

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada abad 21 hingga kini memberikan dampak signifikan pada perubahan karakteristik sosial, perilaku masyarakat, dimana salah satu teknologi yang berperan dalam perubahan tersebut adalah kemunculan gawai (*mobile phone*) dan pengematan teknologi kamera didalamnya. Penggabungan kedua teknologi tersebut memunculkan fenomena perilaku swafoto pada masyarakat dari lintas generasi, sosial-budaya, dan sertra ekonomi. Penggemar swafoto amatlah sangat beragam, mulai dari rakyat biasa hingga selebriti, dari pejabat tinggi kenegaraan hingga astronot yang sedang melakukan perjalanan luar angkasa, Tanasa (2015).

Fenomena swafoto ini telah menjadi daya tarik tersendiri di bidang akademis dan telah banyak diteliti dari sudut pandang psikologis, budaya, maupun manajemen. Salah satu penelitian yang berfokus pada penggiat swafoto dengan rentang usia 12-17 tahun berpendapat bahwa swafoto adalah suatu bentuk social presence atau bukti kehadiran sosial dan sarana pembentukan identitas, dimana remaja dengan rentang usia 12-17 tahun memiliki tingkat privasi yang lebih tinggi saat melakukan swafoto, Ardiyanti, dkk,(2018).

Studi lain yang dilakukan oleh Tysna dalam Ardiyanti et al (2018) mengungkapkan swafoto sebagai suatu bentuk hubungan interaksi simbolik yang memfokuskan pada konsep diri: suatu bentuk persepsi pribadi yang cenderung stabil dan dianggapnya diyakini pula oleh orang lain.

Mengenai swafoto pada area wisata/publik, hal ini juga tidak terlepas dari perubahan gaya hidup generasi muda yang kini gemar melakukan travelling.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia untuk travelling pada 2018 dan 2019 sebesar 16,106 orang yang didominasi oleh kaum muda, dimana hal ini mengindikasikan travelling sebagai sesuatu yang familiar dilakukan oleh generasi masa kini. Wisatawan juga cenderung menjatuhkan pilihan pada area wisata yang menarik, murah, atau khusus, dikarenakan jenis wisata seperti ini dapat memberikan suatu pengalaman baru dan memori yang berkesan. Cahyanti & Anjaningrum, (2017).

Fenomena swafoto sendiri sudah berada diberbagai tempat salah satunya di Kota Ternate. Kota Ternate adalah sebuah kota yang memiliki sumber daya alam dan pemandangan alam yang begitu mempesona. Seperti bentuk kebanyakan kota kolonial Eropa, pusat Kota Ternate ditandai dengan adanya alun-alun yang dikelilingi berbagai bangunan infrastruktur kota seperti pengadilan, pasar, dan juga Kedaton Kesultanan Ternate.

Dari segi sektor pariwisata, Kota Ternate tentunya memiliki berbagai daya tarik wisata untuk dikunjungi, seperti wisata bahari, ekowisata dan wisata sejarah. Seperti yang diketahui Ternate memiliki banyak peninggalan sejarah, sejarah perjalanan Ternate adalah salah satu sebab banyaknya obyek ini. Sebut saja benteng-benteng seperti Toloko, Kastela, atau Oranye yang berada ditengah kota menjadi saksi sejarah perjalanan Ternate. Selain itu wisata bernuansa alam seperti Danau Tolire atau Pantai Sulamadaha juga menjadi pilihan menarik dan indah untuk dikunjungi. Satu yang menarik terkait keberadaan Gunung Gamalama adalah obyek wisata Batu Angus yang merupakan situs batuan lahar dari sisa letusan Gunung Gamalama membentuk kontur unik.

Saat ini banyak tempat swafoto di Kota Ternate yang dibangun dengan konteks ruang publik yang dimaksud adalah area yang digunakan untuk komersial (pengunjung harus membayar/membeli sesuatu untuk dapat masuk kelokasi). Berdasarkan fenomena tersebut, maka dari itu penting bagi penulis untuk melakukan penelitian mengenai "Penciptaan Ruang Gaya Hidup Kota Studi Kasus Tempat swafoto (Tempat Selfi) Di Kota Ternate". Konteks penggunaan swafoto dalam penelitian ini dibatasi pada makna yang terdapat dari setiap ruang publik yang dibangun.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana ruang swafoto yang ada di kota Ternate?
2. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap ruang swafoto yang ada di kota Ternate?
3. Apa motivasi dalam membangun tempat swafoto di Kota Ternate?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mendeskripsikan ruang-ruang swafoto yang ada di kota Ternate.

2. Untuk mengungkapkan persepsi masyarakat terhadap ruang swafoto yang ada di kota Ternate.
3. Untuk mengetahui motivasi dalam membangun tempat swafoto di Kota Ternate.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan di dalam bidang ilmu Antropologi untuk mengaplikasikan ilmu dan teori-teori yang telah didapatkan selama mengikuti pendidikan pada Program Strata Satu (S1) di Program Studi Antropologi Sosial, serta dapat menambah pengetahuan penulis tentang penciptaan ruang gaya hidup kota di Kota Ternate.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang penciptaan ruang gaya hidup kota di Kota Ternate. Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai bahan informasi dan relevansi dalam melakukan penelitian.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian tentang tempat swafoto, pandangan dan motivasi dalam penciptaan tempat swafoto di Kota Ternate, merupakan penelitian lapangan yang merujuk pada beberapa literatur hasil penelitian sebelumnya memiliki relevansi dengan penelitian ini.

Seperti studi yang dilakukan oleh Dwi dan Rindayu (2018) yang berjudul “Motif Penggunaan Swafoto Sebagai Bentuk Eksistensi Diri dalam Akun Instagram” (studi deskriptif kualitatif penggunaan foto swafoto dalam media sosial instagram sebagai bentuk eksistensi diri pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).

Tujuan dari studi ini yaitu untuk mengetahui berapa banyak orang yang akan memberikan perhatiannya dengan menyukai dan mengomentari hasil selfie mereka di akun instagram. Keinginan mendapatkan *reward* berupa *likes* dan *comments* dari pengguna lain membuat para pelaku selfie berupaya menghasilkan foto yang menarik. Studi ini menggunakan pendekatan dengan metode deskriptif kualitatif, dalam pengumpulan data penelitian melakukan wawancara dan observasi kepada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai informan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian bahwa terdapat beberapa motif dari penggunaan foto selfie sebagai bentuk eksistensi diri di akun instagram, yaitu harapan untuk mendapatkan respon sosial yang dapat mempengaruhi eksistensi diri, mengikuti tren yang berkembang agar tidak ketinggalan zaman, serta agar keadaannya diakui orang lain.

Selain itu Arief dkk (2018), dalam studi yang berjudul “swafoto narastik dan harga diri remaja” (studi siswa SMP Negeri 1 Garung Kabupaten Wonosobo). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan swafoto yang narastik dengan harga diri remaja, desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif observasional analitik cross sectional. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik sampling menggunakan sistem purposive sampling, hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan swafoto yang narastik dengan harga diri remaja.

Berbeda dengan Arif dkk, Audiya dan Yongki (2019) dalam studinya yang berjudul “Fenomena Swafoto dan Pengaruhnya Terhadap Budaya Visual Pada Estetika Interior Ruang Komersial” tujuan dari studi ini yaitu untuk mengetahui seberapa jauh fenomena swafoto mempengaruhi perancangan desain interior pada ruang komersial, dan bagaimana fenomena ini mempengaruhi terhadap tingkat

kesadaran masyarakat terhadap estetika visual pada desain interior ruang komersial. Studi ini menggunakan metode *exploratory research* dengan menggunakan studi literatur, tehnik wawancara terhadap pengguna ruang dan desainer arsitektur & interior ruang publik, observasi lapangan di beberapa lokasi destinasi wisata swafoto area Malang. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa fenomena swafoto ini membawa dampak positif terutama pada generasi muda yang semakin memiliki kesadaran terhadap estetika visual yang ada di lingkungan sekelilingnya dibandingkan generasi sebelumnya.

Hasil yang didapatkan adalah keunikan visual ruang menjadi salah satu prioritas dalam mengkonsep perancangan ruang komersial yang menarget pengguna dengan rentang usia 13-40 tahun, dengan tujuan agar dapat menjadi destinasi wisata swafoto. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa fenomena swafoto ini membawa dampak positif terutama pada generasi muda yang semakin memiliki kesadaran terhadap estetika visual yang ada di lingkungan sekelilingnya dibandingkan generasi sebelumnya, dan memiliki dampak lanjutan naiknya level kebudayaan visual pada masyarakat.

Fenomena ini harus dapat direspons dengan baik dan optimal oleh semua kelompok desainer dari interior, arsitektur, grafis hingga produk, untuk dapat memberikan rancangan yang tidak hanya menarik secara visual, namun juga mampu memberikan pemahaman budaya, lingkungan, dan estetika yang benar kepada masyarakat.

Studi lainnya juga yaitu Ari dkk(2018), berjudul *Travel Selfie dan Destination Imagestudi Kasus Taman Bunga Jalan Jalur Lingkar Selatan (JJLS) Yogyakarta*” (Studi Jalan Jalur Lintas Selatan (JJLS) Desa Srigading, Kecamatan Saden, Kabupaten Bantul, Yogyakarta).

Dalam hasil penelitian terbukti bahwa *travel selfie* yang diposting secara *onilen* berbagai jejaring sosial melakukan penciptaan bersama *destination image* dan mempromosikan tempat-tempat utama tempat yang sejalan dengan apa yang dipromosikan oleh manajemen destinasi resmi, meskipun selfie tidak dibagikan oleh akun jaringan management destinasi. Banyak fakta dan karakteristik yang lebih menarik dapat ditemukan dari peliraku orang melakukan selfie, seperti misalnya apakah orang tersebut memakai atribut fashion atau sesuatu yang beda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data yang akan dianalisis adalah hasil interview pengunjung dan pemilik kebun bunga.

Selain Ari dkk studi lainnya dari Daisuke dan Ito M (2005), dalam studinya yang berjudul "*Everday Contexts of Camera Phone Use: Steps Toward Technosocial Ethnographic Frameworks*" (konteks sehari-hari penggunaan kamera, langkah menuju kerangka kerja etnografi technosocial) dalam penelitian ini menjelaskan praktik kamera yang muncul penggunaan telepon di Jepang, memberikan contoh nyata dari materi etnografi. Penelitian ini menggunakan studi etnografi penggunaan telepon kamera di Tokyo, penelitian ini sebagai contoh adaptasi tradisional pendekatan antropologi untuk mempelajari praktik sehari-hari yang didistribusikan di seluruh pengaturan nyata dan virtual.

Berbeda dengan Daisuke dan Ito M penelitian yang dilakukan Bhuvanewari (2016), dalam studinya yang berjudul "*Impact of Social Media on Millennials –A Conceptual Study*" (Dampak media sosial milenium –A studi konseptual). Penelitian ini mencoba menjelaskan dampak media sosial pada milenium, "millennial" mengacu pada orang yang lahir antara 1980 – 2000, mereka juga disebut sebagai generasi Y dan penduduk asli digital dengan penggunaan internet tertinggi sejak beberapa

dekade terakhir. Penelitian ini didasarkan pada data sekunder yang terkumpulkan dari berbagai jurnal, artikel, blog, publikasi dan situs web.

Selain Bhuvaneswari studi lain juga yang dilakukan oleh Mirasaputri dan Dewi(2017), dalam studinya yang berjudul “Meningkatkan Niat Berkunjung Pada Generasi Muda Melalui Citra Destinasi dan Daya Tarik Kampung Wisata” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel citra destinasi daya tarik wisatawan terhadap niat wisatawan pada generasi muda untuk mengunjungi jenis destinasi yaitu kampung wisata Tridi. Penelitian ini merupakan penelitian kausal, dimana data primer kuantitatif diolah melalui instrumen berupa kuesioner yang diambil langsung dari para wisatawan di destinasi wisata dan termasuk pada golongan generasi muda. Untuk dapat memenuhi kriteria dari sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan pertimbangan bahwa sampel yang dipilih memiliki usia yang termaksud pada rentang 17-33 tahun, dan bersedia kuesioner. Lokasi penelitian pada Kampung Wisata Tridi Kota Malang.

Hasil berdasarkan uji regresi berganda yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua variabel bebas yaitu citra destinasi dan daya tarik wisatawan mempengaruhi niatan para wisatawan yang tergolong dalam generasi muda untuk mengunjungi Kampung Wisata Tridi. Dari kedua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, variabel daya tarik wisata merupakan variabel yang memiliki pengaruh signifikan lebih besar dibandingkan citra destinasi, sehingga harapannya kedepan, baik pemerintah maupun masyarakat lokal yang mengelola Kampung Wisata Tridi, harus lebih memerhatikan keunikan dari daya tarik dari kampung wisata tersebut. Daya tarik yang dijelaskan dalam penelitian ini termasuk

konsep yang ditawarkan, harga dari tiket masuk, dan kemudahan akses menuju lokasi Kampung Wisata Tridi.

Berbeda dengan Mirasaputri dan Dewi, Januar (2015) dalam studinya yang berjudul “Studi Kualitatif Motif & Kepuasan Penggunaan Foto Selfie Dalam Akun Instagram” studi ini menggunakan bentuk penelitian kualitatif, analisis dalam penelitian ini dilakukan pertama-tama dengan menanyakan pemahaman narasumber tentang foto selfie, selanjutnya peneliti mengambil foto selfie yang muncul pada bulan April-Mei 2014 di akun instagram, lalu peneliti melakukan analisis level teks dan mendapatkan kategorisasi. Kategorisasi tersebut dikonfirmasi kepada narasumber dengan mencari alasan mengupload foto selfie. Setelah mengetahui alasan penggunaan foto selfie dalam akun instagram, peneliti melihat kepuasan penggunaan foto selfie dengan teori yang dicetuskan Sven Widhl yang membagi kepuasan menjadi tiga yaitu sebelum, sesaat, dan sesudah penggunaan selfie.

Studi lainya juga oleh Ni Kadek dkk (2018), studinya berjudul “Wisata Swafoto Sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Wanagiri, Buleleng” (studinya dilakukan pada Dusun Yeh Ketipat, Desa Wanagiri, Sukasada, Kabupaten Buleleng). Studi ini bertujuan untuk mendapatkan karakteristik wisatawan dan potensi Dusun Yeh Ketipat sebagai atraksi swafoto, metode dan tehnik pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara terhadap 6 orang dengan masyarakat selaku pengelola, dokumentasi dan penyebaran angket kepada 30 responden dengan menggunakan metode accidental sampling. Hasilnya yaitu karakteristik wisatawan yang berkunjung ke wisata selfie Desa Wanagiri didominasi oleh kaum perempuan, dengan tingkat usia 15-34 tahun, pelajar, berasal dari Denpasar dan rata-rata berkunjung maksimal 3 kali.

Dalam studi yang dilakukan oleh Nadiyah (2018) studi berjudul “Instagram Selfie di Pameran ARTJOG”, studi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi bagaimana selfie yang dilakukan diantara karya seni dalam sebuah pameran seni menggunakan media sosial maupun untuk menentukan bagaimana pengaruh media sosial terhadap pengunjung pameran. Objek penilitin dibatasi pada selfie-selfie dengan karya seni dengan media sosial instagram dan dilakukan pada 2016, karya pamer yang dipilih dalam kajian ini adalah yang dipamerkan diartjog.

Pengumpulan data instagram dilakukan dengan kategori-kategori pencarian data berdasarkan tanda tagar, seleksi selfie dipameran artjog setelah melihat selfie dipameran yang merajalela juga melihat unggahan dengan tagar artjog mencapai 25.883 dan didominasi oleh selfie. Kebanyakan aksi selfie dengan karya seni dan ditampilkan di ruang-ruang publik dilakukan tanpa menyebutkan identitas karya tersebut dan menambahkan sebuah ‘keterangan’ baru pada karya tersebut tanpa ijin dari penciptanya.

Pada studi sebelumnya melihat tentang eksistentensi diri pada setiap kali mereka berswafoto, dan pada studi sebelumnya juga sudah ada studi tentang gaya hidup pada remaja akan tetapi berbeda dengan studi-studi sebelumnya dalam studi ini ingin melihat penciptaan ruang gaya hidup di Kota Ternate.

Namun lebih fokus pada tempat swafoto karena pada dasarnya tren swafoto di Kota Ternate bukanlah hal yang baru dikalangan masyarakat akan tetapi dalam rentan waktu 5 tahun terakhir, bermunculan banyak tempat swafoto baik yang dibangun oleh pemerintah maupun masyarakat yang dikelola sehingga menjadi suatu tempat yang menjadi tren di Kota Ternate.

F. Kerangka Konseptual

Berdasarkan studi yang akan diteliti maka terdapat beberapa konsep yang akan digunakan dalam studi ini yaitu persepsi, motivasi, gaya hidup, dan partisipasi.

1. *Space* (Ruang) dan *Place* (Tempat)

Penggunaan kata dan istilah *space* (ruang) dan *place* (tempat) memiliki kedekatan yang cukup signifikan. Penggunaan istilah ini seringkali masih terkesan sama dan tidak ada batasan yang jelas. Yudhistira, Ferro (2010) dalam penelitiannya yang berjudul Ruang Ephemeral menekankan bahwa pembahasan ruang (*space*) dan tempat (*place*) cenderung mengarah pada apa yang dialami dan dirasakan oleh pengguna yang menggunakan suatu *space* atau *place*. Dalam undang-undang nomor 26 tahun 2007 tentang penataan ruang, menyebutkan ruang sebagai wadah yang meliputi ruang darat, ruang laut dan ruang udara, termasuk di dalam bumi sebagai satu kesatuan wilayah, tempat manusia dan makhluk lain hidup, melakukan kegiatan dan memelihara kelangsungan hidupnya.

Dan dalam penelitian terkemuka oleh Maya (2010) menjelaskan penggunaan istilah ruang dalam dunia arsitektur mengacu pada bahasa Inggris *space* dan bahasa Prancis *Espace*. Dimana istilah ini diturunkan dari induk kata dalam bahasa latin *spatium*, artinya wilayah tidak terbatas atau ekspansi dari tiga dimensi wadah seluruh obyek berada. Maya (2010) menjelaskan istilah *place* yang terdiri dari *polis* dan *ethea* yang merujuk pada pengertian *place* (tempat) yang merupakan tempat hidup yang sarat dengan makna politis. Sehingga tempat dilihat sebagai keberadaan dari segala sesuatu. Keberadaan dari segala sesuatu, mengartikan bahwa *place* memiliki nilai dari sesuatu tersebut (objek). *Place* adalah tempat terjadinya peristiwa. Peristiwa yang dimaksud dapat dilihat dalam bentuk kegiatan individu-individu yang dilakukan di dalamnya.

Menurut Najavi (dalam Rubianto Lidia, 2018) Setiap aktivitas bisa mengacu pada tindakan yang diberikan oleh pengguna. Namun makna dari *place* itu sendiri merujuk pada persepsi dan psikologis dari suatu pengalaman lingkungan yang dirasakan oleh manusia. Sehingga makna *place* bagi setiap pengguna mengarah pada hasil dari interaksi manusia dengan ruang hidupnya.

2. Persepsi

Sarlito W. Sarwono (2009:24) berpendapat persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi. Persepsi berlangsung pada saat seseorang meniram stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Persepsi merupakan proses pencarian informasi untuk dipahami yang menggunakan alat pengindraan (Salito W. Sarwono 2002:94). Di dalam persepsi mengandung suatu proses dalam diri untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana kita mengetahui orang lain. Pada proses ini kepekaan dalam diri seseorang terhadap lingkungan sekitar mulai terlihat. Cara pandang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari proses persepsi. Proses interaksi tidak dapat dilepaskan dari cara pandang atau persepsi satu individu terhadap individu yang lain, sehingga memunculkan apa yang dinamakan persepsi masyarakat. Persepsi masyarakat akan menghasilkan suatu penilaian terhadap sikap. Perilaku dan tindakan seseorang di dalam kehidupan masyarakat.

3. Motivasi

Motivasi didefinisikan sebagai proses yang menjelaskan mengenai kekuatan, arah, dan ketekunan seseorang dalam upaya untuk mencapai tujuan. (Robbins and Judge, 2015: 127). Kast dan Rosenzweig mendefinisikan. Motif sebagai sesuatu yang menggerakkan seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu atau

setidaknya untuk mengembangkan suatu kecenderungan perilaku yang khas (Kast dan Rosenzweig, 2005: 296). Motivasi dapat didefinisikan sebagai satu kekuatan dalam diri seseorang yang mendorong atau menggerakkannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dasarnya (Yorks, 2001: 21).

Tingkat kebutuhan akan memutuskan penghargaan seperti apa yang akan memuaskan seorang pekerja. Menurut Dessler, kebanyakan psikolog meyakini bahwa semua motivasi berasal dari suatu ketegangan yang terjadi jika satu atau lebih kebutuhan penting kita tidak terpenuhi (Dessler, 2006: 332). Maslow juga mengatakan bahwa: 'Hanya kebutuhan yang tidak terpenuhi yang akan menjadi sumber motivasi; kebutuhan yang terpenuhi tidak menciptakan ketegangan dan oleh karena itu tidak ada motivasi'. (Burke, 2007: 321). Ada tiga kualitas yang termasuk dalam setiap definisi motivasi: (1) menganggap adanya kekuatan dari dalam, (2) yang menggerakkan untuk bekerja, (3) menentukan arah tindakan (Russell, 2001: 5). Sejauh ini, proses motivasi telah dilihat sebagai proses membuat keputusan yang terjadi pada para pekerja (Aldag, 2002: 27). Vroom mendefinisikan motivasi sebagai proses untuk membuat pilihan dari berbagai kemungkinan aktivitas yang bisa dilakukan (Hammer dan Organ 2005:142). Motivasi adalah faktor yang menggerakkan, mengarahkan dan menyokong secara terus menerus hasil yang semakin meningkat (Duttweiler, 2006: 371)..

4. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lainnya. Pola-pola kehidupan sosial yang khusus seringkali disederhanakan dengan istilah budaya. Sementara itu, gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk kultural, tata krama, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik suatu kelompok.

Gaya hidup menurut Kotler (2002) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam bentuk aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu dalam kehidupannya, juga dapat dilihat dari aktivitas sehari-harinya dan minat apa yang menjadi kebutuhan dalam hidupnya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Menurut Assael (1984), gaya hidup adalah: “Cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (kegiatan), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan mereka (minat), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka (pendapat)”

Dalam pergaulan sosial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat dan akan menimbulkan konstruk sosial yang dimulai secara personal, dari individu ke individu lainnya, dan kemudian berkembang pada kelompok, disebut dengan gaya hidup. Seorang Profesor Sosiologi di Universitas Durham yaitu David Chaney mengkaji persoalan gaya hidup secara lebih komprehensif dan didasarkan dari berbagai perspektif. Menurut Gaya Hidup haruslah dilihat sebagai suatu usaha individu dalam membentuk identitas diri dalam interaksi sosial.

Dalam bukunya “*Life Style*” Chaney, 1996 (dalam Idi Subandy, 2004) mengatakan bahwa: “Gaya hidup selanjutnya merupakan cara-cara terpola dalam menginvestasikan aspek-aspek tertentu kehidupan sehari-hari dengan nilai sosial atau simbolik; tapi ini juga berarti bahwa gaya hidup adalah cara bermain dengan identitas.” Atau dengan kata lain : “Gaya hidup adalah suatu cara terpola dalam pergaulan, pemahaman, atau penghargaan artefak-artefak budaya material untuk

mengasosiasikan permainan kriteria status dalam konteks yang tidak diketahui namanya”.

Gaya hidup sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia hingga saat ini, salah satu yang menjadi fenomena baru pada saat ini yaitu dengan melakukan swafoto di tempat-tempat tertentu, dengan melakukan swafoto dan mengunggah di sosial media mereka seakan-akan menekankan bahwa keberadaan penampilan diri mereka akan menjadi sorotan utama orang lain dan itu sudah menjadi salah satu dari gaya hidup pada saat ini.

5. Partisipasi

Perencanaan partisipatif merupakan salah satu proses pembelajaran yang penting bagi masyarakat. Perencanaan partisipatif adalah perencanaan yang dalam tujuannya melibatkan kepentingan masyarakat, dan dalam prosesnya melibatkan masyarakat baik langsung maupun tidak langsung. Perencanaan partisipatif artinya menekankan partisipasi luas dari semua stakeholders dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan dalam pembangunan, (Suratman, 2008)

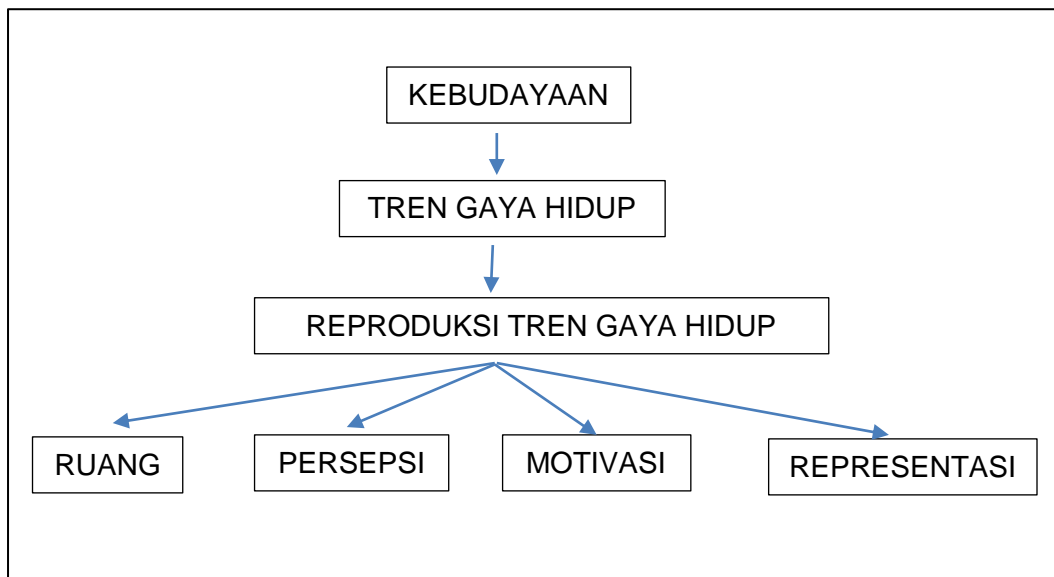
Konsep pembangunan partisipatif dikemukakan oleh (Nasrun, 2008) yaitu pembangunan yang dilaksanakan oleh berbagai komponen kepublikan (pemerintah, swasta dan organisasi masyarakat non pemerintah) secara tersistem. Selanjutnya dinyatakan bahwa ketertarikan sistemik dari berbagai komponen kepublikan dalam pembangunan daerah memerlukan langkah penyusunan portofolio yang didahului proses evaluasi internal dengan menggunakan analisis SWOT.

Perencanaan partisipatif menurut (Abe,2008) adalah perencanaan yang dalam tujuannya melibatkan masyarakat, dan dalam prosesnya melibatkan masyarakat (baik secara langsung maupun tidak langsung). Abe juga menawarkan dua bentuk perencanaan partisipatif yaitu: pertama, perencanaan yang langsung disusun

bersama rakyat, berupa perencanaan lokasi setempat (menyangkut daerah di mana masyarakat berada) dan berupa perencanaan wilayah yang disusun dengan melibatkan masyarakat secara perwakilan; kedua, perencanaan yang disusun melalui mekanisme perwakilan sesuai institusi yang sah (seperti parlemen).

Perencanaan menjadi salah satu hal yang selalu menjadi alasan seseorang untuk melakukan sesuatu yang baru kemudian bermunculan ide-ide dalam diri mereka, perencanaan dalam hal ini bisa kita lihat dengan tempat-tempat swafoto yang saat ini banyak di bangun di sekitar kita dan mereka kelola untuk mengembangkan tempat-tempat tersebut baik itu milik pemerintah atau milik masyarakat.

6. Kerangka Pikir



G. Metode Penelitian

Metode penelitian dipakai untuk mengarahkan peneliti agar dapat sistematis dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada rumusan masalah. Oleh karena itu, sebagaimana penelitian antropologi pada umumnya, penulis menggunakan

pendekatan kualitatif yang secara keseluruhan bersifat deskriptif, dimana data-data yang diperoleh bersumber dari hasil wawancara, observasi/pengamatan dan juga dari sumber-sumber sekunder yang merupakan arsip-arsip berkaitan langsung dengan permasalahan penelitian. Dengan metode penelitian yang dipakai, data-data yang diperoleh berada pada sistem saling memvalidasi, sehingga keabsahan data dapat dipertanggungjawabkan.

1. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada akhir bulan Mei hingga bulan Juli, kemudian penulisan hasil ini dilakukan pada pertengahan bulan November hingga awal bulan Desember 2020, bergeser jauh dari rencana awal yakni dari bulan Juli sampai dengan September 2020. Penelitian dilakukan di Kelurahan Takome yang secara administrasi masuk ke wilayah Kecamatan Ternate Barat, Kelurahan Moya yang secara administrasi masuk ke wilayah Kecamatan Ternate Tengah, Kelurahan Fitu yang secara administrasi masuk ke wilayah Kecamatan Ternate Tengah, dan Kelurahan Muhajirin dan Gamalama yang secara administrasi masuk ke dalam wilayah Kecamatan Ternate Tengah.

Alasan dipilihnya Kelurahan-Kelurahan tersebut sebagai lokasi penelitian yaitu karena lokasi ini memiliki tempat swafoto yang menjadi tren dikalangan masyarakat, tempat-tempat yang menarik dan nyaman di lengkapi berbagai ciri khas di setiap lokasi, serta berbagai motivasi yang dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat datang, sehingga menimbulkan pandangan masyarakat tentang tempat-tempat yang saat ini menjadi tren di masyarakat.

2. Informan

Informan pada penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive). Informan adalah orang yang diwawancara atau dapat memberikan informasi. Informan juga dapat dibedakan atas dua bagian yaitu informan kunci dan informan ahli. Informan kunci yaitu orang yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan sehingga data yang diperoleh bisa valid, adapun mereka adalah pemilik lokasi swafoto, kepala kelurahan, masyarakat yang datang berkunjung di lokasi swafoto yaitu Kelurahan Takome (tanjung tolire), Kelurahan Moya (taman moya dan taman love), Kelurahan Fitu (fitu puncak), Kelurahan Gamalama (taman nukila), dan Kelurahan Muhajirin (pantai falajawa).

3. Tehnik Pengumpulan Data

Data merupakan bahan penting yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan dan mencapai tujuan penelitian. Oleh karena itu data dan kualitas data merupakan pokok penting dalam penelitian karena menentukan kualitas hasil penelitian. Data diperoleh dari suatu proses yang disebut pengumpulan data dengan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur.

1.1 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan menelaah data-data dari buku atau jurnal ilmiah, dan skripsi yang memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dokumentasi menjadi data penunjang dalam sebuah penelitian, data penunjang berupa catatan wawancara dan gambaran yang berkaitan dengan tempat swafoto yaitu Kelurahan Takome (tanjung tolire), Kelurahan Moya (taman moya dan taman love), Kelurahan Fitu (fitu puncak), Kelurahan Gamalama (taman nukila), dan Kelurahan Muhajirin (pantai falajawa).

3.2 Observasi

Observasi yang dilakukan peneliti yang berkaitan dengan tren tempat swafoto di Kota Ternate, pengamatan yang dilakukan untuk mengumpulkan data dari hasil pengamatan fenomena dilapangan. Adapun hal-hal yang diobservasi adalah ruang swafoto, kostum pengunjung, perilaku pengunjung, interaksi antar pengunjung dan antara pengunjung dengan pengelola.

3.3 Wawancara

Wawancara merupakan proses pengumpulan data secara mendalam. Wawancara dilakukan dengan bertatap muka secara langsung dengan informan, kemudian memberi pertanyaan yang berkaitan dengan apa yang diteliti. Dari hasil wawancara, peneliti mendapat jawaban dari permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Hal-hal yang diperoleh melalui wawancara antara lain: persepsi masyarakat tentang tempat swafoto, motivasi membangun tempat swafoto, dan perencanaan serta pengelolaan tempat swafoto.

3.4 Teknik Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini secara kualitatif dan melakukan reduksi data. Dalam teknik analisis data dilakukan setelah semua data dari observasi hingga wawancara dikumpulkan. Ketika semua data sudah dikumpulkan maka penulis memilih data yang sesuai dengan fokus penelitian.

3.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan Skripsi di bagi ke dalam IV Bab yang terdiri dari ; I Pendahuluan, Pendahuluan berisikan tentang 1. Latar belakang, yang merupakan bagian awal dari penjelasan terkait gambaran dari penilitan yang akan penulis lakukan. Selanjutnya adalah 2. Rumusan masalah ; yang menjelaskan terkait perumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu 1. Bagaimana ruang

swafoto yang ada di kota Ternate? 2. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap ruang swafoto yang ada di kota Ternate? 3. Apa motivasi dalam membangun tempat swafoto di Kota Ternate? 4. Bagaimana gaya hidup masyarakat kota Ternate terepresentasi melalui ruang swafoto? Dan yang selanjutnya yaitu 3. Tujuan penelitian, yang menjelaskan terkait tujuan akhir dari penelitian ini yaitu 1. Untuk mendeskripsikan ruang-ruang swafoto yang ada di kota Ternate. 2. Untuk mengungkapkan persepsi masyarakat terhadap ruang swafoto yang ada di kota Ternate. 3. Untuk mengetahui motivasi dalam membangun tempat swafoto di Kota Ternate. 4. Untuk mendeskripsikan gaya hidup masyarakat kota Ternate terepresentasi melalui ruang swafoto. Berikutnya yaitu 4. Manfaat penelitian yang berisi Manfaat teoritis dan juga Manfaat Praktis, selanjutnya yaitu 5. Tinjauan Pustaka, merupakan beberapa literatur hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Setelah itu 6). Kerangka konseptual yang berisi beberapa konsep terkait studi yang akan di teliti yaitu; persepsi, motivasi, gaya hidup, dan partisipasi. Di kerangka konseptual juga berisi kerangka pikir. Selanjutnya 7). Metode penelitian, metode penelitian digunakan untuk mengarahkan penulis agar dapat sistematis dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada rumusan masalah, dalam metode penelitian juga terdapat lokasi dan waktu penelitian, informan, dan pengumpulan data. Bab II Gambaran umum lokasi penelitian yang berisi tentang dimana penelitian itu dilakukan. Selanjutnya Bab III yaitu data dan analisis yang didalamnya berisi hasil dari data penelitian, dan Bab IV Penutup terdiri dari Kesimpulan dan Saran.