penanda nilai yang real. Dengan kata lain, uang tidak lagi berakar pada sistem sosial yang bercirikan simulasi dan “hiperealitas”. Konsumsi menjadi penting sejauh memenuhi ekspresi makna representasi serupa mimpi (*a means of expressing dream-like representations*). Disilah media massa berperan fundamental bagi representasi-representasi tersebut (Soedjatmiko, 2008: 26). Masyarakat konsumsi merupakan konsep kunci dalam pemikiran Baudrillard untuk menunjukkan gejala konsumerisme yang sangat luar biasa dan telah menjadi bagian dari gaya hidup manusia modern. Objek konsumsi tidak hanya berbentuk barang, namun lebih dari itu (Martono, 2012: 130). Dalam artian ini masyarakat modern telah mengkonsumsi semua jenis barang bahkan lebih dari itu untuk memenuhi gaya hidup yang modern. Mereka bahkan mengkonsumsi suatu barang tidak lagi menurut kebutuhan tetapi lebih kepada keinginan saja.

Menurut Baudrillard dalam Martono (2012: 130), pada awalnya kebahagiaan yang dicita-citakan manusia memiliki arti dan fungsi ideologis yang dapat disimpulkan dari akibat-akibat yang besar dari maknanya, agar kebahagiaan ini dapat menjadi simbol “kesetaraan (egaliter)”, kebahagiaan menjadi tolak ukur bagi individu, maka kebahagiaan ini harus dapat diukur. Kebahagiaan dapat diukur melalui objek-objek dan tanda-tanda, kenyamanan: kebahagiaan diposisikan sebagai kenikmatan total dan bersifat batiniah tergantung pada tanda-tanda yang dapat menunjukkannya pada pandangan orang lain dan orang-orang terdekat. Bagi Baudrillard pada sisi lain, kemampuan konsumsi setiap

masyarakat adalah berbeda. Setiap masyarakat mengalami diferensiasi, diskriminasi sosial, dan disetiap organisasi struktural akan mendasarkan pada penggunaan dan distribusi harta kekayaan. Menurut Ritzer dalam Baudrillard (2004: 35) Baudrillard berusaha memperluas konsumsi barang bukan hanya kepada jasa, namun juga kepada semua hal lain. Menurutnya, “segala hal bisa menjadi objek konsumen”. Jadi, konsumsi itu tidak terbatas pada satu hal saja, tetapi apapun dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Ini berarti masyarakat modern mampu mengkonsumsi apa saja yang mereka inginkan tanpa ada batas objek konsumen.

Baudrillard menganalisis gejala diferensiasi kebutuhan pada sekelompok individu (masyarakat konsumsi) dengan merevisi pendapat Galbraith. Menurut Galbraith dalam Martono (2012: 133) bahwa “kebutuhan adalah hasil produksi” (*needs are the fruits of production*) namun menurut Baudrillard “sistem kebutuhan adalah produk dari sistem produksi “atau” kebutuhan dihasilkan sebagai suatu kekuatan konsumsi”. Pernyataan tersebut bagi Baudrillard adalah dua hal yang cukup berbeda. Dengan menggunakan istilah sistem kebutuhan, kita mengetahui bahwa kebutuhan tidak disusun satu persatu dalam hubungannya dengan objek-objek lain, namun disusun dengan kekuatan konsumtif, sebagai kesediaan secara global dalam lingkup yang lebih umum dari kekuatan-kekuatan produktif. Dengan kata lain, apa yang dimaksudkan Galbraith sebagai “need” hanya ada untuk meningkatkan percepatan konsumsi, dan kebutuhan tidak lain adalah bentuk yang paling maju dari sistematisasi

rasional kekuatan produksi pada tingkatan individual. Bagi Baudrillard konsumsi adalah suatu ideologi dan sistem komunikasi dapat dilihat sebagai *exclusive of pleasure*. Kesenangan bukanlah tujuan utama konsumsi melainkan suatu rasionalisasi dari konsumsi. Tujuan pokok dari konsumsi adalah untuk memperkuat pertumbuhan sistem objek-objek.

Menurut Piliang dalam Martono (2012: 134), satu-satunya objek yang dapat memenuhi hasrat adalah objek hasrat yang muncul secara bawah sadar secara imajiner, dan objek hasrat ini telah meghilang dan hanya mampu mencari substitusi-substitusinya dalam dunia objek dari simbol-simbol yang dikonsumsi. Logika ini beroperasi dalam masyarakat konsumsi saat ini. Simbol dan citra dalam sistem masyarakat saat ini memang semakin mengalahkan kenyataan. Banyak orang yang lebih suka membeli “merek”, daripada manfaat barang yang dibelinya, karena merektersebut sekaligus membawa status bagi orang yang memakainya. Baudrillard mengatakan bahwa “orang lebih suka mengonsumsi ‘tanda’ daripada nilai guna barang yang dikonsumsi”.

Bila pada awalnya konsumsi dimaknai sebagai sebuah proses pemenuhan kebutuhan pokok manusia, namun, kemudian, konsumsi dialihfungsikan sebagai sarana mengekspresikan posisi seseorang dan identitas kultural seseorang didalam masyarakat, yang dikonsumsi tidak sekedar objek atau barang, namun juga makna-makna sosial yang tersembunyi dibaliknya konsumsi telah beralih makna menjadi “suatu

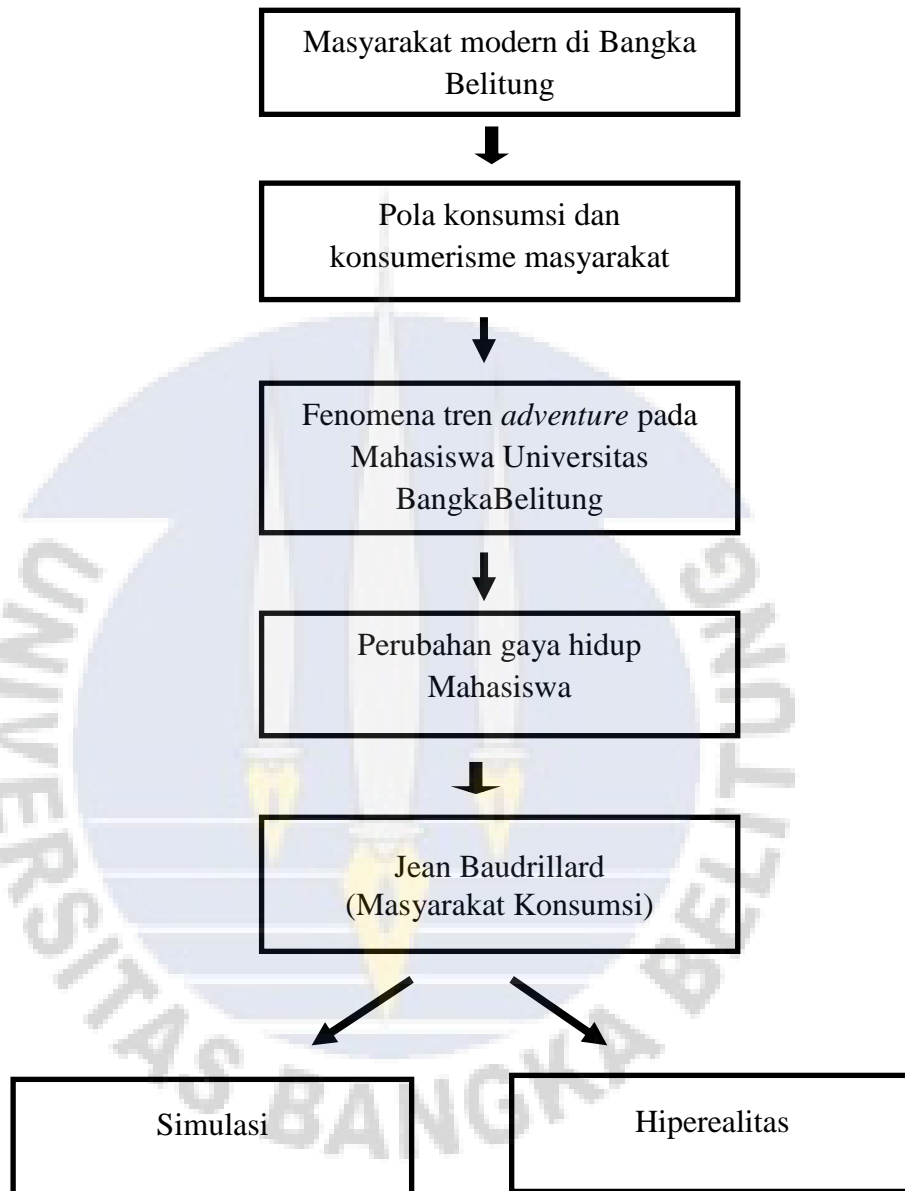
proses menghabiskan atau mentransformasikan nilai-nilai yang tersimpan dalam sebuah barang” Piliang dalam Martono (2012: 136).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa konsumsi masyarakat tidak hanya terbatas pada satu objek atau barang saja, tetapi apapun dapat dijadikan barang konsumsi selama itu menjadi keinginan masyarakat yang kemudian akan diekspresikan sebagai gaya hidup masyarakat, yang kemudian akan menimbulkan sebuah konsep yang disebut dengan hiperealitas.

G. Kerangka Berfikir

Berdasarkan penelitian ini, peneliti menggunakan kerangka berfikir untuk lebih mempermudah pemahaman dalam menjelaskan penelitian yang digambarkan dalam bagan berikut:

Gambar 1. Bagan Alur Pikir



Bagan tersebut menjelaskan bahwa masyarakat modern difokuskan pada masyarakat Bangka Belitung khususnya Mahasiswa Universitas Bangka Belitung. Masyarakat modern ini menunjukkan tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi yang kemudian membentuk konsumerisme atau

cara hidup. Salah satu bentuk konsumsi oleh masyarakat modern adalah sebuah tren, tren yang dikonsumsi yaitu tren *adventure* yang telah menjadi sebuah fenomena unik yang sedang populer dikalangan Mahasiswa Universitas Bangka Belitung. Tren ini kemudian berimplikasi pada perubahan gaya hidup Mahasiswa, yang akan menyebabkan proses terjadinya simulasi yang menunjukkan sebuah hiperealitas berdasarkan teori Jean Baudrillard.

H. Sistematika Penulisan

Penelitian ini diawali dengan studi literatur yang terkait dengan permasalahan fenomena tren *adventure*, baik itu dari penelitian sebelumnya atau wacana terkait. Selain itu, juga dilakukan diskusi dan observasi untuk melengkapi gambaran fenomena tren *adventure* dalam penulisan untuk memperkuat argumen peneliti.

Ada beberapa uraian sistematika penulisan yang akan disusun yaitu terdiri dari 5 bab dan rinciannya sebagai berikut:

Bab I yaitu Pendahuluan, pada tahap ini akan membahas tentang latar belakang masalah yaitu alasan peneliti ingin meneliti permasalahan atau objek penelitiannya. Dengan demikian, sesuai dengan topik yang akan diteliti, maka latar belakang masalah peneliti dalam penelitian ini yaitu peneliti tertarik meneliti fenomena tren *adventure* pada Mahasiswa di Universitas Bangka Belitung. Selanjutnya, terdapat rumusan masalah yang merupakan pertanyaan yang akan diteliti. Kemudian, tujuan

penelitian yang merupakan jawaban atas rumusan masalah penelitian. Kemudian, terdapat pula manfaat penelitian yang terdiri atas manfaat teoretis dan manfaat praktis. Tahap berikutnya yaitu terdapat tinjauan pustaka yang merupakan literatur penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti. Tahap selanjutnya yaitu kerangka teoretis dimana pada tahap ini merupakan sebuah alat analisis untuk mengkaji permasalahan yang akan diteliti. Tahap terakhir yaitu kerangka berpikir. Kerangka berpikir dibuat untuk memudahkan peneliti untuk mengurutkan alur pikir penelitian.

Bab II yaitu Metode Penelitian, pada bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang menggunakan jenis dan pendekatan kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian ini akan diambil di Universitas Bangka Belitung dengan objek penelitian tentang fenomena tren *adventure* pada Mahasiswa. Sumber data pada penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data akan dilakukan dengan observasi sebagai langkah awal, kemudian dilakukan dengan wawancara sebagai tambahan data serta dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah tahap pengumpulan data, reduksi data, display data, dan verifikasi data.

Bab III yaitu Gambaran Umum, dalam gambaran umum, penelitian ini akan memberikan gambaran tentang kondisi Universitas Bangka Belitung secara geografis dan demografis. Selanjutnya akan membahas mengenai sejarah perkembangan tren *adventure* di Indonesia.

Bab IV yaitu Hasil dan Pembahasan, pada bab ini akan membahas hasil dari penelitian ini. Pertama akan membahas tentang analisis mengenai gambaran fenomena tren *adventure* pada mahasiswa Universitas Bangka Belitung. Kedua yaitu mengklasifikasikan berbagai faktor yang mempengaruhi tren ini menjadi populer. Ketiga akan membahas mengenai analisis teori dengan permasalahan penelitian.

Bab V yaitu Penutup, pada bab ini akan membahas tentang kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah, saran dan rekomendasi penelitian untuk penelitian selanjutnya, serta implikasi teori.

