

Hiperrealitas Pendaki Gunung Perempuan: Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Pendaki.Cantik_____

Oleh:

Jihan Alifia Afifah,

Ferry Adhi Dharma

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2025



Pendahuluan

Latar Belakang

- Fenomena pendakian gunung telah menjadi tren populer di kalangan perempuan.
- Akun official instagram yaitu akun @pendaki.cantik___ : 55,4 ribu pengikut, 4.583 postingan dan lainnya membuat tren ini semakin berkembang,
- Media sosial berperan dalam membentuk persepsi penonton dan memotivasi perempuan untuk mendaki , namun juga membawa tantangan terkait keselamatan dan kesadaran akan risiko yang ada.
- Meningkatnya insiden pendaki perempuan (hilang, meninggal) menunjukkan risiko nyata di balik tren ini. Media sosial berperan membentuk persepsi mendaki secara estetis dan inspiratif, mengaburkan kenyataan kerasnya pendakian.
- Mendaki gunung bukan hanya sekadar aktivitas fisik, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial yang lebih luas, termasuk representasi gender dan interaksi di era digital. Aktivitas mendaki masih sarat stereotip gender – dianggap hanya cocok untuk laki-laki.

Pendahuluan

Penelitian Terdahulu:

1. Aulia Maulana R. (2023): Pendaki perempuan masih menghadapi dominasi patriarki dalam izin dan partisipasi keluarga, menganggap bahwa anak perempuan harus terus berada di rumah, dan dilarang untuk pergi jauh seperti misalnya mendaki gunung. Seorang anak perempuan dianggap lemah tidak mampu untuk mengikuti olahraga ekstrim tersebut dan menganggap bahwa olahraga tersebut hanya milik laki-laki.
2. Adani & Setianingrum (2024): Dalam hal ini para pendaki Gen Z membentuk citra diri melalui unggahan foto ataupun video yang di bagikan melalui akun instagramnya. Berlomba untuk menampilkan dirinya dan menciptakan image semenarik mungkin dalam akun instagram pribadinya.
3. Risdiyani (2020): Menemukan bahwa terdapat korelasi positif antara unggahan di media sosial Instagram dengan minat mendaki gunung perempuan pada akun @pendakicantik.
4. Muslimah H. (2024): Hiperrealitas destinasi wisata di Instagram mempengaruhi persepsi dan minat perjalanan.

Pendahuluan

Teori

Jean Baudrillard Simulasi, simulakra & Hiperrealitas:

Hiperrealitas dan simulasi merupakan wilayah penting dalam pemikiran Baudrillard. Bagi Baudrillard konsep itu berpijak pada dunia yang tidak nyata dan khayal dalam kebudayaan kontemporer pada masa komunikasi dan juga informasi massa. Simulasi mempunyai tiga tahapan yaitu pemalsuan, produksi, dan simulasi; hanya pesanan pertama (palsu dan produksi) yang dimaknai secara eksplisit sebagai simulacrum. Ketika sesuatu telah meniru, menyalin, menggandakan atau menghasilkan sesuatu yang lain sebagai model. Sedangkan simulasi bagi Baudrillard adalah simulacrum dalam arti khusus, yang disebutnya sebagai true simulacrum, dalam artian sesuatu tidak menduplikasi sesuatu yang lain sebagai model acuannya melainkan menduplikasi dirinya sendiri, atau "...itu adalah simulacrum murninya sendiri". Dalam hal ini salinan dan asli, duplikat dan asli, serta model dan referensi, merupakan objek atau entitas yang sama. Hanya simulakrum sejati seperti inilah yang merupakan bagian dari apa yang disebut Baudrillard sebagai hiperrealitas.

Pendahuluan

Teori kesetaraan gender

- Perempuan berhak mengakses ruang publik yang sebelumnya didominasi laki-laki.
- Media sosial dapat menjadi alat afirmasi identitas dan eksistensi perempuan.

Rumusan Masalah & Tujuan

Rumusan Masalah:

1. Bagaimana representasi hiperrealitas pendaki gunung perempuan dikonstruksi melalui media sosial, khususnya akun Instagram @pendaki.cantik___, dengan pendekatan etnografi virtual
2. Bagaimana perempuan membentuk identitas mereka dalam komunitas pendaki?

Tujuan Penelitian:

Memberikan interpretasi kepada khalayak bahwasannya mendaki gunung bukan hanya sekadar aktivitas fisik, tetapi juga fenomena hiper yang merepresentasikan simulasi dari pengalaman individu yang ditampilkan di media sosial. Oleh karena itu, harapan penelitian ini dapat membuka pengetahuan terkait dinamika sosial yang terjadi di era digital dan peran media sosial dalam membentuk identitas perempuan dalam hobi mendaki gunung.

Metode

Pendekatan Penelitian: Kualitatif deskriptif

Menurut Bogdan & Taylor, pendekatan ini menghasilkan data deskriptif dari kata-kata tertulis/lisan, serta perilaku yang diamati.

Metode:Etnografi Virtual

Pemilihan metode etnografi virtual dalam penelitian ini didasarkan pada pandangan bahwa pendakian tidak lagi hanya sebagai sebuah trend, melainkan menjadi pola pemahaman atau kulturasi digital. Salah satu akun instagram yang menjadi fokus penelitian yaitu @pendaki.cantik___, menjadi salah satu akun referensi bagi para pendaki perempuan. Melalui komunitas digital akun instagram @pendaki.cantik___ peneliti ingin membongkar budaya mendaki bagi kaum perempuan, melihat bagaimana para pendaki perempuan melakukan komunikasi, membingkai pengalaman, serta membentuk cara pandang dan representasi diri dalam media sosial Instagram.

Metode

Teknik Pengumpulan Data:

Observasi Virtual selama 2 bulan

- ✓ Melihat pola unggahan, interaksi, caption, komentar
- ✓ Analisis konten visual: feeds, reels, dan hastag

Wawancara Daring Mendalam

- ✓ 5 informan dipilih secara purposive
- ✓ Variasi usia, pengalaman, latar belakang Dilakukan via Direct Message Instagram

Menggunakan kerangka teori Jean Baudrillard:

Simulasi, Simulakra dan Hiperrealitas

Diperkuat dengan Teori Kesetaraan Gender

Hasil dan Pembahasan

Observasi Virtual pada Akun @pendaki.cantik____

- Unggahan konsisten berupa repost dari followers (tag/kollab).Konten menonjolkan perempuan pendaki dengan pose estetis, latar alam di gunung, dan editan yang menyesuaikan trend.
- Hashtag seperti: #pendakicantik, #wanitapendaki, #girlmountaineers, dll → membentuk identitas komunitas.
- Komentar followers menunjukkan kekaguman & motivasi, menciptakan interaksi positif.

Para informan

Memiliki pengalaman mendaki 6–10 tahun, menjangkau gunung di Jawa, Sumatra, Lombok, NTT.

Pendaki berpengalaman → lebih siap fisik & mental.

Pendaki pemula → cenderung ikut tren media sosial.

Konten Instagram tidak hanya menampilkan risiko nyata → terbentuk hiperrealitas visual.

Hasil dan Pembahasan

Simulasi, Simulakra, dan Hiperrealitas Pendakian di Media Sosial

Akun instagram @pendaki.cantik___ ini merepresentasikan gaya hidup pendaki perempuan yang menarik untuk dieksplorasi melalui pendekatan etnografi virtual dan dielaborasikan dengan teori hiperrealitas dari Jean Baudrillard. Tidak semua akun media sosial dengan jumlah pengikut yang besar menciptakan hiperrealitas semu. Salah satu contohnya adalah akun komunitas @pendaki.cantik___, yang justru menghadirkan representasi realitas secara lebih seimbang menampilkan sisi lain dari aktivitas pendakian seperti risiko, bahaya, bahkan insiden kematian yang bisa terjadi di alam bebas. Dalam ranah media sosial, khususnya Instagram, representasi aktivitas mendaki gunung kerap mengalami proses editing. Hal ini sesuai dengan konsep hiperrealitas dari Jean Baudrillard, yaitu ketika representasi simulasi menjadi lebih dominan daripada kenyataan, bahkan menggantikan realitas itu sendiri.

Salah satu unggahan dari akun @nuruldin_8 menampilkan sekelompok perempuan sedang mendaki jalur terjal dan licin, dengan teks overlay: "POV: tertipu kalimat 'Aman kok buat perdana'." Teks ini menunjukkan narasi di media sosial yang sering menggambarkan pendakian sebagai aktivitas yang aman dan menyenangkan untuk pemula. Dalam konteks teori Baudrillard, pernyataan "aman kok buat perdana" adalah bentuk simulasi, di mana informasi tersebut menggantikan kenyataan sebenarnya—yakni bahwa pendakian memiliki risiko tinggi, terutama bagi pendaki baru. Kalimat tersebut menjadi simulakra, yaitu tanda yang tidak merujuk lagi pada kenyataan yang asli, melainkan pada versi "aman" yang dibentuk oleh media sosial. Dampaknya, banyak orang tertarik untuk mencoba tanpa kesiapan fisik dan mental yang memadai.

Hasil dan pembahasan

Proses simulasi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard juga terlihat jelas pada akun Instagram @pendaki.cantik____. Simulasi ini terjadi ketika representasi visual yang diunggah di Instagram tidak lagi merefleksikan kenyataan, melainkan menciptakan bentuk realitas baru. Konten-konten yang diunggah hanya menampilkan momen terbaik selama pendakian: seperti pose di puncak gunung, pemandangan eksotis, hingga gaya berpakaian modis yang estetik. Unsur kelelahan, konflik selama pendakian, bahaya cuaca ekstrem, dan tekanan mental tidak ditampilkan, sehingga citra mendaki terlihat mudah, menyenangkan, dan instagramable.

“Jika terdapat pendaki gunung perempuan di pegunungan yang sedikit sulit namun berhasil sampai puncak kemudian di posting maka beberapa pendaki perempuan lain mungkin akan muncul minat dan tertarik untuk mencoba. Namun pada pendakian tersebut sedikit orang yang mencapai puncak atau pendakian panjang seperti Argopuro maka orang-orang cenderung berfikir sebelum melakukan pendakian.” (Tania elviyonita, 25 tahun, 04 April 2025).

Jawaban informan di atas merupakan dominan dari jawaban informan yang lainnya, dan menunjukkan adanya representasi proses simulasi yang terjadi pada postingan akun @pendaki.cantik____

Pembahasan

Berbeda dengan contoh sebelumnya, akun @pendaki.cantik___ mengunggah video yang menunjukkan medan pendakian Gunung Rinjani yang ekstrem, diiringi caption: “Ternyata apa yg dilihat di sosial media tidak selamanya indah ya. Gunung Rinjani memang indah tapi untuk sampai ke sana butuh kekuatan fisik & mental yang sangat kuat! Dan inilah yang terjadi ketika dunia nyata & media sosial tidak sama.” Unggahan ini secara sadar membongkar ilusi visual yang kerap diproduksi oleh media sosial.

Dengan menampilkan sisi realitas kesulitan fisik, medan berat, dan tantangan mental akun ini melakukan fungsi kontra-hiperrealitas, yaitu menyeimbangkan antara simulasi dan kenyataan. Dalam kajian etnografi virtual yang telah dilakukan, akun @pendaki.cantik___ tidak hanya memoles visual agar tampak ideal, tetapi juga menjadi ruang edukatif dan reflektif yang membingkai realitas pendakian dengan lebih jujur dan kontekstual. Akun ini menghindari jebakan hiperrealitas penuh dengan estetik semu. Sebaliknya, ia memberikan tempat bagi narasi alternatif, yaitu pengakuan bahwa mendaki bukanlah hal mudah, terlebih bagi pemula atau perempuan yang masih sering dibatasi secara sosial dan kultural. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial juga dapat menjadi sarana untuk rekonstruksi realitas yang edukatif dan empatik, bukan sekadar arena pencitraan semu.

Pembahasan

Kesetaraan Gender dalam Konteks Representasi Perempuan Pendaki

Dalam realitas di tengah masyarakat, penegakkan kesetaraan dan kedailan gender ternyata tidak mudah terwujud hanya dengan pemberian kesempatan yang sama terhadap perempuan untuk melakukan aktivitas di berbagai bidang sebagaimana laki-laki [25]. Akun Instagram @pendaki.cantik__ ini menjadi ruang bagi perempuan untuk membuktikan eksistensinya dalam ruang yang sebelumnya didominasi laki-laki. Perempuan tampil sebagai subjek aktif, mampu menaklukkan alam, dan menunjukkan keberanian serta kemandirian. Hal ini mendukung teori kesetaraan gender, di mana perempuan memiliki hak dan kapasitas yang sama untuk mengakses ruang public, termasuk aktivitas mendaki gunung. Namun, muncul pula bentuk tekanan baru terhadap perempuan dalam wujud tuntutan visual dan performatif. Perempuan tidak hanya dituntut untuk tangguh secara fisik, tetapi juga menarik secara visual dan komunikatif di media sosial. Ini menciptakan beban ganda, di mana eksistensi perempuan diukur tidak hanya dari kemampuannya, tetapi juga dari bagaimana ia merepresentasikan dirinya secara estesis. Seperti yang dikatakan salah informan,

“Sosial media terutama instagram dapat membuktikan bahwa kesetaraan gender itu benar adanya kami pendaki perempuan juga mampu meraih puncak dan menikmati momen ketika mendaki, dengan mengabadikan melalui foto yang kemudian di posting artinya kita mengajak dan memberikan bukti bahwa semua aktivitas tentu dapat dinikmati. Baik laki-laki ataupun perempuan kami mampu mengekspresikan diri, saling tolong menolong, berbagi, menambah relasi yang tidak memandang gender dan menciptakan momen di ketinggian mapi serta tetap mengutamakan keselamatan.” (Laila, 23 Tahun, 05 April 2025).

Temuan Penting Penelitian

- Media sosial menciptakan simulasi visual aktivitas pendakian.
- Instagram menjadi arena simulakra, bukan hanya dokumentasi.
- Akun @pendaki.cantik___ menyajikan dua sisi: Representasi estetik (hiperrealitas) Narasi realistis (kontra-hiperrealitas)
- Akun Instagram @pendaki.cantik___ ini menjadi ruang bagi perempuan untuk membuktikan eksistensinya dalam ruang yang sebelumnya didominasi laki-laki.

Manfaat Penelitian

- Memberikan kajian representasi simulasi, simulakra, hiperralitas sosial media, gender, dan budaya digital.

Kesimpulan

- Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa fenomena hiperrealitas memang nyata terjadi di media sosial. Banyak akun yang menampilkan representasi kehidupan yang telah dikurasi secara estetik dan emosional, menciptakan citra yang sering kali tidak mencerminkan realitas sesungguhnya. Namun, di tengah dominasi representasi semu tersebut, masih terdapat akun media sosial yang menunjukkan sisi realitas, salah satunya adalah akun Instagram @pendaki.cantik___. Akun ini tidak hanya menampilkan citra estetik dari aktivitas pendakian, tetapi juga mengangkat gaya hidup para pendaki perempuan sebagai bentuk ekspresi diri, eksistensi, serta afirmasi atas kesetaraan gender dalam ruang publik yang selama ini didominasi oleh laki-laki.
- Dengan demikian, @pendaki.cantik___ merepresentasikan bahwa media sosial tidak selalu menciptakan dunia yang sepenuhnya terputus dari kenyataan. Sebaliknya, media sosial juga dapat menjadi ruang di mana realitas diartikulasikan ulang, baik dalam bentuk pengalaman personal maupun kolektif, termasuk dalam praktik mendaki gunung oleh perempuan. Akun ini menjadi contoh bahwa di era digital, media sosial dapat menjadi arena bagi perempuan untuk menampilkan identitas, membangun komunitas, dan menghidupkan gaya hidup yang nyata, meski tetap berada dalam ruang yang juga dipengaruhi oleh konstruksi simbolik dan visual. Media sosial menjadi medan simbolik yang mempertemukan aspek pemberdayaan dengan ekspektasi performatif. Penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa fenomena mendaki gunung oleh perempuan tidak hanya merupakan aktivitas fisik, tetapi juga merupakan konstruksi sosial yang dibentuk dan disebarluaskan melalui media digital.

Referensi

- [1] R. Aulia Maulana, "RELASI KUASA ANTARA ORANGTUA DAN ANAK PEREMPUAN PENDAKI GUNUNG (Studi Kasus: Komunitas Pendaki Gunung (KPG) Regional Depok)," Jakarta, Jul. 2023.
- [2] N. Sallahudin Adani and V. Maya Setianingrum, "STUDI FENOMENOLOGI PERSONAL BRANDING PENDAKI GEN-Z DI MEDIA SOSIAL," *The Commercium: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 8, pp. 97–107, 2024, [Online]. Available: <https://www.kompas.com/tanggal>
- [3] J. D. Pramita, S. Dadan, and W. Rizkidarajat, "Hiperrealitas Endorse dalam Media Sosial: Upaya Influencer di Kalangan Mahasiswa Unsoed dalam Menciptakan Konten di TikTok," *Jurnal Penelitian Inovatif*, vol. 4, no. 3, pp. 1827–1840, Sep. 2024, doi: 10.54082/jupin.577.
- [4] N. Risdiyani, "Pengaruh Postingan Akun Instagram Terhadap Minat Mendaki Gunung (Survey Pada Followers Wanita Akun Instagram @pendakicantik)," Jan. 2020.
- [5] H. Muslimah, "Hiperrealitas Pengunjung Objek Wisata Ala Luar Negeri di Instagram," *Iapa Proceedings Conference*, no. Resiliensi Indonesia dalam Pusaran Disrupsi Global, Oct. 2024, doi: 10.30589/proceedings.2024-1048.
- [6] G. Chairunnisa Hildhasari and F. Adhi Dharma, "Self-Disclosure in Introverted Individuals on Social Media from Erving Goffman's Dramaturgical Perspective Self-Disclosure pada Individu Introvert di Media Sosial dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman," 2024.
- [7] S. Naning, P. I. Komunikasi, I. Teknologi, and B. Kalbis, "SOCIAL MEDIA AND THE MILLENIAL CELEBRITIES' CULTURE ON INSTAGRAM," 2022.
- [8] S. A. Kamaruddin, A. Adam, and A. G. R. Chakti, "Komodifikasi Media Sosial Dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard," *Bosowa Journal of Education*, vol. 5, no. 1, pp. 177–180, Dec. 2024, doi: 10.35965/bje.v5i1.5462.
- [9] J. Baudrillard, "Simulacra and Simulation. *Semiotext(e)*," Dec. 1981, doi: 10.35965/bje.v5i1.5462.
- [10] R. dan Taylor. Bogdan, "Pengantar Metode Penelitian Kualitatif," 1975.
- [11] C. M. Hine, "Virtual Ethnography. Thousand Oaks," CA: Sage Publications Ltd. Diakses dari BookFinder database., 2000.
- [12] A. Supriady, N. Trisari Schiff, M. Ramadhani, S. Pasundan, and M. Ramadhani, "Aktivitas Pendakian Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Climbing Activities of Gunung Gede Pangrango Nasional Park," 2022.

Referensi

- [13] Bagas, A. Permadi, B. A. Permadi, M. Yunus, I. Hariadi, and M. Putra, "Tingkat Aktivitas Fisik Pendaki Gunung Panderman Buthak Kota Batu," *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, vol. 4, no. 1, pp. 302–315, 2025, doi: 10.58192/populer.v4i1.3076.
- [14] H. Betta Sugiri, S. Fatmawati, and A. Info Artikel, "GAMBARAN SELF EFFICACY PADA PENDAKI DALAM MENGHADAPI BENCANA ERUPSI DI GUNUNG SINDORO," *IJOH: Indonesian Journal of Public Health*, vol. 3, no. 1, 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJOHhttps://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJOH>
- [15] O. : Gede and A. Siswadi, "HIPERREALITAS DI MEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF SIMULAKRA JEAN BAUDRILLARD (Studi Fenomenologi pada Trend Foto Prewedding di Bali)," 2022. [Online]. Available: <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/dharmasmrti/issue/view/23https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/dharmasmrti/issue/view/23>
- [16] D. Hariyanto, F. A. Dharma, I. Yussof, and F. Muharram, "The Hyperreality of Identity Politics on Social Media," *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, vol. 8, no. 1, pp. 19–38, Jun. 2024, doi: 10.15575/cjik.v8i1.28356.
- [17] D. Hariyanto, F. A. Dharma, I. Yussof, and F. Muharram, "The Hyperreality of Identity Politics on Social Media," *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, vol. 8, no. 1, pp. 19–38, Jun. 2024, doi: 10.15575/cjik.v8i1.28356.
- [18] Tri Vionita Sujianto, "REPRESENTASI GENDER DALAM FILM IMPERFECT (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)," PURWOKERTO, 2025.
- [19] A. A. N. A. S. Wardhana, "Hiperrealitas dalam Permainan Video Daring: Simulasi, Simulakra, dan Hiperrealitas Garena Free Fire," *PERSPEKTIF*, vol. 11, no. 2, pp. 607–614, Mar. 2022, doi: 10.31289/perspektif.v11i2.6011.
- [20] A. P. Ady Triyas, D. R. Wulan Maulida, and N. A. Rahmawati, "Analisis Representasi Influencer dalam Memunculkan Budaya Hiperrealitas Mahasiswa Terhadap Suatu Produk Melalui Konten Review," *Jurnal Penelitian Inovatif*, vol. 4, no. 3, pp. 1025–1036, Jun. 2024, doi: 10.54082/jupin.457.
- [21] T. Saumantri, dan Abdu Zikrillah, J. Sejarah dan Kebudayaan Islam, J. Komunikasi dan Penyiaran Islam, and I. Syekh Nurjati Cirebon, "TEORI SIMULACRA JEAN BAUDRILLARD DALAM DUNIA KOMUNIKASI MEDIA MASSA JEAN BAUDRILLARD'S SIMULACRA THEORY IN THE COMMUNICATION WORLD OF MASS MEDIA," 2020.
- [22] M. M. Rizky and D. Hariyanto, "The Commodification of Mount Pundak Ecotourism from Jean Baudrillard's Perspective [Komodifikasi Ekowisata Gunung Pundak Dalam Perspektif Jean Baudrillard]."
- [23] F. Ushuluddin Adab Dan Dakwah, "SKRIPSI HIPERREALITAS REPRESENTASI CITRA DIRI MELALUI FITUR INSTASTORY (STUDI FENOMENOLOGI PADA MAHASISWA IAIN PAREPARE)," 2023.
- [24] Roni Edison, "Virtual Reality: Hiperkonsumerisme, Hiperteks, Hipermedia, Hiperealitas," *Jurnal rekam*, vol. 10, no. 2, 2020.
- [25] N. Ajizah, U. Sunan Kalijaga Yogyakarta, U. Sunan Gunung Djati Bandung, and P. Korespondensi, "Aktualisasi Perempuan dalam Ruang Domestik dan Ruang Publik Perspektif Sadar Gender," *Az-Zahra: Journal of Gender and Family Studies*, vol. 2, no. 1, pp. 59–73, 2021, doi: 10.15575/azzahra.v2i1.

