

The Hyperreality of Female Mountain Climbers on Instagram [Hiperrealitas Pendaki Gunung Perempuan dalam Media Sosial Instagram]

Jihan Alifia Afifah¹⁾, Ferry Adhi Dharma^{*,2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: ferryadhidharma@umsida.ac.id

Abstract. *The phenomenon of female mountaineering has increased significantly on digital platforms, although it often produces aesthetic images that do not reflect the true reality. Departing from this phenomenon, this study aims to analyze the representation of hyperreality of female mountaineers on social media, specifically the Instagram account @pendaki.cantik. This study uses a virtual ethnography method by conducting virtual observations for two months of posts, interactions, and visual content of the @pendaki.cantik account, as well as in-depth interviews with five active followers selected purposively. The results of this study indicate that the @pendaki.cantik account is found to have an aesthetic visual simulation that creates a hyperreality of the “ideal female climber” while inserting a counter-hyperreality narrative through uploaded content “posted vs reality” that challenges gender stereotypes. The conclusion of this study is that social media functions dually as a space for identity affirmation and gender equality. The academic implication is that hyperreality on social media is an interesting study, because it can change stereotypes about masculinity and femininity, such as mountaineering, which has long been considered a masculine activity.*

Keywords - Hyperreality; Virtual Ethnography; Instagram; Female Climbers

Abstrak. *Fenomena pendakian gunung oleh perempuan meningkat signifikan di platform digital, meskipun seringkali menghasilkan citra estetis yang tidak mencerminkan realitas sesungguhnya. Berangkat dari fenomena tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi hiperrealitas pendaki gunung perempuan di media sosial, khususnya akun Instagram @pendaki.cantik. Penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual dengan melakukan observasi virtual selama dua bulan terhadap unggahan, interaksi, dan konten visual akun @pendaki.cantik, serta wawancara mendalam dengan lima pengikut aktif yang dipilih secara purposif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun @pendaki.cantik ditemukannya simulasi visual yang estetis yang menciptakan hiperrealitas “pendaki perempuan ideal” sekaligus menyisipkan narasi kontra hiperrealitas melalui konten unggahan “posted vs reality” yang perlawanan dengan stereotip gender. Kesimpulan penelitian ini adalah media sosial berfungsi ganda sebagai ruang afirmasi identitas dan kesetaraan gender. Adapun implikasi secara akademis bahwa hiperrealitas di media sosial menjadi kajian yang menarik, karena dapat merubah stereotip terhadap maskulinitas dan feminitas seperti halnya pendakian gunung yang selama ini dianggap sebagai aktivitas maskulin.*

Kata Kunci - Hiperrealitas; Etnografi Virtual; Instagram; Pendaki Perempuan.

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, pendakian gunung telah menjadi tren yang sangat diminati oleh perempuan di Indonesia, didorong oleh popularitas akun Instagram seperti @pendaki.cantik (112 ribu pengikut, 2.889 unggahan), @pendaki.wanita (37,5 ribu pengikut, 998 unggahan), @mutiaraaft_ (208 ribu pengikut, 859 unggahan), dan @marwahzara (45,2 ribu pengikut, 213 unggahan). Jumlah pengikut yang signifikan pada akun-akun tersebut menunjukkan fenomena mendaki gunung telah berkembang menjadi gerakan sosial yang besar, yang menantang stereotip gender bahwa pendakian gunung merupakan aktivitas maskulin. Namun, tren ini diiringi peningkatan risiko fatal bagi pendaki perempuan, seperti kasus lima pendaki tersesat di Gunung Muria (11/9/2024), Naomi Daviola Steyanie hilang di Gunung Slamet (7/10/2024), pendaki inisial DM jatuh ke jurang di Gunung Abang (14/9/2024), dan pendaki tewas terseret arus di Gunung Bekel (7/12/2024).

Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti fenomena ini. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aulia Maulana R. [1], dalam konteks pendakian gunung oleh perempuan, ketidakadilan gender terjadi dalam proses perizinan dari orang tua. Pola relasi ini masih menunjukkan bahwa orang tua masih memandang bahwa anak perempuan seharusnya tidak pergi ke alam bebas karena dianggap lemah dan tidak mampu menghadapi ancaman di luar rumah. Pola pikir keluarga yang masih 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. Penelitian yang dilakukan oleh Adani

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

& Setianingrum [2], menunjukkan bahwa kehadiran media sosial juga menarik perhatian Gen Z dan membuat mereka lebih kompetitif dalam memamerkan gaya mereka. Hal ini seringkali dilakukan oleh banyak Gen Z dengan hobi mendaki gunung, membentuk citra diri melalui unggahan foto maupun video yang dibagikan melalui akun Instagramnya. Nyatanya fenomena munculnya banyak pendaki gunung dengan usia muda juga dilatar belakangi bahwa Gen Z dengan usia produktif, memiliki banyak waktu untuk mengeksplorasi hobi dan kegemarannya, serta memiliki banyak waktu untuk mengakses media sosial termasuk Instagram. Orang-orang berlomba untuk menampilkan dirinya dan menciptakan citra diri semenarik mungkin dalam akun Instagram pribadinya.

Penelitian Risdiyani N. [3], menemukan bahwa terdapat korelasi positif antara unggahan di media sosial Instagram dengan minat mendaki gunung perempuan pada akun @pendakicantik. Ada pula penelitian dari Muslimah H. [4], juga menemukan bahwa faktor yang menarik perhatian hiperrealitas yang dilakukan oleh para pengunjung terhadap destinasi wisata internasional di Instagram, antara lain termasuk tren membagikan foto-foto yang Instagramable, dampak dari lingkungan pertemanan, tingginya pembangunan tempat wisata untuk swafoto, serta minat dalam kegiatan perjalanan. Selanjutnya, penelitian ini menguatkan teori hiperrealitas Jean Baudrillard yang dilakukan Kamaruddin Syamsu A. dkk [5], menyatakan simulasi adalah proses di mana tanda-tanda atau representasi menggantikan kenyataan itu sendiri, menciptakan dunia yang sepenuhnya didominasi oleh tanda-tanda yang tidak lagi mencerminkan realitas, tetapi menjadi realitas itu sendiri. Dalam proses simulasi, media sosial tidak lagi mencerminkan realitas, melainkan menciptakan realitas itu sendiri. Bahkan, apa yang ditampilkan di media sosial bisa terasa lebih nyata daripada realitas sebenarnya [6]. Media sosial sangat berperan untuk membentuk persepsi penonton dan memotivasi perempuan untuk. Namun, media sosial juga bisa membawa tantangan terkait keselamatan dan kesadaran akan risiko yang ada. Dalam hal ini, penting untuk memahami bahwa mendaki gunung bukan hanya sekadar aktivitas fisik, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial yang lebih luas, termasuk representasi gender dan interaksi di era digital. Dengan adanya media sosial dari internet salah satunya Instagram inilah memberikan sarana kepada penggunanya dalam berkomunikasi jarak jauh. Media sosial juga memiliki peranan penting yaitu sebagai sarana ekspresi diri atau aktualisasi diri dari penggunanya, karena mampu mengubah penggunanya baik cara mereka dalam bersosialisasi dan berkomunikasi dengan memberikan kesempatan untuk mengekspresikan diri [7].

Meskipun demikian, terdapat research gap yang jelas dalam penelitian ini, belum ada penelitian sebelumnya yang secara spesifik menganalisis konstruksi hiperrealitas pada akun komunitas @pendaki.cantik melalui etnografi virtual. Pendekatan ini menggabungkan teori simulasi, simulakra, dan hiperrealitas dari Jean Baudrillard dengan dinamika kesetaraan gender perempuan pendaki. Penelitian sebelumnya biasanya hanya mengkaji hubungan minat mendaki, citra diri, atau hiperrealitas secara umum, tanpa pendekatan etnografi virtual yang mendalam terhadap salah satu akun komunitas. Penelitian ini berbeda dan memiliki pembaharuan yang mana: (1) fokus pada etnografi virtual pada akun Instagram komunitas @pendaki.cantik, bukan personal branding individu seperti; (2) menggunakan metode observasi 2 bulan konten visual dan wawancara pengikut; (3) mengaitkan teori Jean Baudrillard dengan kesetaraan gender, bukan analisis hiperrealitas terpisah; serta (4) mengungkap fungsi ganda akun sebagai arena hiperrealitas estetis sekaligus kontra stereotip gender temuan yang absen di literatur sebelumnya. Selain itu, teori gender akan membantu menjelaskan bagaimana perempuan berinteraksi dengan ruang publik melalui hobi mendaki gunung.

Jean Baudrillard, seorang tokoh filsafat postmodern asal Prancis, mengemukakan konsep simulasi dan hiperrealitas yang sangat relevan dalam memahami fenomena media sosial masa kini. Hiperrealitas, sebuah konsep yang dikenalkan oleh Jean Baudrillard, menggambarkan situasi di mana batas antara yang nyata dan representasi menjadi samar. Menurut Jean Baudrillard, dunia hiperrealitas ini tidak hanya menciptakan ilusi, tetapi juga menjadi kenyataan baru yang sepenuhnya diterima oleh penggunanya [8]. Berdasarkan rumusan masalah dan riset di atas, tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana representasi hiperrealitas pendaki gunung perempuan dikonstruksi melalui akun media sosial Instagram @pendaki.cantik menggunakan pendekatan etnografi virtual, dengan kerangka teori simulasi, simulakra, dan hiperrealitas Jean Baudrillard. Serta teori kesetaraan gender untuk memahami dinamika simbolik identitas perempuan di ruang digital. Penelitian ini berkontribusi secara teoritis dengan memperdalam penerapan teori Jean Baudrillard dalam konteks gender dan etnografi virtual Indonesia, serta secara praktis dengan memberikan rekomendasi keselamatan pendakian berbasis dekonstruksi hiperrealitas media sosial, sehingga mendorong persepsi publik yang lebih realistis terhadap aktivitas ekstrim perempuan. Media sosial tidak lagi merefleksikan realitas, melainkan menciptakannya, menjadikan analisis ini penting untuk memahami interaksi gender di era digital

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual. Bogdan dan Taylor menjabarkan bahwa pendekatan kualitatif adalah sebuah mekanisme penelitian yang memunculkan data deskriptif dari berbagai sumber [9]. Sedangkan etnografi virtual merupakan metodologi yang gunanya untuk mengeksplorasi terhadap entitas pengguna yang menggunakan internet. Sebagai metodologi, etnografi virtual untuk mengeksplorasi aktivitas pengguna internet dan merefleksikan dampak dari komunikasi melalui internet [10]. 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 perempuan, melihat bagaimana para pendaki perempuan melakukan komunikasi, membingkai pengalaman, serta membentuk cara pandang dan representasi diri dalam media sosial Instagram.

Peneliti mengumpulkan data melalui observasi virtual selama dua bulan. Observasi ini mencakup pengamatan terhadap pola unggahan, interaksi, penggunaan tagar, serta tema-tema dominan dalam konten. Peneliti juga menganalisis konten visual baik feeds dan Reels, serta teks pendukung seperti caption dan komentar, dengan fokus pada representasi perempuan, konstruksi identitas, dan simulasi pengalaman mendaki gunung. Selain itu, dilakukan wawancara daring mendalam terhadap lima pengikut akun Instagram @pendaki.cantik yang dipilih secara purposif berdasarkan variasi usia, latar belakang, dan pengalaman mendaki. Wawancara dilakukan melalui Direct Message, dengan panduan pertanyaan terbuka mengenai motivasi mengikuti akun, persepsi terhadap representasi perempuan, serta pengalaman pribadi yang berkaitan dengan fenomena hiperrealitas. Penemuan data dianalisis menggunakan kerangka teori simulasi, simulakra, dan hiperrealitas dari Jean Baudrillard serta teori gender, untuk memahami bagaimana aktivitas mendaki gunung oleh perempuan di media sosial dimaknai sebagai konstruksi realitas yang disimulasikan, hingga membentuk hiperrealitas dalam ruang digital.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini adalah adanya konstruksi makna yang dilakukan melalui unggahan Instagram dengan pola konsisten pada feeds, reels, dan story Instagram yang merupakan unggahan ulang dari para pengikut yang menggunakan fitur menandai akun ataupun kolaborator yang tersedia di Instagram. Foto-foto yang diunggah menampilkan perempuan pendaki dengan pose estetik, latar belakang lanskap alam yang menawan, dan pencahayaan yang mendukung keindahan visual pada akun Instagram @pendaki.cantik. Mendaki adalah suatu kegiatan atau hobi yang bisa mendatangkan kepuasan diri karena banyak hal yang bisa dinikmati saat mendaki, mulai dari melihat alam yang luar biasa yang diberikan Tuhan hingga belajar dari alam [11]. Hasil penelitian ini sejalan dan didukung oleh penelitian sebelumnya [12] yang menemukan banyak pendaki gunung asal-asalan tanpa persiapan fisik maupun pengetahuan. Sebagian dari mereka mendaki hanya untuk memenuhi unggahan sosial media mereka, ada juga yang hanya mengikuti tren karena adanya tren mendaki yang akhir ini kian populer sebagai pelarian dari hiruk pikuk kota ke tempat yang tenang dan damai. Memiliki pengalaman, ilmu dan keterampilan yang cukup sangat penting untuk menghadapi berbagai situasi yang mungkin terjadi selama pendakian.

Dari data yang didapat penulis para informan memiliki pengalaman cukup lama, ada yang 6 tahun, 8 tahun, hingga 10 tahun. Dan para informan sudah memiliki banyak pengalaman dengan mendaki di berbagai macam gunung yang ada daerah Jawa Lombok, Bali, Sumatra dan Nusa Tenggara Timur. Para informan cenderung lebih suka mendaki tektok karena waktu yang dimiliki untuk hobi ini tidak banyak sehingga mdpl (meter di atas permukaan laut) yang dapat dijangkau, namun ada juga informan yang menyukai pendakian gunung dengan mdpl (meter di atas permukaan laut) di atas 2000. Seperti yang diungkapkan salah satu informan Amanda Syakila Salsabil (24 tahun) yang sejak tahun 2018 sampai sekarang tahun 2025. Sudah banyak mendaki gunung di Jawa Tengah kecuali gunung merapi dan beberapa gunung di Jawa Barat. Berdasarkan pengalaman dari informan di atas, menunjukkan bahwa pendaki berpengalaman umumnya sudah siap secara fisik dan mental, serta memiliki perlengkapan dan peralatan yang diperlukan, sehingga peluang untuk berhasil dalam pendakian lebih tinggi. Di sisi lain, pendaki pemula mungkin mengalami kecemasan dan ketidakpastian yang lebih besar saat menghadapi situasi sulit. Terdapat konsistensi dalam penggunaan hashtag seperti #pendakicantik, #wanitapendaki, #girlmountaineers, #pendakigunungindonesia yang menjadi penanda identitas komunitas sekaligus strategi untuk menjangkau audiens lebih luas. Komentar seperti “Seru banget naik gunung”, “keren kak naik gunung”, “enak banget melihat orang-orang naik gunung” dari pengikut menunjukkan respon positif dan kekaguman terhadap figur perempuan dalam unggahan tersebut, menciptakan ruang interaktif yang memperkuat nilai simbolis dari konten. Namun, selama observasi, hampir tidak ditemukan narasi atau visual yang menunjukkan kesulitan, kegagalan, atau resiko dalam pendakian. Hal ini memperkuat dugaan bahwa akun ini merepresentasikan hiperrealitas yang sudah dipoles secara estetika dan emosional.

A. Simulasi, Simulakra, dan Hiperrealitas Pendakian di Media Sosial

Hiperrealitas dan simulasi merupakan wilayah penting dalam pemikiran Jean Baudrillard. Bagi Jean Baudrillard konsep itu berpijak pada dunia yang tidak nyata dan khayal dalam kebudayaan kontemporer pada masa komunikasi dan juga informasi massa [13]. Simulasi mempunyai tiga tahapan yaitu pemalsuan, produksi, dan simulasi; hanya pesanan pertama (palsu dan produksi) yang dimaknai secara eksplisit sebagai simulakra. Ketika sesuatu telah meniru, menyalin, menggandakan atau menghasilkan sesuatu yang lain sebagai model. Sedangkan simulasi bagi Jean

Baudrillard adalah simulakra 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 simulakra murninya sendiri”. Dalam hal ini salinan dan asli, duplikat dan asli, serta model dan referensi, merupakan objek atau entitas yang sama. Jean Baudrillard menyatakan bahwa hiperrealitas dibentuk oleh simulakrum yang murni. Akun Instagram @pendaki.cantik ini merepresentasikan gaya hidup pendaki perempuan yang menarik untuk dieksplorasi melalui pendekatan etnografi virtual dan diuraikan 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 [14]. 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. Seperti salah satu unggahan dari akun Instagram @nuruldin_ di bawah ini.



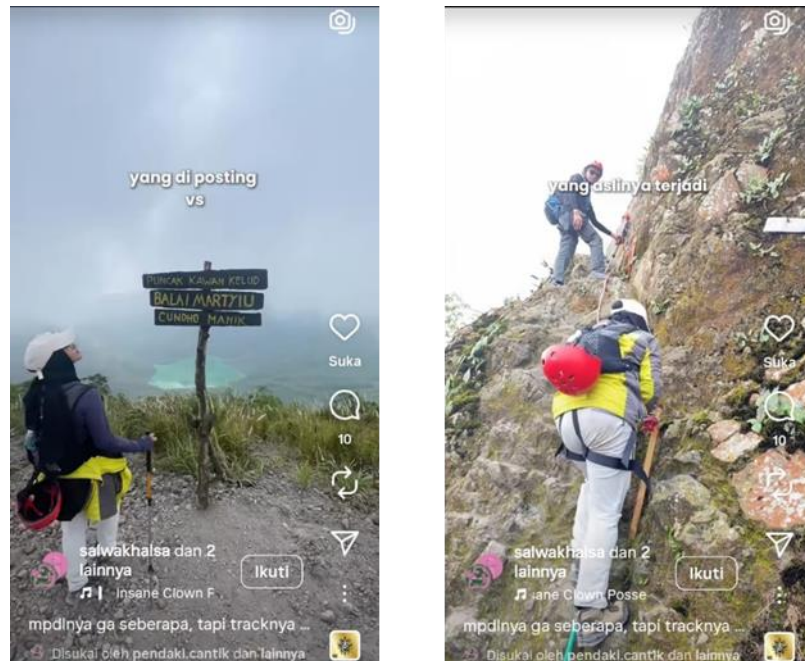
Gambar 1. Mengilustrasikan simulasi “aman kok buat perdana” yang menipu pemula, sesuai teori Jean Baudrillard.

(Source: @nuruldin_8 [15])

Unggahan dari akun @nuruldin_8 di atas 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 Jean 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. 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. Faktor kelelahan, konflik selama pendakian, bahaya, cuaca ekstrim, dan tekanan mental tidak ditampilkan. Sehingga citra mendaki terlihat mudah, menyenangkan, dan Instagramable.

Untuk memahami bagaimana representasi pendakian gunung di Instagram memengaruhi persepsi audiens, peneliti menggali pandangan informan mengenai konten yang ditampilkan serta dampaknya terhadap minat dan pertimbangan pendakian. Ringkasan hasil wawancara pada informan Tania Elviyonita (25 tahun) mengungkapkan bahwa unggahan pendaki perempuan yang berhasil mencapai puncak gunung, meskipun melalui jalur yang tergolong sulit, dapat memunculkan minat dan dorongan bagi pendaki perempuan lain untuk mencoba. Namun demikian, Tania juga menekankan bahwa pada pendakian dengan tingkat kesulitan tinggi atau durasi yang panjang, seperti Gunung Argopuro, jumlah pendaki yang berhasil mencapai puncak relatif sedikit. Kondisi tersebut mendorong sebagian orang

untuk berpikir ulang sebelum melakukan pendakian, meskipun representasi visual di media sosial menampilkan keberhasilan sebagai pengalaman yang dominan. Jawaban informan tersebut mencerminkan pandangan dominan dari informan lainnya dan menunjukkan adanya proses simulasi dalam unggahan akun Instagram @pendaki.cantik, di mana keberhasilan visual lebih ditonjolkan dibandingkan kompleksitas proses pendakian. Proses simulasi ini semakin terlihat melalui konten yang secara sadar membandingkan antara apa yang ditampilkan di media sosial dengan kondisi lapangan yang sebenarnya, sebagaimana ditunjukkan pada unggahan berikut.



Gambar 2. Menunjukkan kontra-hiperrealitas dengan “posted vs reality”, menyeimbangkan keindahan dengan risiko.

(Source: @pendaki.cantik [16])

Berbeda dengan contoh sebelumnya, akun Instagram @salwakhalsa yang berkolaborasi dengan akun Instagram @pendaki.cantik mengunggah video reels yang menunjukkan apa yang di posting VS apa yang aslinya terjadi, dengan caption: “MDPLnya gak seberapa, tapi tracknya bikin orang kenapa kenapa.” 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 menekankan visual agar tampak ideal, tetapi juga menjadi ruang edukatif dan reflektif yang membingkai realitas pendakian dengan lebih jujur serta sesuai dengan situasi yang dialami.

Akun ini tidak hanya menonjolkan hiperrealitas penuh dengan estetika 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 solidaritas, bukan sekadar arena pencitraan semu. Caption “mdplnya tidak seberapa, tetapi tracknya...” secara langsung mengakui adanya perbedaan antara kenyataan dan representasi visual di media sosial. Representasi merujuk pada aktivitas menyajikan ulang, menggambarkan sesuatu, atau menciptakan gambaran untuk memaknai apa yang disampaikan oleh suatu teks. Teks ini bisa berupa tulisan, gambar, peristiwa nyata, atau materi audio visual. Konsep representasi berfungsi untuk menunjukkan keterkaitan antara teks dan realitas. Menurut pandangan Hall, representasi tidak hanya sekedar penggambaran realitas, tetapi juga membentuk dan memberi pengaruh kepada cara pandang kita dalam memahami dunia. Maka, representasi ialah sebuah praktik sosial yang melibatkan cara memahami dan membentuk realitas berdasarkan perspektif masyarakat [17]. Proses simulakra muncul ketika gambar atau simbol idealisasi perempuan tangguh, mandiri, dan fashionable, dalam hal ini foto pendakian di media sosial menjadi lebih bermakna daripada pengalaman nyatanya. Simulakra dari simulasi, adalah bentuk yang didapat dari informasi atau pesan, model, sibernetika dan permainan hiperreal. Tujuannya untuk memperoleh kekuatan penuh atas pembentukan simulakra [18].

Representasi seperti foto di puncak Mt. Kelud, dengan pakaian estetik dan ekspresi bahagia, membentuk simbol “pendaki ideal” dan tidak mencerminkan proses mendaki yang utuh, tetapi justru membentuk simbol baru yang dipercaya sebagai “kenyataan.”

Jean Baudrillard menjelaskan simulakra adalah suatu proses atau model untuk menciptakan suatu realitas yang tidak realistis (semu) tanpa mengacu pada realitas aslinya. Karena realitas semu ini menjadi acuan dirinya sendiri, maka ia dianggap sebagai realitas asli dan bahkan mungkin lebih penting daripada realitas aslinya [19]. Istilah simulakra merupakan sebuah sebutan teori untuk menjelaskan sebuah simbol atau tanda dan citra yang tampak dalam realitas yang tidak ada rujukan dalam kebenaran keberadaannya [20]. Simulakra diartikan sebagai sesuatu yang tampak atau dibuat tampak seperti sesuatu yang lain dan diartikan juga sebagai salinan (copy) sehingga duplikasi dan yang asli menjadi kabur [21].

Lalu pada kalimat “yang diposting & yang aslinya terjadi” yang menggambarkan kondisi hiperrealitas di mana persepsi publik terbentuk dari realitas semu, membuat kita kecanduan menggunakan Instagram. Hal ini yang menimbulkan fenomena hiperrealitas, di mana ketergantungan terhadap media sosial mendorong pengguna Instagram untuk mendapatkan perhatian dari orang lain maupun pengguna Instagram lainnya, mereka melakukan tindakan dengan menampilkan atau mengunggah foto dan video yang tidak sesuai dengan realitas yang ada serta mengikuti tren masa kini, hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra diri mereka terlepas dari apa yang mereka tampilkan di instastory itu benar atau tidak [22]. Para pengikut mengira bahwa aktivitas mendaki adalah semata-mata petualangan penuh keindahan, tanpa menyadari sisi keras dan penuh resiko dari kegiatan tersebut. Konten-konten ini tidak hanya membentuk ekspektasi yang tidak realistis, tetapi juga menciptakan persepsi bahwa pengalaman mendaki tidak lengkap jika tidak diabadikan dan dibagikan di media sosial. Justru menganggap yang terlihat di media sosial sebagai kebenaran. Banyak orang mengira pendakian Gunung Kelud adalah perjalanan yang indah dan mulus karena terbiasa melihat potret hasil akhir, bukan prosesnya. Lalu, proses simulakra sebagaimana dikemukakan oleh Jean Baudrillard menjadi semakin jelas ketika dianalisis melalui konten visual, sebagaimana ditunjukkan pada unggahan berikut.



Gambar 3. Representasi konsumsi mie instan di puncak gunung sebagai simulakra.
(Source: @adel_savenaturefor [23])

Pada unggahan reels Instagram di atas yang menampilkan seorang pendaki perempuan sedang menyantap mie instan di puncak Gunung Rinjani dengan teks “makan mie di warmindo, makan mie di puncak Rinjani”, terlihat jelas proses simulakra yang dikemukakan Jean Baudrillard. Aktivitas makan mie instan yang dalam realitas sehari-hari merupakan kegiatan biasa mengalami transformasi makna ketika dipindahkan ke konteks puncak gunung. Representasi visual ini tidak lagi merujuk pada kenyataan asli “makan mie”, tetapi pada versi realitas baru yang lebih bernilai, lebih estetik, dan lebih layak dipamerkan di media sosial. Dengan kata lain, tanda (simbol ceklist di puncak Rinjani) menciptakan nilai lebih daripada kenyataan sebenarnya, yakni hanya sekadar makan mie. Senyum lepas yang ditampilkan di kamera menegaskan simbol keberhasilan dan kepuasan, meskipun kenyataan di lapangan penuh dengan kelelahan fisik, rasa lapar, dan berbagai tantangan. Representasi kebahagiaan di puncak inilah yang kemudian menjadi simulakra, yaitu tanda yang dipercaya sebagai kebenaran tanpa lagi merujuk pada pengalaman nyata yang kompleks. Berkaitan dengan konstruksi realitas pendakian gunung di Instagram, wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh pandangan informan mengenai pengalaman pendakian yang direpresentasikan melalui unggahan media sosial.

Ringkasan hasil wawancara yang dilakukan kepada informan Adel (17 tahun) yang merupakan salah satu pendaki gunung perempuan yang aktif membagikan pengalaman mendaki di media sosial. Memaknai unggahan pendakian gunung di Instagram sebagai representasi visual yang telah melalui proses pengeditan, seperti penyesuaian pencerahan, kontras dan ketajaman gambar. Sehingga menampilkan kesan keindahan dan ekspresi kebahagiaan. Namun Adel menegaskan bahwa pengalaman pendakian yang sesungguhnya tidak dapat sepenuhnya direpresentasikan melalui sebuah unggahan. Dikarenakan proses mendaki melibatkan perjalanan panjang yang menuntut kesabaran, menyesuaikan ritme langkah bersama rekan pendaki, serta interaksi sosial seperti berbagi makanan dan cerita. Proses inilah yang menjadi sarana pemulihan emosional dari kelelahan, sehingga pencapaian di puncak gunung dimaknai sebagai kebahagiaan yang lebih mendalam dibandingkan apa yang ditampilkan di media sosial. Sementara itu, salah satu informan Rani Rohmatu Masrurroh (21 tahun) menjelaskan bahwa konten pendakian yang diunggah di Instagram sengaja dikonstruksi untuk menciptakan realitas yang berbeda pada setiap pendakian dengan ciri khas konten transisi yang menunjukkan adanya proses kurasi dan konstruksi pengalaman pendakian agar tampak menarik serta berbeda dari realitas pendaki lainnya.

Jawaban dua informan di atas sejalan dengan kondisi ini melahirkan hiperrealitas, yakni menciptakan kondisi dimana kepalsuan telah menyatu dengan kenyataan. Para pengikut mengira bahwa aktivitas mendaki adalah semata-mata petualangan penuh keindahan, tanpa menyadari sisi keras dan penuh risiko dari kegiatan tersebut. Konten-konten ini tidak hanya membentuk ekspektasi yang tidak realistis, tetapi juga menciptakan persepsi bahwa pengalaman mendaki tidak lengkap jika tidak diabadikan dan dibagikan di media sosial. Begitu banyak sebenarnya realitas virtual dalam bentuk lain yang terjadi di sekitar kita dan tanpa disadari akhirnya kemudahan yang dihadirkan oleh realitas virtual tersebut merampas setengah dari waktu kita berinteraksi dengan dunia nyata [24]. Akan tetapi, media sosial tidak hanya menghadirkan realitas semu, melainkan juga dapat menjadi ruang perlawanan simbolik terhadap stereotip yang melekat pada perempuan. Dalam konteks akun @pendaki.cantik, ruang digital ini dimanfaatkan untuk menantang pandangan tradisional bahwa perempuan dianggap lemah atau menjadi beban dalam pendakian, serta sekaligus mengafirmasi bahwa perempuan memiliki kapasitas yang setara dengan laki-laki untuk menaklukkan jalur pendakian. Dengan demikian, media sosial berfungsi ganda di satu sisi menciptakan hiperrealitas melalui estetika visual, namun di sisi lain juga membuka ruang afirmasi identitas dan kesetaraan gender bagi perempuan pendaki.

B. Kesetaraan Gender dalam Konteks Representasi Perempuan Pendaki

Dalam perspektif gender penelitian ini sejalan dengan Ajizah [25] yang menegaskan bahwa perempuan memiliki hak yang setara dalam mengakses ruang public dan aktivitas yang selama ini dilekatkan pada maskulinitas. Akun Instagram @pendaki.cantik menjadi ruang digital bagi perempuan untuk membuktikan eksistensinya dalam ranah yang sebelumnya didominasi laki-laki. Perempuan ditampilkan sebagai subjek aktif yang mampu menunjukkan keberanian, kemandirian, dan kapasitas fisik yang setara. Salah satu contohnya pada unggahan reels Instagram akun @dyn_aa yang berkolaborasi dengan akun @pendaki.cantik. Yang mana dalam video reels tersebut bertuliskan “Rules 1: Jangan bawa perempuan mendaki, karena susah” yang kemudian dikontraskan dengan pernyataan balasan “Maaf bang, kita bisa mandiri bawa carrier sendiri.”. Konten ini menjadi simbol perlawanan terhadap stereotip gender yang melekat pada perempuan, sekaligus menegaskan bahwa mereka tidak hanya hadir sebagai pelengkap, melainkan memiliki kemampuan penuh untuk menaklukkan jalur pendakian. Seakan membuktikan bahwa perempuan yang mendaki selalu menyusahkan laki-laki sebagaimana unggahan berikut.



Gambar 4. Representasi terhadap stereotip gender melalui sikap mandiri perempuan.

(Source: @pendaki.cantik & @dyn_naa [26])

Unggahan di atas memperlihatkan bagaimana pendaki perempuan diposisikan sebagai subjek yang aktif dan mandiri, sehingga menantang anggapan bahwa perempuan dalam aktivitas pendakian selalu bergantung pada laki-laki atau menjadi beban dalam perjalanan. Representasi ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi aktivitas fisik, tetapi juga sebagai narasi simbolik yang menegaskan kapasitas, kemandirian, dan penerimaan perempuan dalam aktivitas pendakian, yang selama ini dikaitkan dengan maskulinitas. Hal tersebut sejalan dengan teori kesetaraan gender, yang menegaskan bahwa perempuan berhak mengakses ruang publik termasuk aktivitas mendaki gunung, tanpa harus diukur menggunakan standar maskulinitas. Namun, dalam konteks media sosial, muncul pula bentuk tekanan baru berupa tuntutan visual dan performatif.

Perempuan bukan hanya dituntut untuk tangguh secara fisik, tetapi juga diharapkan tampil menarik secara estetis sesuai dengan konstruksi media sosial. Kondisi ini menciptakan beban ganda, di mana eksistensi perempuan diukur tidak hanya dari keberhasilan mereka dalam mendaki, tetapi juga dari bagaimana mereka merepresentasikan diri secara visual di ruang digital. Sebagaimana diungkapkan oleh informan Laila (23 tahun), media sosial dipahami sebagai sarana untuk menunjukkan bahwa pendaki perempuan memiliki kapasitas yang setara dengan pendaki laki-laki dalam menikmati dan menjalani aktivitas pendakian. Melalui unggahan foto dan dokumentasi perjalanan, pendaki perempuan tidak hanya mengekspresikan pengalaman pribadi, tetapi juga menghadirkan narasi sosial tentang kesetaraan gender, solidaritas, dan kebersamaan tanpa memandang perbedaan gender. Aktivitas mendaki dimaknai sebagai ruang berbagi, saling menolong, memperluas relasi sosial, serta menciptakan momen bermakna di ketinggian, dengan tetap menempatkan keselamatan sebagai prioritas utama.

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis yang telah dilakukan. Penelitian ini menunjukkan bahwa akun @pendaki.cantik merupakan contoh nyata bagaimana media sosial bertindak sebagai arena simulasi dan hiperrealitas. Representasi pendakian yang ditampilkan cenderung dipilih secara visual, dengan menekankan aspek estetika di puncak gunung, sehingga menciptakan ilusi yang mana dapat menggantikan realitas beratnya proses pendakian. Kondisi ini sejalan dengan pengakuan informan mengenai munculnya motivasi "mendaki demi konten". Meskipun demikian. Akun Instagram @pendaki.cantik ini tidak sepenuhnya terputus dari realitas pendakian. Terdapat momen kontra-hiperrealitas yang secara sadar menampilkan perbedaan antara konten yang diunggah dan kondisi lapangan yang sebenarnya melalui konten yang diunggah dengan format ("yang diposting VS yang aslinya"). Konten semacam ini berfungsi sebagai konten edukasi bagi audiens sekaligus upaya reflektif untuk membongkar ilusi hiperrealitas yang telah dibangun. Adanya akun Instagram @pendaki.cantik juga berperan sebagai arena kesetaraan gender, di mana konten tersebut digunakan perempuan untuk menantang stereotip dan mengafirmasi kapasitas fisik dan kemandirian mereka dalam aktivitas yang didominasi laki-laki.

VII. SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah representasi hiperrealitas pendaki gunung perempuan pada akun Instagram @pendaki.cantik terkonstruksi melalui simulasi visual estetis mulai dari pose ketika di puncak, pemandangan indah, pengambilan foto yang tepat, editing pencahayaan yang menggantikan realitas yang sesungguhnya terjadi ketika pendakian seperti kelelahan, risiko, dan kegagalan sebagaimana dianalisis melalui etnografi virtual dengan kerangka teori simulasi, simulakra, hiperrealitas milik Jean Baudrillard dan kesetaraan gender. Pembaharuan dalam penelitian pendekatan etnografi virtual ini menjelaskan dua fungsi pada akun @pendaki.cantik yang tidak hanya memproduksi simulakra "pendaki perempuan ideal" tangguh, menarik, Instagramable seperti temuan penelitian sebelumnya terkait minat terhadap pendakian, tetapi juga uniknya menyisipkan narasi kontra hiperrealitas melalui konten "posted vs reality" dan perlawanan stereotip maskulin, menciptakan keseimbangan antara estetika digital dengan edukasi keselamatan yang terdapat dalam penelitian personal branding. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial beroperasi sebagai arena simbolik ganda: hiperrealitas yang membentuk ekspektasi tidak realistis sekaligus ruang afirmasi identitas perempuan pendaki, yang menentang dominasi maskulin ruang public di gunung dan mendukung teori Jean Baudrillard dalam konteks gender Indonesia. Adapun saran untuk penelitian selanjutnya adalah menganalisis perbandingan hiperrealitas akun pendaki perempuan versus laki-laki, serta meneliti lebih dalam dampak konten @pendaki.cantik terhadap tingkat insiden keselamatan pendaki pemula.

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] N. Risdiyani, "Pengaruh Postingan Akun Instagram Terhadap Minat Mendaki Gunung (Survey Pada Followers Wanita Akun Instagram @pendakicantik)," Jan. 2020.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 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.
- [7] 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.
- [8] J. Baudrillard, "Simulacra and Simulation. *Semiotext(e)*," Dec. 1981, doi: 10.35965/bje.v5i1.5462.
- [9] R. dan Taylor. Bogdan, "Pengantar Metode Penelitian Kualitatif," 1975.
- [10] C. M. Hine, "Virtual Ethnography. Thousand Oaks," CA: Sage Publications Ltd. Diakses dari BookFinder database., 2000.
- [11] 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.
- [12] 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.
- [13] 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>
- [14] 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.
- [15] "Postingan Instagram Pendaki Perempuan".
- [16] "@pendaki.cantik", Accessed: Oct. 17, 2025. [Online]. Available: https://www.instagram.com/pendaki.cantik?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==
- [17] Tri Vionita Sujianto, "REPRESENTASI GENDER DALAM FILM IMPERFECT (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)," PURWOKERTO, 2025.

- [18] 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.
- [19] 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.
- [20] 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.
- [21] 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].”
- [22] F. Ushuluddin Adab Dan Dakwah, “SKRIPSI HIPERREALITAS REPRESENTASI CITRA DIRI MELALUI FITUR INSTASTORY (STUDI FENOMENOLOGI PADA MAHASISWA IAIN PAREPARE),” 2023.
- [23] “@adel_savenatureforme”, Accessed: Oct. 17, 2025. [Online]. Available: https://www.instagram.com/adel_savenatureforme?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==
- [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.
- [26] “@dyn_naa”, Accessed: Oct. 17, 2025. [Online]. Available: https://www.instagram.com/dyn_naa?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.