

**MAKNA PEREMPUAN ADALAM AKUN INSTAGRAM @PENDAKICANTIK  
BAGI PENDAKI PEREMPUAN DIKALANGAN KOMUNITAS PENGGIAT RIAU**

**Oleh: Ismsrwan  
Email : ismarwanmawan9@gmail.com  
Dosen Pembimbing: Genny Gustina Sari, M.Si, M.I.kom**

Jurusan Ilmu Komunikasi- Konsentrasi Manajemen Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau  
Kampus Bina Widya,H.R. Soebrantas Street Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28293  
Telp/Fax. 0761-63277

***Abstract***

*Climbing the mountain is an heavy activity and generally doing by men. But also was interested by women right now. This activity not only doing by men but also women. Nowadays women mountaineer could seeing from the media aplication is instagram account @pendakicantik. The purpose of this research is to find out the motives. The meaning of women mountaineer who showing by instagram account @pendakicantik.*

*He method of this research is with kualitatif reasearch. Informan of this research consist of five women which is came from Komunitas Penggiat Riau who was choosing by purposive sampling. The technique of data's collection is by deeply interview, observation and documentation.*

*Result of the research Komunitas Penggiat Riau show the motive consist of because love the beauty of nature, as an entertainment, love the challenge, and as adding the experience. The other motive is in order to motive, that purpose is to dispense hobby and looking for other friends. The meaning of women mountaineer by Komunitas Penggiat Riau is strong women and independent. The meaning women mountaineer by instagram account @pendakicantik is the pretty women and motivate the other women to do that activity.*

## PENDAHULUAN

Mendaki gunung merupakan sebuah hobi atau kegiatan pertualangan yang menantang dan digemari oleh berbagai kalangan, terutama bagi mereka para pecinta alam tersebut. Tidak cukup hanya satu atau dua kali bagi mereka mendaki gunung, melainkan beberapa kali dan bahkan intensitasnya tidak dapat diperkirakan. Hal tersebut seperti sudah menjadi kegilaan demi mencari kepuasan yang mereka dapatkan dari kegiatan pendakian tersebut.

Kegiatan mendaki gunung identik dilakukan oleh para lelaki, karena fisik yang dimiliki lelaki dapat dikatakan mampu melakukan aktifitas mendaki yang berat. Ada begitu banyak tantangan dan rintangan yang akan dihadapi oleh seluruh para pendaki maupun calon pendaki baru. Namun bukan berarti perempuan tidak bisa melakukan kegiatan tersebut.

Dewasa ini cukup banyak dijumpai mereka-mereka para pendaki perempuan yang juga seperti berlomba-lomba menuju puncak yang ingin mereka capai. Perbedaan gender sepertinya bukan lagi hal yang dapat menghalangi hobi menantang yang merekaandrungi tersebut.

Belakangan ini, banyak ditemukan pendaki-pendaki perempuan yang mengandrungi kegiatan menantang seperti ini. Kegiatan-kegiatan pendakian mereka juga kerap diposting dan ditampilkan dimedia-media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *path* dan lain sebagainya, yang diposting para pendaki perempuan untuk memperlihatkan bahwa perempuan bisa menakhlukkan rintangan yang berat dalam pendakian.

Salah satu media sosial yang menampilkan foto pendaki perempuan yaitu media *instagram*. Akun *instagram* yang memposting foto perempuan pendaki yaitu akun *instargam @pendakicantik*. Akun *instagram @pendakicantik* yaitu akun ini berisikan foto-foto dokumentasi khusus pendaki perempuan yang melakukan kegiatan mendaki yang di unggah melalui

foto dari akun *instagram* milik orang lain yang memposting menggunakan *hashtag #pendakicantik* atau langsung menandai akun tersebut. Kemudian foto-foto yang ditandai oleh pengunggah dengan menggunakan *hashtag #pendakicantik* diposting ulang dengan mencantumkan sumber foto. Foto yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan langsung oleh akun tersebut.

Akun ini memperlihatkan bahwa pendaki gunung tidak harus laki-laki, karena itulah foto yang diunggah hanya foto pendaki perempuan. Foto yang ditampilkan juga disertai adanya *caption* menarik, seperti kata-kata motivasi, pesan moral, kata-kata bijak, serta adanya keterangan lengkap lokasi foto. Tidak hanya itu, akun ini juga sebagai wadah apresiasi kelompok bagi para pengguna *instagram* terutama pada para komunitas-komunitas pecinta alam, yang didalamnya beranggotakan perempuan.

Pekanbaru yang merupakan kota besar juga banyak ditemui perempuan yang tergabung dalam komunitas yang berhubungan dengan kegiatan alam, salah satunya yaitu Komunitas Penggiat Riau. Komunitas Penggiat Riau adalah komunitas yang berdomisili di pekanbaru memiliki anggota lebih kurang 54 orang anggota, dimana 30 anggotanya adalah perempuan yang terlibat dalam kegiatan alam salah satunya yaitu mendaki gunung. Kegiatan mendaki gunung ini sering dilakukan sebagai agenda dari komunitas tersebut dimana anggota perempuan sering ikut berpartisipasi.

Dalam penelitian ini peneliti memilih komunitas Penggiat Alam tersebut karena komunitas ini bersifat umum yang merangkul siapa saja yang ingin bergabung didalam komunitas yang berkegiatan alam baik itu dari kalangan mahasiswa maupun dari berbagai kalangan lain. Selain itu, komunitas ini memiliki anggota perempuan yang dominan lebih banyak dari anggota laki-laki.

Alasan peneliti memilih akun *instagram @pendakicantik* yaitu akun ini

menampilkan konten-konten foto yang khusus bagi para pendaki perempuan yang melakukan kegiatan mendaki. Akun ini memperlihatkan para pendaki perempuan yang bisa melakukan kegiatan mendaki gunung dengan memposting foto-foto yang menarik dengan perempuan sebagai objeknya.

Berdasarkan hasil observasi tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti makna perempuan yang ditampilkan akun *instagram* @pendakiantik dalam menampilkan foto-foto pendaki perempuan. Peneliti memilih makna karena mendaki diketahui secara umum adalah sebagai kegiatan yang berat untuk dilakukan oleh perempuan, dan bagaimana akun @pendakiantik tersebut menampilkan makna bagi perempuan yang melakukan kegiatan pendakian berat. Sebagaimana yang diketahui bahwa perempuan secara kodratnya memiliki fisik yang lemah dari pada laki-laki, sehingga postingan foto akun *instagram* @pendakiantik memberikan motivasi tersendiri bagi para perempuan untuk melakukan kegiatan mendaki. Foto-foto perempuan akun *instagram* @pendakiantik merupakan suatu apresiasi bagi para pendaki perempuan yang bisa melakukan aktifitas pendakian yang tidak semua perempuan bisa melakukan hal tersebut.

### **Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead**

Teori interaksi simbolik pertama kali di cetuskan oleh (George Harbert Mead 1863-1931). Mead yang mengukuhkan teori interaksi simbolik sebagai satu kajian tentang berbagai aspek subjektif manusia dalam kehidupan social (Kuswarno, 2009:113). Pada awal perkembangannya, teori interaksi simbolik terbagi pada dua mazhab, yaitu :

1. Mazhab Chicago (di pelopori oleh Herbert Mead dan Blumer), yang di fokuskan pada pendekatan terhadap teori social yang menekankan pentingnya komunikasi dan interaksi social.

Sehingga, menggunakan pendekatan kualitatif

2. Mazhab Iowa (di pelopori oleh Manfred Kuhn), yang memfokuskan pada konsep yang dapat di operasionalkan, di kuantifikasi dan di uji. Sehingga, menggunakan pendekatan kuantitatif untuk selanjutnya.

Teori interaksi simbolik di dasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Orang tergerak bertindak berdasarkan makna yang di berikanya pada orang, benda, dan peristiwa. Makna-makna ini di ciptakan dalam bahasa yang di gunakan baik untuk berkomunikasi dengan orang lain maupun dengan dirinya sendiri atau pikiran pribadinya. Bahasa memungkinkan orang untuk mengembangkan perasaan mengenai diri dan untuk berinteraksi dengan orang lainya dalam sebuah komunitas atau perkumpulan (dalam West- Turner, 2009:98).

Interaksi simbolik berasumsi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman. Persepsi seseorang selalu di terjemaahkan dalam symbol symbol. Sebuah makna di pelajari melalui interaksi di antara orang orang. Makna tersebut muncul karena adanya pertukaran simbol-simbol dalam kelompok social (Kuswarno, 2009:114)

Teori interaksi simbolik adalah hubungan antara symbol dan interaksi. Menurut Mead, orang bertindak berdasarkan makna simbolik yang muncul dalam sebuah situasi tertentu. Sedangkan symbol adalah representasi dari sebuah fenomena, dimana symbol sebelumnya sudah di sepakati bersama dalam sebuah kelompok dan di gunakan untuk mencapai sebuah kesamaan makna bersama. Mead menjelaskan tiga konsep dasar teori interaksi simbolik, yaitu :

1. Pikiran (mind)

Pikiran adalah kemampuan untuk menggunakan symbol yang mempunyai makna social yang sama, dimana setiap manusia harus mengembangkan pemikiran dan perasan yang dimiliki bersama melalui interaksi dengan orang lain. Interaksi tersebut di ekspresikan menggunakan bahasa yang di sebut sebagai signifikan (signifikan symbol) atau symbol symbol yang memunculkan makna yang sama bagi banyak orang (West-Turner,2009:105).

Terkait erat dengan pikiran ialah pemikiran (thought), yang di nyatakan sebagai percakapan di dalam diri seseorang. Salah satu aktivitas yang dapat di selesaikan melalui pemikiran ialah pengambilan peran (role-taking) atau kemampuan untuk menempatkan diri seseorang di posisi orang lain. Sehingga, seseorang akan menghentikan perspektifnya sendiri mengenai suatu pengalaman dan membayangkannya dari perspektif orang lain (West-Turner,2009:105)

## 2. Diri (self)

Mead mendefinisikan diri sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri kita sendiri dari perspektif orang lain. Dimana diri berkembang dari sebuah jenis pengambilan peran yang khusus maksudnya, membayangkan kita di lihat oleh orang lain atau di sebut sebagai cermin diri (looking glass self). Konsep ini merupakan hasil pemikiran dari Charles Horton Cooley (West-Turner, 2009:106). Menurut cooley , menggunakan orang lain sebagai cermin untuk menunjukkan siapa kita. Kita membayangkan bagaimana pandangan orang dan bagaimana mereka menilai kita. Penampilan serta penilaian keputusan ini menjadi gambaran tentang diri kita. Sehingga, kita melihat diri kita sendiri dalam pantulan dari pandangan orang lain (Calhoun&Acocella, 1990:77).

Cerminan diri ini mengimplikasi kekuasaan yang di miliki oleh label

terhadap konsep diri dan perilaku, yang dinamakan sebagai efek Pygmalion (Pygmalion effect), merujuk pada harapan harapan orang lain yang mengatur tindakan seseorang. Menurut Mead melalui bahasa orang mempunyai kemampuan untuk menjadi subject dan object bagi dirinya sendiri (West-Turner, 2009:106-107).

## 3. Masyarakat

Mead berargumen bahwa interaksi mengambil tempat di dalam sebuah struktur social yang dinamis budaya , masyarakat dan sebagainya. Individu- individu lahir ke dalam konteks social yang sudah ada. Mead mendefenisikan masyarakat sebagai sebuah jejaring hubungan social yang di ciptakan manusia. Individu-individu terlihat di dalam masyarakat melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela. Sehingga, masyarakat menggambarkan keterhubungan beberapa perangkat perilaku yang terus disesuaikan oleh individu. Masyarakat terdiri atas individu-individu yang mempengaruhi perilaku , pikiran dan diri, yaitu orang lain atau orang orang yang di anggap penting. Seperti orang tua , kakak, adik, teman serta koleganya (West-turner 2009: 107).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori interaksi sibolik sebagai dasar untuk menjelaskan bagaimana pembentukan makna perempuan dari akun *instagram* @pendakicantik bagi pendaki perempuan di Komunitas Penggiat Riau melalui proses interaksi. Menurut konsep diri (self concept) George Herbert Mead dalam (West-Turner, 2009:106). Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain. Kaitan dengan teori ini makna dari tampilan foto beserta keterangan yang ditampilkan oleh akun *instagram* @pendakicantik menggambarkan perempuan sebagai pendaki, yang membuat anggota perempuan dari Komunitas Penggiat Riau bertindak membentuk konsep diri berdasarkan makna yang ditampilkan.

## Teori new media Pierre Levy

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka.

Salah satu ciri khas yang menandai *New Media* adalah adanya kombinasi antara 3C, yaitu *computing and information technology* (IT), jaringan komunikasi (*communications network*), dan digitalisasi (*digitized media and information content*) (Terry Flew, 2005 : 2). Selain beberapa ciri umum yang sudah disebutkan di atas, terdapat “Dua i” yang dikenal sebagai karakteristik utama dari *New Media*, yaitu individualisasi (*individualization*) dan interaktivitas (*interactivity*). Kedua karakteristik ini akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Individualisation* atau individualisasi  
Individualisasi mengacu pada adanya peluang yang lebih bagi pengguna internet dalam mengontrol arus informasi. Dengan adanya individualisasi ini artinya konsumen juga semakin terdemassifikasi atau terbagi ke dalam segmen-segmen yang lebih spesifik. Demassifikasi berarti bahwa control komunikasi telah berubah dari yang tadinya dikendalikan oleh pembuat pesan menjadi dikendalikan oleh sipenerima pesan atau konsumen media (Everret M. Roger, 1986 :5). Oleh karena itu, karakteristik demassifikasi dalam media interaktif disebut sebagai lawan dari media massa yang dikenal bersifat massif.
- b. *Interactivity* atau interaktivitas  
Interaktivitas diartikan sebagai kemampuan dari sistem

komunikasi untuk balik berbicara (*talk-back*) dengan pengguna, hampir seperti individu-individu yang terlihat dalam percakapan tatap muka

Abrar menjelaskan ciri-ciri komunikasi interaktif secara sederhana, yaitu:

- 1) Orang yang terlihat bisa berinteraksi secara leluasa.
- 2) Umpan balik, baik yang bersifat positif maupun negatif segera bisa diketahui.
- 3) Penyampaian pesan dilakukan secara verbal maupun gambar dan,
- 4) Menggunakan media interaktif. Dari penjelasan tersebut, maka intidari interaktivitas adalah adanya *feed back* langsung dan komunikasi dua arah (AnaNadhyaAbrar,2003:19).

*New Media* atau *media online* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0. (web two point-oh), dimana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun kedalam internet. Perkembangan web 2.0 sebagai platform telah mengubah sifat interaktivitas di web dan membuka

alam semesta bagi pengguna media. Blog, Youtube, Wikipedia, Ebay, Flickr, Second Life dan situs jaringan sosial online lainnya seperti memungkinkan pengguna media untuk memiliki pengalaman siaran. Pentingnya Web 2.0 adalah media siar menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara di mana individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata. Faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik (Littlejohn, 2009:686).

Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20). Menurut R Cahyo Prabowo mengenai media baru/new media/media online adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada pembaca atau khalayaknya.

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (new media). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 1998:110). Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009: 28-29).

Peneliti komunikasi Carrie Heeter pada tahun 1983 memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

1. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bias digunakan untuk mengaksesnya.
2. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.
3. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.
4. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.
5. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria

in, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media online memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.

6. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi (Heeter, 1988:25).

Peneliti menggunakan *new media* untuk membantu peneliti dalam menggambarkan fenomena yang akan diteliti berdasarkan perspektif ilmiah dikarenakan objek dari penelitian ini adalah *instagram* yang dapat diakses melalui internet, maka dari itu berdasarkan observasi sementara teori *new media* merupakan teori yang relevan untuk digunakan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan penelitian kualitatif, yang menekankan pada cara pandang, cara hidup, selera ataupun ungkapan emosi dan keyakinan dari masyarakat yang diteliti berkenaan dengan masalah yang diteliti yang juga merupakan data.

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah upaya untuk mencari pemecahan masalah dengan menggambarkan peristiwa-peristiwa berdasarkan fakta dan bukti yang ada. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat dan organisasi tertentu dalam suatu konteks *setting* tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh.

### Motif Perempuan di Komunitas Penggiat Riau Mendaki

Motif manusia merupakan dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya, untuk melakukan sesuatu. Semua tingkah laku manusia hakikatnya memiliki

motif. Motif timbul karena adanya kebutuhan *need*. Kebutuhan dapat dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu, dan ini membuat adanya segala pemenuhannya agar segera mendapatkan keseimbangan. Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai suatu kekuatan atau dorongan alasan, yang menyebabkan seorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan. Secara ringkas, motif adalah suatu dorongan yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sesuatu (Ahmadi, 2009, 196-197).

Berdasarkan pandangan Alfred Schurt yang menggolongkan motif kedalam dua bagian, yaitu motif karena (*because motive*) yang merujuk kepada pengalaman masa lalu actor yang tertanam dalam pengetahuannya sehingga menjadikan hal tersebut sebagai suatu alasan untuk bertindak dan motif untuk (*in order motive*) yang berarti tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat yang diinginkan actor dimasa yang akan datang.

Merujuk pada pemikiran Schurt tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti akan mengelompokkan motif yang dimiliki oleh para informan kedalam dua fase, yaitu motif masa lalu (*because motive*) dan motif masa datang atau motif untuk (*in order motive*).

#### 1. Motif karena (*Because Motive*)

Pendaki perempuan anggota Komunitas Penggiat Riau memiliki berbagai alasan yang mendasari mereka melakukan kegiatan pendakian. Motif karena yang merujuk ke masa lalu, dimana adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan mengapa ia melakukannya.

Berdasarkan hasil penelitian memiliki motif mendaki karena suka dengan keindahan alam yang didapat saat mendaki, mendaki sebagai hiburan bagi mereka saat jenuh dengan aktivitas yang ia jalani, menyukai tantangan saat berada dialam bebas dan memiliki motif mencari pengalaman.

## 2. Motif Untuk (*in order motive*)

*In-order-to* yaitu motif yang merujuk pada tindakan dimasa lalu yang akan datang atau motif untuk apa mereka melakukan sesuatu. Dimana, tindakan yang dilakukan seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan (Kuswarno, 2009:18).

Berdasarkan data dilapangan tiga dari lima informan memiliki motif mendaki untuk menyalurkan hobby. Mereka mengatakan bahwa kegiatan mendaki bisa menyalurkan hobby mereka yang memang suka dengan kegiatan tersebut.

Dua dari lima informan memiliki motif mendaki untuk menambah teman. karena saat melakukan perjalanan pendakian mereka mempunyai banyak kenalan teman untuk berbagi pengalaman tentang apa saja yang berhubungan dengan mendaki atau hal-hal lain yang membuat mereka menjadi akrab.

### Pemaknaan Pendaki Perempuan.

Mendaki merupakan suatu kegiatan yang berat untuk dilakukan oleh perempuan, untuk melakukan perjalanan mendaki perlu persiapan yang matang, baik secara fisik, maupun persiapan peralatan-peralatan khusus, seperti tenda, untuk tempat beristirahat, alat memasak dan termasuk bekal makanan yang memang telah disiapkan dengan baik. Semua persiapan peralatan yang dibutuhkan di kemas rapi dalam satu tas perlengkapan gunung. Perlengkapan tersebut disandang dalam perjalanan pendakian sampai menuju puncak.

Berdasarkan pemaknaan mengenai pendaki perempuan yang di berikan oleh perempuan Komunitas penggiat Riau yaitu:

#### 1. Perempuan yang kuat

Menurut beberapa ungkapan informan peneliti, bahwa kegiatan mendaki yang dilakukan oleh perempuan, atau seorang pendaki perempuan itu ialah perempuan yang kuat, karena bisa melakukan pendakian dengan segala persiapan yang harus dibawa saat mendaki. Sebagaimana

yang diungkapkan oleh salah satu informan berikut:

“Perempuan yang mendaki itu yaitu *strong women*, karena menempuh perjalanan di gunung itu sangat sulit dengan trek yang terjal, banyak rintangan, kondisi alam yang tidak bisa di prediksi, dan mereka bisa melewati itu, jadi perempuan yang mendaki bisa sampai ke puncak itu perempuan yang kuat, apalagi yang bawa tas *carrier* (tas gunung) yang berat”. (hasil wawancara dengan Tika 28 Agustus 2017).”

Berdasarkan pernyataan informan tersebut perempuan pendaki yaitu perempuan yang kuat secara fisik, karena ia mampu melakukan kegiatan mendaki dengan perjalanan yang sulit, melewati *track* pendakian yang terjal, serta rintangan alam yang lainnya dengan membawa peralatan-peralatan pendakian yang disandang menuju puncak adalah perempuan yang kuat dan tangguh.

#### 2. Perempuan yang mandiri

Perempuan yang melakukan kegiatan mendaki menurut salah satu informan lain yaitu perempuan yang mandiri, karena kegiatan yang mereka lakukan menuntut mereka harus bisa mengerjakan sesuatunya sendiri, paham dengan teknis pendakian, dan saat didalam perjalanan mereka mampu menguasai medan yang mereka tempuh sendiri. Seperti yang di ungkapkan oleh informan berikut:

“Saya menilai perempuan pendaki itu adalah perempuan-perempuan yang mandiri, dan jiwa tanggung jawabnya besar, baik untuk diri sendiri maupun dengan yang lain. Karena mereka yang mendaki itu paham menepatkan diri mereka saat berada di alam, tidak semua perempuan bisa seperti itu, kebanyakan perempuan itu memakai perhiasan dan tas-tas *branded* serta macam-macam kebutuhan perempuan, tetapi perempuan

pendaki beda” (hasil wawancara dengan Sinta 5 September 2017).

### **Pemaknaan perempuan di akun *instagram* @pendakicantik.**

Dengan berkembangnya teknologi dan informasi mempermudah kita untuk mengetahui segala macam informasi lewat aplikasi seperti salah satu contohnya *instagram*, apresiasi dari kegiatan mendaki yang dilakukan oleh perempuan di tampilkan oleh akun *instagram* @pendakicantik, untuk memperlihatkan bahwa banyak perempuan yang bisa melakukan kegiatan mendaki.

Dari hasil wawancara mendalam yang peneliti lakukan makna perempuan pendaki di akun *instagram* @pendakicantik bagi pendaki perempuan di Komunitas Penggiat Riau yaitu.

#### **1. Perempuan yang cantik**

Cantik merupakan kodrat perempuan, meskipun definisi cantik itu relative bagi setiap orang yang menilai. Perempuan yang mempunyai paras yang cantik tentu sangat menarik dilihat bagi siapa saja. Demikian dengan pendaki perempuan yang ditampilkan oleh akun *instagram* @pendakicantik. Menurut informan peneliti foto-foto perempuan pendaki yang di unggah oleh akun *instagram* @pendakicantik merupakan perempuan yang cantik dengan parasnya, serta ditambah dengan pemandangan alam sebagai objek foto menambah kesan foto tersebut tambah menarik. Berikut kutipan wawancara ungkapan informan memaknai pendaki perempuan di akun *instagram* @pendakicantik:

“Perempuan yang ditampilkan di akun @pendakicantik itu perempuan yang cantik, pendakinya cantik, pemandangannya cantik, fotonya juga bagus-bagus, liat foto-foto itu rasanya pengen mendaki”(hasil wawancara dengan Tika 28 Agustus 2017).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut pemaknaan perempuan dalam akun *instagram* @pendakicantik yaitu perempuan yang cantik ditambah dengan pemandangan yang bagus membuat kesan ingin mendaki seperti foto yang ditampilkan.

#### **2. Memotivasi perempuan**

Tampilan foto pendaki perempuan yang cantik dari akun *instagram* tersebut dengan latar belakang pemandangan alam yang indah, membuat kesan menarik perhatian bagi orang lain yang melihatnya. Hal tersebut menjadi motivasi bagi perempuan-perempuan lain untuk mendaki baik perempuan yang hooby dengan kegiatan tersebut maupun perempuan yang baru ingin mencoba. Hal tersebut diungkapkan oleh informan peneliti dari hasil wawancara sebagai berikut:

“Konten fotonya sangat bagus dan sangat menginspirasi dan memotivasi semua orang yang tertarik untuk mendaki, khususnya perempuan, karena melihat dari fotonya saja kita jadi ingin kesana. Membuat ketertarikan lah bagi para pendaki pemula atau memang yang *hobby* nya di sana sebagai referensi tempat yang mau dituju” (hasil wawancara dengan Riri 28 Agustus 2017).

Dari hasil wawancara tersebut konten foto yang menarik dengan pemandangan alam yang berbeda dari tempat lainnya pemandangan di atas gunung membuat orang lain tertarik untuk mendaki.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Motif perempuan di Komunitas Penggiat Riau mendaki yaitu dapat dilihat dari motif karena (*because motif*) dan motif untuk (*in order to motive*). Motif karena (*because motif*) yaitu suka dengan keindahan alam,

sebagai hiburan, menyukai tantangan, dan untuk menambah pengalaman. Sedangkan motif untuk (*in order to motive*) sebagai hiburan dan untuk menambah teman.

2. Pemaknaan perempuan pendaki yang diberikan oleh pendaki perempuan di Komunitas Penggiat Riau yaitu perempuan pendaki adalah perempuan yang kuat dan pendaki perempuan pendaki yaitu perempuan yang mandiri.
3. Pemaknaan pendaki perempuan di akun instagram @pendakiantik oleh perempuan di Komunitas Penggiat Riau yaitu perempuan yang ditampilkan oleh akun instagram @pendakiantik adalah perempuan yang memiliki paras yang cantik, dan tampilan foto tersebut memotivasi perempuan lain untuk mendaki.

## SARAN

Dari hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan mendaki merupakan kegiatan yang berat yang biasa dilakukan oleh laki-laki, namun bukan berarti perempuan tidak bisa melakukannya. Perempuan pendaki adalah perempuan yang kuat yang bisa menaklukkan rintangan alam saat melakukan kegiatan pendakian, dan tidak semua perempuan bisa dianggap lemah.
2. Untuk perempuan yang melakukan kegiatan mendaki seharusnya memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang teknis pendakian untuk keselamatan diri, karena mendaki gunung memiliki resiko yang sangat besar terlibat langsung dengan alam yang tidak bisa di prediksi keadaannya.
3. Kegiatan mendaki bukan sesuatu yang salah untuk dilakukan oleh perempuan, namun mengingat resiko mendaki gunung yang berat, sebaiknya perempuan yang menyukai

kegiatan alam bisa melakukan kegiatan alam lainnya bagi yang tidak mampu untuk mendaki.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A.C (2002). *Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. DuniaPustaka Jaya.
- Abrar, Ana Nadya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Arikunto, Suharsimi 2007. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta
- Ahmadi, Abu. 2009. *Psikologi Umum*. Jakarta: Rieka Cipta.
- Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada
- \_\_\_\_\_. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Prenada Media, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta :Kencana.
- Creeber, G. and Martin, R., (ed)., 2009, *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire-England: Open University Press
- Calhoun, J.F dan Acocella, J.R. 1990. *Psikolog itentang Penyesuaian dan Hubungan Kemanusiaan*. (Terjemahan oleh Satmoko).Semarang : IKIP Semarang Press.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda, dan Makna Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Jogjakarta: Jalasutra
- Creswell, J., W., 2012, *Research design Pendekatan kualitatif, Kuantitatif dan Mixed; Cetakan ke-2*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Hasan, I., 2004, *Analisis Dana Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta, BumiAksara.
- Iriantara, Yosol. 2010. *Community Relations; Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jasmadi & E-Media Solusindo. 2008. *Membangun Komunitas Online Secara Praktis dan Gratis*. Jakarta: Elex Media
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kuswarno, Engkus. , 2009. *Metode Penelitian Komunikasi : Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*, Widya Padjajaran, Perpustakaan Pusat UII
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung, Widya Padjajaran.
- Krisyantono, Rachmad 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Little john, Stephen W & Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi (theories of human communication)* edisi 9.Jkt. Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- McQuail, D. 2005. *Mass Communication Theory, Fifth Edition*. London: Sage Publications.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung : Remaja Rosdakarya
- Maryani, Eni. 2011. *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mansour Fakih. *Analisis Gender dan Transmisi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2013.
- Mondry.2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sukandarrumidi.(2004). *Metode Penelitian Petunjuk Praktis untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta: GadjahMada Yogyakarta Press
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sandjaja, Djuarsa. 2003. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Yuniar Tantri. 2009. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Jakarta : Agung Media Mulia
- West, R dan Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sumber Skripsi dan Jurnal:**
- Rahmanita, Ulyadkk.(2014). *Perbedaan Kecenderungan Narsistik Antara Laki-laki dan Perempuan Pengguna Jejaring Sosial instagram*. Malang: Universitas Brawijaya
- Nalendra Ayu Pratista H.R. 2013. *Makna komunikasi simbolik pada tattoo bagi wanita pengguna tattoo di Surabaya*. Jawa Timur: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
- Sofiyah.2015. *Konstruksi Makna Path Sebagai Media Komunikasi Interpersonal Dalam Dunia Sosial Virtual Dikalangan Mahasiswa (Studi Fenomenologi Makna Penggunaan Path Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Riau)*. Pekanbaru : Universitas Riau
- Heeter, Carrie, 1988. *Communications and Information Science Series*. Ablex Publishing, New York
- Jurnal Equalita. *Perempuan, media dan bahasa*, 2007
- Ikhsan 2014. *Kiprah pendaki perempuan di Unit Kegiatan Mahasiswa Pecinta Alam WANALA Universitas Airlangga Surabaya*. Surabaya: Universitas Airlangga
- Yasinta Fauziah Novitasari. 2014. *Jilbab Sebagai Gaya Hidup (Studi Fenomenologi Tentang Alasan*

*Perempuan Memakai Jilbab dan Aktivitas Solo Hijabers Community*).  
Universitas Sebelas Maret

Wirman, Welly, 2012. *Pengalaman komunikasi dan Konsep Diri Perempuan Gemuk*, Journal of Dialectics IJAD. Vol 2 No 1. Bandung : Pasca Unpad

**Sumber internet:**

[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker). ) Diakses 10 mei 2017 pukul 00.54

(<http://media.kompasiana.com/media-online-media-baru-new-media> diakses 23 november 2017).