

Tren Mendaki Gunung sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Gen Z Universitas Negeri Makassar

Rezkie Yusuf¹, Hasnawi Haris², Andi Octamaya Tenri Awaru

Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Negeri Makassar, Indonesia

E-mail: rezkiaysf@gmail.com, hasnawi.haris@unm.ac.id, a.octamaya@unm.ac.id

Article History:

Received: 20 Oktober 2025

Revised: 17 November 2025

Accepted: 25 November 2025

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) bagaimana mahasiswa Gen Z di Universitas Negeri Makassar memaknai aktivitas mendaki gunung, dan 2) bagaimana praktik mendaki gunung direpresentasikan di media sosial. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif-interpretatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terhadap beberapa mahasiswa Universitas Negeri Makassar yang aktif dalam kegiatan pendakian. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann sebagai dasar untuk memahami bagaimana makna sosial terbentuk melalui interaksi dan simbol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena mendaki gunung di kalangan mahasiswa Gen Z memiliki dinamika makna yang beragam. Aktivitas mendaki tidak hanya dimaknai sebagai sarana rekreasi atau pelarian dari rutinitas, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup yang berperan dalam pembentukan citra diri di ruang digital. Sebagian besar informan menyebutkan bahwa ketertarikan mereka berawal dari ajakan teman, pengaruh media sosial, dan keinginan mengikuti tren yang sedang populer. Namun, terdapat pula mahasiswa yang menilai mendaki sebagai ruang refleksi diri dan cara untuk lebih dekat dengan alam. Media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, menjadi sarana utama untuk merepresentasikan pengalaman mendaki melalui unggahan foto, video, dan narasi yang sering disesuaikan agar tampak menarik di mata publik. Sementara lainnya melihat aktivitas berbagi tersebut sebagai bentuk ekspresi diri. Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa mendaki gunung di kalangan mahasiswa Gen Z tidak lagi sekadar kegiatan fisik, tetapi telah menjadi simbol eksistensi dan konstruksi identitas sosial di era digital. Fenomena ini menggambarkan adanya dialektika antara alam sebagai ruang pengalaman

Keywords: Tren Mendaki Gunung, Gaya Hidup, Mahasiswa Gen Z

PENDAHULUAN

Di tengah hiruk-pikuk kehidupan modern yang serba cepat dan terhubung secara digital, muncul kecenderungan baru di kalangan generasi muda untuk mencari makna hidup melalui pengalaman yang lebih autentik dengan alam. Ketika ruang virtual semakin mendominasi interaksi sosial, alam terbuka justru menjadi ruang alternatif bagi mereka untuk menemukan ketenangan, tantangan, sekaligus jati diri. Salah satu bentuk pelarian sekaligus pencarian tersebut tampak dalam aktivitas mendaki gunung. Dalam (Novianti et al., 2022) pendakian gunung merupakan kegiatan wisata alam yang diminati banyak orang, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Aktivitas ini bertujuan untuk mencapai tempat yang lebih tinggi di alam terbuka dan tidak semata-mata menjadikan puncak sebagai tujuan utama, melainkan juga untuk menikmati tantangan dan keindahan alam yang menyertainya. Pendakian gunung juga menuntut kesiapan fisik dan mental karena memiliki risiko dan tantangan yang dapat menguji kemampuan individu di alam bebas.

Tren ini terlihat jelas di berbagai daerah di Indonesia, salah satunya di Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah, yang dikenal sebagai salah satu pusat kegiatan pendakian berkat keberadaan gunung-gunung populer seperti Sumbing, Sindoro, dan Prau. Meningkatnya minat pendaki di wilayah ini menunjukkan bahwa aktivitas mendaki tidak lagi semata dilakukan untuk rekreasi, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda yang mencari pengalaman bermakna melalui interaksi dengan alam (Wuisan et al., 2025)

Data Statistik Pariwisata Jawa Tengah tahun 2023 mencatat bahwa Wonosobo secara konsisten mengalami peningkatan kunjungan wisata alam, terutama pada musim kemarau ketika jalur pendakian lebih mudah diakses. Hal ini sejalan dengan laporan Badan Pusat Statistik Kabupaten Wonosobo (2022) yang menunjukkan stabilnya arus kunjungan wisatawan, baik dari dalam negeri maupun mancanegara, ke berbagai jalur pendakian dan objek wisata alam di daerah tersebut.

Fenomena mendaki gunung dalam beberapa waktu terakhir terlihat mengalami pergeseran makna dari sekedar aktivitas rekreasi menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda. Hal ini tampak dari meningkatnya jumlah pendaki gunung di berbagai daerah di Indonesia, Di mana dalam (Adani & Setianingrum, 2024) Ketua Umum Asosiasi Pemandu Gunung Indonesia (APGI) menjelaskan bahwa meningkatnya aktivitas pendakian saat ini banyak melibatkan kalangan muda, khususnya mahasiswa berusia sekitar 17 hingga 25 tahun. Kelompok usia ini termasuk dalam kategori *Generasi Z*, yakni mereka yang lahir antara tahun 1995 hingga 2004 sebagaimana dikemukakan. Menurut (Yuliana et al., 2025) perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah membawa perubahan besar terhadap cara hidup generasi muda, terutama dalam hal ekspresi diri dan interaksi sosial. Platform seperti Instagram tidak hanya menjadi sarana berbagi foto dan video, tetapi juga wadah bagi remaja dan mahasiswa untuk membangun citra diri, menunjukkan gaya hidup, serta mendapatkan pengakuan sosial dari lingkungan sekitarnya. Namun, di sisi lain, kemunculan tren gaya hidup digital ini sering kali menimbulkan tekanan sosial untuk selalu mengikuti arus tren yang sedang populer.

Data dari *Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung* mencatat bahwa jumlah kunjungan ke kawasan pegunungan mengalami peningkatan hampir 30% dalam lima tahun terakhir, dengan mayoritas pengunjung berasal dari kelompok usia 18–25 tahun. Mahasiswa tidak hanya mendaki untuk menikmati alam, tetapi juga membagikan pengalaman mereka melalui

platform digital sebagai representasi gaya hidup modern. kondisi ini menimbulkan pertanyaan apakah tren mendaki gunung di kalangan gen z lebih bermakna sebagai pencarian pengalaman autentik atau sekedar konstruksi identitas sosial yang dibentuk oleh tekanan budaya populer. Reduksi makna mendaki gunung yang semula dimaknai sebagai aktivitas berdasarkan nilai-nilai kearifan lokal, kebersahajaan, dan kedekatan dengan alam, bergeser menjadi ajang pembentukan citra diri. pergeseran ini berpotensi memunculkan perilaku konsumtif, persaingan simbolik, dan bahkan komodifikasi aktivitas yang mencapainya sendiri. di satu sisi minimnya kajian sosiologis yang menyoroti bagaimana Mahasiswa sebagai bagian generasi Z memaknai aktivitas mendaki gunung dalam konteks perkotaan, yang jelas bahwa dinamika gaya hidup perkotaan bercampur dengan tuntutan eksistensi digital.

Fakta ini menunjukkan adanya antusiasme generasi muda, khususnya pelajar dan mahasiswa, untuk menjadikan aktivitas mendaki sebagai bagian dari keseharian dan identitas diri mereka. Namun, fenomena ini sekaligus menampilkan adanya kesenjangan antara motivasi rekreasi dengan dimensi simbolik yang melekat pada aktivitas yang berlangsung di kalangan Gen Z. Oleh karena itu, penelitian mengenai tren mendaki gunung ini penting dilakukan untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana generasi muda memaknai aktivitas tersebut apakah sekedar bentuk hiburan dan pelepas penat, atau justru menjadi sarana pembentukan citra diri, pencarian makna hidup, serta ekspresi eksistensi di tengah budaya digital yang serba cepat.

Melihat kesenjangan fenomena yang ada, penelitian ini berupaya mengkaji makna sosial antara mendaki gunung bagi mahasiswa gen z di Makassar, dengan hubungan gaya hidup, identitas dan representasi diri. Penelitian Adani dan Setianingrum (2024) menyoroti pendakian sebagai sarana pembentukan citra diri di media sosial, sedangkan (Lestari et al., 2025) menekankan kaitan antara aktualisasi diri, konsep diri, dan pemilihan merek perlengkapan pendakian. Keduanya menegaskan bahwa mendaki gunung berkaitan dengan pembentukan identitas Gen Z, namun masih berfokus pada aspek konsumtif dan citra diri. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menelaah makna sosial dan pengalaman mendaki sebagai bentuk pencarian jati diri serta ekspresi gaya hidup generasi muda di era modern.

Penelitian ini mempertimbangkan pengaruh gaya hidup perkotaan terhadap persepsi mahasiswa mengenai aktivitas pendakian gunung. Mengingat bahwa mahasiswa Gen Z cenderung hidup dalam lingkungan yang sarat dengan informasi digital dan gaya hidup urban yang cepat, aktivitas mendaki gunung menjadi salah satu cara untuk mencari pelarian dari hiruk-pikuk kehidupan kota yang serba cepat dan terhubung secara digital. Oleh karena itu, pendakian gunung tidak hanya dimaknai sebagai pengalaman alam semata, tetapi juga sebagai ajang untuk menunjukkan eksistensi di dunia maya.

Penelitian ini akan berupaya menjawab pertanyaan utama mengenai bagaimana mahasiswa Gen Z memaknai aktivitas mendaki gunung serta faktor-faktor apa yang mendorong keterlibatan mereka dalam kegiatan tersebut. Melalui pemahaman yang lebih mendalam mengenai makna simbolik dan identitas yang terbentuk melalui pendakian gunung, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam memahami tren gaya hidup generasi muda di era digital ini.

LANDASAN TEORI (Times New Roman, size 12) (Jika Ada)

Tren Mendaki dan Gaya Hidup Generasi Z

Pendakian gunung merupakan salah satu bentuk wisata alam yang memadukan unsur petualangan, tantangan, serta kedekatan manusia dengan lingkungan. Aktivitas ini tidak hanya menjadi ajang rekreasi, tetapi juga bentuk pencarian makna dan kepuasan batin melalui interaksi

langsung dengan alam. Menurut Afifah dalam Novianti et al., 2022), kegiatan mendaki gunung mengandung nilai filosofis tentang perjuangan, keseimbangan, dan ketahanan diri dalam menghadapi alam. Aktivitas ini menumbuhkan kesadaran ekologis sekaligus memperkuat hubungan spiritual antara manusia dan lingkungannya.

Dalam konteks sosial modern, (Novianti et al., 2022) menjelaskan bahwa mendaki gunung telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda, khususnya generasi Z. Bagi kelompok ini, kegiatan mendaki tidak hanya dilakukan untuk kepuasan pribadi, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri dan simbol identitas sosial di era digital. Unggahan foto dan video pendakian di media sosial menjadi representasi nilai kebebasan, keberanian, dan kepedulian terhadap alam yang ingin ditampilkan kepada publik. Dengan demikian, aktivitas mendaki mengalami pergeseran makna dari sekadar petualangan fisik menuju gaya hidup yang merepresentasikan eksistensi diri dan konstruksi citra sosial.

Generasi Z (Gen Z) adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, sering disebut sebagai generasi digital yang memiliki hubungan erat dengan perkembangan teknologi digital, media sosial, dan globalisasi budaya. Mereka terbiasa mengekspresikan diri secara terbuka melalui berbagai platform digital. Salah satu fenomena yang muncul adalah menjamurnya tren mendaki gunung sebagai bagian dari gaya hidup. Aktivitas fisik seperti mendaki gunung direpresentasikan tidak hanya sebagai sarana melepas penat, melainkan juga sebagai simbol status dan eksistensi di ruang publik digital. Generasi Z hidup dalam tekanan sosial yang tinggi, mulai dari tuntutan akademik hingga ekspektasi lingkungan. Untuk menyeimbangkan kehidupan dan mencari makna diri, banyak dari mereka menyalurkan diri melalui aktivitas seperti perjalanan alam atau pendakian gunung. Kegiatan ini bukan hanya sarana relaksasi, tetapi juga wadah eksplorasi identitas, ekspresi kebebasan, dan pencarian keseimbangan emosional di tengah dinamika sosial modern. Seperti yang terjadi di Sulawesi Selatan. (Alfurizqi & Aji, 2025)

Pandangan serupa juga dikemukakan oleh (Safitri & Noviana, 2024) yang meneliti keterikatan antara generasi muda dan alam melalui tradisi mendaki di Gunung Puncak Salam, Kampung Adat Cireundeu. Mereka menemukan bahwa generasi muda tetap menunjukkan minat tinggi terhadap aktivitas yang bernuansa alam, namun cenderung menginginkan penyampaian nilai-nilai tradisi dalam format yang lebih sesuai dengan gaya hidup modern. Hal ini menandakan adanya pergeseran paradigma, di mana interaksi manusia dengan alam tidak lagi hanya berbasis tradisi, tetapi juga dibentuk oleh media dan representasi visual.

Teori Konstruksi Sosial (Peter L Berger)

Menurut (Sulaiman, 2016), teori konstruksi sosial yang dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1966) menjelaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses interaksi antarindividu dalam kehidupan sehari-hari. Manusia bukan sekadar penerima kenyataan, melainkan juga pencipta makna atas dunia sosial yang ditempatinya. Proses ini berlangsung melalui tiga tahapan dialektis, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tahap pertama, eksternalisasi, menggambarkan tindakan manusia dalam menyesuaikan diri dan mengekspresikan gagasan ke dalam dunia sosial. Tahap kedua, objektivasi, terjadi ketika hasil eksternalisasi tersebut dilembagakan dan diterima secara luas oleh masyarakat sebagai kenyataan objektif. Tahap ketiga, internalisasi, merupakan proses di mana individu menyerap dan memahami nilai, norma, serta makna sosial yang telah dilembagakan sebelumnya. Proses dialektis antara ketiga tahap tersebut eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi bersifat simultan dan terus berlangsung dalam kehidupan sosial. Dengan demikian, konstruksi sosial tidak bersifat statis, melainkan selalu bergerak mengikuti dinamika interaksi manusia dalam masyarakat.

Teori konstruksi sosial berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat manusia sebagai makhluk bebas dan kreatif. Individu memiliki kemampuan untuk menciptakan makna dan menafsirkan realitas sesuai dengan konteks sosial dan pengalaman hidupnya. Dengan demikian, realitas sosial bersifat dinamis dan berubah-ubah, tergantung pada bagaimana masyarakat membangun, menegosiasikan, dan memelihara makna melalui interaksi yang terus berlangsung. (Mizan, 2016) Dalam konteks fenomena mendaki gunung di kalangan Generasi Z, teori ini membantu menjelaskan bahwa aktivitas tersebut tidak hanya muncul sebagai bentuk rekreasi, tetapi juga sebagai hasil konstruksi sosial yang mengandung makna simbolik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut, penelitian kualitatif bertujuan memahami makna suatu fenomena dalam konteks alamiah melalui data non numerik seperti kata, narasi, dan gambar. Desain penelitian yang digunakan adalah fenomenologis, karena berfokus pada pengalaman hidup partisipan untuk memahami makna di balik aktivitas mendaki gunung (Farid et al., 2018). Sumber data terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan 5 mahasiswa Universitas Negeri Makassar yang aktif dalam kegiatan pendakian, sedangkan data sekunder berasal dari literatur yang relevan. Informan dipilih menggunakan teknik *purposeful sampling*, yaitu penentuan partisipan berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan observasi (Niam et al., 2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah diperoleh data bahwa mahasiswa Gen Z Universitas Negeri Makassar memaknai kegiatan mendaki gunung sebagai media refleksi diri, pencarian ketenangan, dan bentuk apresiasi terhadap alam. Aktivitas ini tidak semata dipandang sebagai hiburan, tetapi sebagai sarana penguatan mental dan sosial. Informan M.J.R 22 Tahun menyatakan bahwa:

“Mendaki gunung bagi saya adalah cara untuk menenangkan diri dan menikmati momen bersama teman.”

Motivasi pendakian umumnya dipengaruhi oleh ajakan teman serta paparan konten di media sosial, namun pengalaman langsung di alam tetap menjadi inti makna kegiatan tersebut. Banyak informan menilai bahwa melalui pendakian, mereka belajar tentang kerja sama, tanggung jawab, dan kepedulian lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa mendaki gunung berfungsi sebagai ruang pembelajaran sosial yang membentuk nilai-nilai personal dan komunal. Sebagian mahasiswa mengakui adanya pergeseran makna dari sekadar aktivitas fisik menjadi bagian dari identitas gaya hidup reflektif. Aktivitas mendaki menjadi simbol kebebasan dan kemandirian yang menegaskan citra diri generasi muda sebagai individu aktif dan berorientasi pada pengalaman. Sementara itu, memperlihatkan bahwa mayoritas informan menggunakan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, untuk mendokumentasikan serta membagikan pengalaman pendakian. Kegiatan tersebut dimaknai sebagai bentuk ekspresi diri dan komunikasi sosial, bukan semata untuk memperoleh pengakuan. Informan M.A.J 22 tahun menjelaskan:

“Saya sering mengunggah foto pendakian di Instagram, hanya untuk berbagi pengalaman.”

Sebagian mahasiswa mengakui bahwa media sosial memengaruhi cara mereka menampilkan identitas diri sebagai pendaki. Beberapa informan menyatakan menyesuaikan gaya

berfoto atau memilih caption tertentu agar lebih menarik di ruang digital. Fenomena ini menunjukkan adanya proses konstruksi identitas virtual, di mana pengalaman mendaki di alam diolah kembali menjadi representasi simbolik di dunia maya.

Makna Aktivitas Mendaki bagi Kalangan Generasi Z

Pendakian gunung di kalangan mahasiswa Gen Z Universitas Negeri Makassar menunjukkan beragam makna dan pengalaman yang terkait dengan aktivitas tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan lima informan yang merupakan mahasiswa aktif di kampus, sebagian besar dari mereka memaknai mendaki gunung sebagai lebih dari sekadar kegiatan rekreasi atau olahraga. Bagi mereka, pendakian gunung menjadi ruang untuk mengenal diri, merenung, dan menenangkan pikiran dari rutinitas akademik yang padat. Salah satu informan M.L umur 22 Tahun, menjelaskan,

"Mendaki gunung bagi saya lebih dari sekadar mencapai puncak, tetapi lebih pada bagaimana saya bisa menemukan ketenangan di tengah tekanan akademik dan memaknai alam yang begitu luar biasa."

Makna ini sejalan dengan pernyataan Afifah dalam (Novianti et al., 2022) yang menyatakan bahwa pendakian gunung bukan sekadar aktivitas fisik, tetapi juga mengandung nilai filosofis tentang perjuangan, keseimbangan, dan ketahanan diri dalam menghadapi alam. Pendakian menjadi ruang bagi individu untuk memahami dirinya sekaligus memperkuat hubungan spiritual dengan lingkungan. Selain itu, menurut (Safitri & Noviana, 2024) dari lanskap generasi muda, aktivitas mendaki dimaknai sebagai cara modern menjalin kedekatan dengan alam tanpa meninggalkan unsur refleksi dan nilai-nilai tradisi.

Sebagian besar mahasiswa Gen Z yang diwawancarai menyebutkan pengaruh teman sebaya dan media sosial sebagai faktor yang mendorong mereka untuk mulai mendaki gunung. Walaupun media sosial sering kali menjadi pemicu eksternal, pengalaman nyata yang diperoleh selama pendakian tetap dianggap sebagai sumber makna yang lebih dalam. T.Y umur 22 Tahun salah satu informan, menyatakan,

"Saya sering melihat konten di Instagram juga TikTok yang menunjukkan pemandangan indah dari gunung, itu membuat saya tertarik untuk merasakannya sendiri. Tetapi, setelah mendaki, saya merasa lebih damai dan tenang, itulah makna sesungguhnya bagi saya."

Hal ini memperlihatkan adanya hubungan antara faktor sosial dan pengalaman individu, di mana media sosial berfungsi sebagai pemicu eksternal, sedangkan pengalaman mendaki di alam menjadi ruang internalisasi nilai dan perasaan. Dalam kerangka teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann (1966) dalam (Sulaiman, 2016), proses pemaknaan ini dapat dijelaskan melalui tiga tahap dialektis, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Mahasiswa mengekspresikan (eksternalisasi) kebutuhan akan ketenangan melalui kegiatan mendaki, pengalaman tersebut kemudian diakui secara sosial dalam lingkungan pertemanan dan komunitas (objektivasi), dan akhirnya menjadi bagian dari cara mereka memahami diri dan dunia (internalisasi). Dengan kata lain, aktivitas mendaki gunung telah menjadi realitas sosial yang dikonstruksi bersama, bukan hanya kegiatan fisik, tetapi juga simbol dari nilai-nilai ketenangan, solidaritas, dan keseimbangan diri.

Beberapa informan juga menganggap pendakian gunung sebagai sarana untuk pembelajaran moral. Mereka merasa bahwa kegiatan ini mengajarkan nilai-nilai seperti kedisiplinan, kerja sama, dan kepedulian terhadap alam. M.F 23 Tahun menyatakan:

"Selama pendakian, kami harus saling membantu, menjaga kebersihan, dan menghormati"

alam. Itu yang membuat saya merasa bahwa mendaki adalah pengalaman yang sangat berarti."

Hal ini mendukung pandangan (Alfurizqi & Aji, 2025) yang menegaskan bahwa bagi generasi Z, aktivitas alam seperti pendakian berfungsi sebagai bentuk eksplorasi identitas dan ekspresi kebebasan, serta menjadi media untuk menyalurkan tekanan emosional dengan cara positif. Dengan demikian, pendakian gunung bagi mahasiswa Gen Z bukan hanya perjalanan menuju puncak, tetapi juga perjalanan menuju pengenalan diri dan keseimbangan hidup.

Pendakian gunung juga menunjukkan pergeseran makna yang signifikan di kalangan mahasiswa Gen Z. Aktivitas ini semakin dipandang bukan hanya sebagai tantangan fisik, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas diri, memperkuat hubungan sosial, dan mencari kedamaian batin. Meskipun pengaruh media sosial tetap ada, pengalaman langsung di alam tetap menjadi aspek yang paling mendalam bagi mahasiswa dalam memaknai kegiatan mendaki gunung. Pendakian gunung, bagi mahasiswa Gen Z, bukan hanya perjalanan menuju puncak, melainkan juga perjalanan menuju pemahaman diri, keseimbangan hidup, dan solidaritas dengan sesama. Aktivitas ini telah menjadi bagian integral dari gaya hidup mereka, yang mencakup pencarian makna hidup, refleksi, dan ekspresi diri yang lebih mendalam.

Representasi Aktivitas Mendaki di Ruang Digital

Tren mendaki gunung di kalangan mahasiswa Gen Z Universitas Negeri Makassar telah mengalami transformasi yang signifikan, tidak hanya sebagai kegiatan fisik semata, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri yang diperkuat oleh media sosial. Dalam dunia yang semakin terhubung melalui teknologi dan informasi, media sosial telah menjadi ruang penting untuk mengekspresikan identitas, membentuk citra diri, dan berbagi pengalaman. Penelitian ini berusaha untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana aktivitas mendaki gunung dimaknai oleh mahasiswa Gen Z, serta bagaimana media sosial berperan dalam membentuk dan merepresentasikan pengalaman tersebut dalam ruang digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir seluruh mahasiswa Gen Z Universitas Negeri Makassar aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membagikan pengalaman mendaki mereka. Aktivitas berbagi ini umumnya dimaknai bukan sebagai ajang pamer, melainkan sebagai sarana untuk berbagi pengalaman dan mengekspresikan perasaan. Salah satu informan M.L umur 22 Tahun menjelaskan:

"Saya sering mengunggah di Instagram dan WhatsApp, hanya untuk berbagi cerita, bukan untuk pamer."

Temuan ini juga menunjukkan bahwa media sosial memengaruhi cara mahasiswa membangun citra diri sebagai pendaki. Beberapa informan mengaku menyesuaikan gaya berfoto, memilih momen tertentu, atau membuat caption agar terlihat lebih menarik. Ada pula yang merasakan tekanan untuk tampil "keren" atau "berpengalaman" ketika membagikan konten pendakian. Informan M.J.R umur 22 Tahun :

"Saya memilih foto dengan latar belakang puncak gunung atau momen ketika matahari terbit, maupun matahari terbenam, lautan awan, bahkan hutan lumut karena itu memberi kesan lebih keren dan berpengalaman."

Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang representasi identitas digital, di mana pengalaman mendaki diterjemahkan ke dalam simbol-simbol visual dan naratif. Fenomena ini menandai pergeseran makna mendaki dari kegiatan fisik menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda. Bagi generasi Z, mendaki gunung kini menjadi bentuk ekspresi diri yang menampilkan nilai keberanian, kebebasan, dan kecintaan terhadap alam. (Novianti et al., 2022) Selain itu, generasi muda menggunakan media sosial untuk memperkuat citra diri dan

menunjukkan gaya hidup yang dianggap menarik secara publik. (Adani & Setianingrum, 2024)

Proses representasi dari fenomena yang terjadi di kalangan gen z ini yakni tren mendaki gunung dapat dijelaskan melalui teori konstruksi sosial Berger dan Luckman (1996) Di mana menyatakan bahwa tahap eksternalisasi terjadi ketika mahasiswa mengekspresikan pengalaman mendaki melalui unggahan di media sosial. Objektivasi muncul ketika unggahan tersebut mendapat pengakuan sosial melalui komentar, tanda suka, atau interaksi digital. Sebagaimana yang dikatakan oleh T.Y 22 Tahun :

"Saya merasa dihargai ketika teman-teman memberi komentar positif tentang foto pendakian saya."

Sementara itu, internalisasi terjadi ketika nilai-nilai atau citra sebagai "pendaki keren" diterima dan dihayati oleh individu sebagai bagian dari identitas diri. Dengan demikian, media sosial berperan penting dalam membentuk realitas sosial baru tentang pendakian, di mana pengalaman nyata di alam diperluas menjadi representasi simbolik di ruang digital

Namun, terdapat juga temuan bahwa media sosial tidak sepenuhnya menentukan citra diri, karena bagi mereka mendaki tetap merupakan pengalaman pribadi yang autentik. Informan M.F 23 Tahun, salah satu informan, mengatakan,

"Mendaki itu untuk saya pribadi. Apa yang saya alami di gunung tidak akan sama dengan apa yang orang lain lihat di Instagram."

Sikap ini menunjukkan adanya kesadaran kritis untuk membedakan antara makna sejati pendakian dan konstruksi sosial yang terbentuk di dunia digital. Dari temuan ini terdapat kecenderungan terhadap pernyataan dalam (Adani & Setianingrum, 2024) bahwa aktivitas seperti mendaki gunung sering dimanfaatkan untuk membangun citra diri, menunjukkan status sosial, dan mendapatkan pengakuan publik. Dalam konteks ini, media sosial tidak lagi sekadar ruang berbagi pengalaman, tetapi telah menjadi arena pencitraan dan pembentukan eksistensi sosial.

Temuan penelitian ini memperlihatkan adanya dua kecenderungan di kalangan mahasiswa Gen Z Universitas Negeri Makassar: sebagian mempertahankan makna mendaki sebagai pengalaman reflektif dan personal, sementara sebagian lainnya mengintegrasikan pendakian ke dalam budaya digital sebagai bentuk ekspresi identitas dan simbol gaya hidup modern. Kedua kecenderungan ini menunjukkan kompleksitas makna dari aktivitas mendaki gunung di kalangan mahasiswa Gen Z, yang tidak hanya dipengaruhi oleh realitas fisik di alam, tetapi juga oleh konstruksi sosial yang terbentuk di ruang digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Gen Z Universitas Negeri Makassar memaknai aktivitas mendaki gunung sebagai pengalaman reflektif dan sarana menemukan ketenangan, bukan semata kegiatan rekreatif. Aktivitas ini mengandung nilai pembelajaran sosial seperti tanggung jawab, solidaritas, dan kepedulian terhadap alam. Sementara itu, praktik mendaki direpresentasikan di media sosial sebagai bentuk ekspresi diri dan pembentukan identitas digital, di mana pengalaman mendaki di alam diolah menjadi simbol gaya hidup modern. Fenomena ini menunjukkan bahwa mendaki gunung bagi Gen Z telah mengalami pergeseran makna, dari aktivitas fisik menjadi bagian dari proses konstruksi sosial dan representasi identitas di era digital.

REFERENSI

- Adani, N. S., & Setianingrum, V. M. (2024). *Studi Fenomenologi Personal Branding Pendaki Gen-Z Di Media Sosial*. 8, 97–107.
- Alfurizqi, S. M. P., & Aji, G. G. (2025). Motif Wisatawan Pengguna Jasa Open trip Travel (Studi Fenomenologi pada Generasi Z Urban). *The Commmercium*, 09, 480–487. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commmercium/article/view/72072%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commmercium/article/download/72072/51735>
- Farid, M., Adib, M., Main, A., Setyowati, R. N., Siahaan, S., Jatiningsih, O., Rusmanto, J., & Muwaffiqillah. (2018). *Fenomenologi dalam Penelitian Sosial*. Prenadamedia Group.
- Lestari, A. P., Lady Faerrosa, M. Chothibul Umam Assa'ady, Stevany Hanalyna Dethan, & Putri Amalia Wardi. (2025). Pengaruh Self Actualization Dan Self Concept Terhadap Brand Choice Bagi Pendaki. *Jurnal Aplikasi Perpajakan*, 6(1), 432–446. <https://doi.org/10.29303/jap.v6i1.143>
- Mizan, A. N. (2016). Peter L. Berger Dan Gagasannya Mengenai Konstruksi Sosial Dan Agama. *Citra Ilmu*, 24(12), 155–163.
- Niam, M. F., Rumahlewang, E., Umiyati, H., Dewi, N. P. S., Atiningsih, S., Haryati, T., Maghfiroh, I. S., Isma, R., Rullyana, Safira, Maria, Ahmad, & Farid. (2024). Metode Penelitian. In *General and Specific Research* (Vol. 4, Issue 2). <https://adisampublisher.org/index.php/edu/article/view/744/784>
- Novianti, S., Farhah Zamilah, F., & Andrianto, T. (2022). Perilaku Pendakian Gunung di Masa Kenormalan Baru (Analisis Perspektif Pendaki Gunung di Jawa Barat). *Journal of Event, Travel and Tour Management*, 2(1), 9–18. <https://doi.org/10.34013/jett.v2i1.785>
- Safitri, N. U. R. M., & Noviana, E. K. A. (2024). *Perancangan Video Dokumenter Makna Tradisi Menjaga Alam di Gunung Puncak Salam Cireundeui Bagi Kalangan Gen – Z*. 04(2), 95–110.
- Sulaiman, A. (2016). Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Society*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.33019/society.v4i1.32>
- Wuisan, F. F., Setiawan, B., & Pradita, U. (2025). Wisata Alam Di Kabupaten Wonosobo. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(4), 7171–7179.
- Yuliana, M. E., Renjani, D. W., & Arya, W. A. I. (2025). *Analisis Instagram terhadap Gaya Hidup dan Pola Komunikasi pada Remaja Karang Taruna Cempaka Putih, Kecamatan Gondangrejo, Karanganyar*.