



Representasi Gunung Kemukus dalam Konten Media Sosial oleh Konten Kreator

Representation of Mount Kemukus in Social Media Content Produced by Content Creators

Fathurohmah Putri Dzikriyah*, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Siany Indria Liestyasari, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

ABSTRACT

This study examines how Mount Kemukus is represented in TikTok content produced by content creators and explores how audiences interpret these representations. The study addresses the persistent tension between cultural-religious narratives and the negative stereotypes that continue to shape the site's public image. Employing a descriptive qualitative approach grounded in Stuart Hall's theory of representation, data were collected through observations of TikTok content, documentation, interviews with content creators and audiences, and analyses of user comments. The findings reveal three dominant representations of Mount Kemukus: a site of religious, cultural, and historical tourism; a family tourism destination; and a location associated with *pesugihan* rituals. These representations are constructed through visual imagery, captions, narration, music, and symbolic elements embedded in creators' encoding practices. Audience interpretations vary across *dominant-hegemonic*, *negotiated*, and *oppositional* readings. While some audiences reproduce the site's negative stigma, others reinterpret it based on personal experience, and local communities largely reject the stigmatizing narratives by emphasizing Mount Kemukus as a religious, cultural, and historical heritage destination. The study argues that social media functions not merely as a platform for information dissemination but also as a dynamic arena for constructing, contesting, and reproducing cultural meanings, stereotypes, and collective identities.

ARTICLE HISTORY

Received 28/05/2026

Revised 12/06/2026

Accepted 18/06/2026

Published 02/07/2026

KEYWORDS

Audience reception; Mount Kemukus; representation; social media; tiktok.

*CORRESPONDING AUTHOR

✉ dzikriyahputri21@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.30743/mkd.v10i1.13675>

PENDAHULUAN

Gunung Kemukus merupakan kawasan wisata religi yang terletak di Desa Pendem, Kecamatan Miri, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Kawasan ini dikenal sebagai lokasi makam Pangeran Samudera dan Raden Ayu Ontrowulan yang memiliki nilai historis, budaya, dan religius bagi masyarakat Jawa. Seiring perkembangannya, Gunung Kemukus tidak hanya dikenal sebagai destinasi ziarah, tetapi juga dilekatkan dengan stigma negatif yang berkembang melalui cerita masyarakat, pemberitaan media massa, hingga konten media sosial. Stigma tersebut berkaitan dengan praktik ritual *ngalap berkah* yang diyakini sebagian masyarakat sebagai sarana memperoleh kelancaran rezeki, kekayaan, atau terpenuhinya harapan tertentu melalui hubungan seksual dengan pasangan yang bukan suami atau istri sah sebanyak tujuh kali dalam satu *lapan* atau tiga puluh lima hari (Sari et al., 2016). Kehadiran dua narasi yang saling bertentangan menjadikan Gunung Kemukus sebagai objek yang penting untuk dikaji dalam perspektif representasi media dan pembentukan makna sosial.

Perkembangan stigma tersebut melahirkan beragam persepsi negatif terhadap Gunung Kemukus hingga mengaburkan identitasnya sebagai kawasan wisata religi dan budaya. Sebagian masyarakat memandang kawasan ini sebagai tempat maksiat dan praktik prostitusi terselubung, meskipun fungsi utamanya sejak awal merupakan pusat wisata religi dan ziarah masyarakat Jawa (Sularno, 2014). Media lokal maupun internasional turut memperkuat citra tersebut dengan lebih banyak menonjolkan aspek sensasional dibandingkan nilai sejarah dan religiusitas kawasan. Tayangan *Dateline SBS Australia*, misalnya, memperkenalkan Gunung Kemukus kepada publik internasional dengan sebutan *Sex Mountain*, sehingga memperkuat citra negatif kawasan tersebut di ruang publik

global (Pendit, 1999). Pola pemberitaan semacam ini memperlihatkan bahwa media memiliki peran besar dalam membangun dan mempertahankan stigma terhadap suatu destinasi wisata.

Pemerintah Kabupaten Sragen terus melakukan berbagai upaya *rebranding* dan revitalisasi untuk mengembalikan citra Gunung Kemukus sebagai destinasi wisata religi dan wisata keluarga. Pemerintah membangun berbagai fasilitas baru, seperti ruang terbuka hijau, *promenade*, area bermain anak, *spot* foto, dan panggung hiburan keluarga sebagai bagian dari penataan kawasan (Prasetya, 2022). Langkah tersebut diarahkan untuk memperkuat identitas Gunung Kemukus sebagai destinasi wisata yang menonjolkan nilai sejarah, budaya, dan religius. Strategi penataan kawasan juga ditujukan untuk mengurangi stigma negatif yang telah lama berkembang sekaligus membentuk persepsi baru yang lebih positif di tengah masyarakat (Hidayat, 2018). Program revitalisasi tersebut menunjukkan bahwa perubahan citra destinasi wisata memerlukan dukungan kebijakan yang berkelanjutan.

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh potensi sumber daya alam dan budaya yang dimiliki setiap daerah, tetapi juga oleh perubahan pola komunikasi masyarakat pada era digital. Pariwisata telah berkembang menjadi sektor strategis yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi sekaligus memperkuat identitas budaya dan sosial masyarakat. Keberagaman warisan sejarah, budaya, dan tradisi lokal menjadikan Indonesia memiliki berbagai destinasi wisata yang menawarkan pengalaman rekreasi, edukasi, maupun spiritual. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa daya tarik suatu destinasi tidak lagi hanya ditentukan oleh kondisi fisiknya, tetapi juga oleh citra dan makna yang berkembang di ruang publik.

Perkembangan teknologi informasi semakin memperkuat hubungan antara pariwisata dan media digital. Masyarakat kini lebih banyak memperoleh informasi mengenai suatu destinasi melalui media sosial sebelum memutuskan untuk berkunjung. Kurniawan dan Prawiro (2024) menjelaskan bahwa representasi yang dibangun melalui media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi, minat, dan keputusan wisatawan terhadap suatu destinasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa citra sebuah kawasan wisata semakin bergantung pada narasi yang diproduksi dan disebarluaskan melalui platform digital.

Fenomena tersebut juga terlihat pada perkembangan wisata religi di Indonesia yang terus mengalami peningkatan sebagai bagian dari pariwisata berbasis budaya dan spiritual. Wisata religi tidak hanya berorientasi pada aktivitas ziarah atau praktik keagamaan, tetapi juga merepresentasikan hubungan antara nilai spiritual, sejarah, tradisi, dan identitas masyarakat setempat. Berbagai destinasi religi berkembang karena memiliki nilai historis sekaligus menjadi ruang pelestarian budaya yang diwariskan secara turun-temurun. Gunung Kemukus merupakan salah satu destinasi wisata religi di Jawa Tengah yang tumbuh melalui keberadaan makam Pangeran Samudera serta tradisi ziarah yang masih dijalankan oleh masyarakat hingga saat ini.

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat membangun, menyebarkan, dan mengonsumsi informasi mengenai destinasi wisata. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang produksi makna yang mampu membentuk persepsi publik terhadap suatu tempat (Lestari, 2019). Penyebaran informasi yang berlangsung secara cepat, luas, dan interaktif memungkinkan berbagai narasi mengenai suatu destinasi berkembang tanpa batas ruang dan waktu. Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai salah satu faktor yang berpengaruh dalam membentuk citra destinasi wisata pada era digital.

TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan opini publik di Indonesia. Platform ini memungkinkan pengguna memproduksi dan mendistribusikan video pendek dengan dukungan berbagai fitur visual, audio, dan efek kreatif yang mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat. Tingginya intensitas penggunaan TikTok

menjadikan platform ini sebagai ruang yang efektif untuk membangun narasi mengenai berbagai isu sosial, budaya, maupun destinasi wisata. Karakteristik tersebut menyebabkan representasi yang dibangun melalui TikTok memiliki kemampuan membentuk persepsi publik secara lebih cepat dibandingkan media konvensional.

Peran konten kreator menjadi semakin penting dalam proses pembentukan representasi digital. Konten kreator tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menentukan sudut pandang, memilih visual, menyusun narasi, dan menonjolkan simbol-simbol tertentu yang dapat memengaruhi cara audiens memahami suatu realitas. Setiap keputusan kreatif yang diambil dalam proses produksi konten berkontribusi terhadap pembentukan makna mengenai suatu objek atau peristiwa. Kondisi ini menjadikan konten digital sebagai hasil konstruksi sosial yang mampu memengaruhi persepsi masyarakat terhadap destinasi wisata, termasuk Gunung Kemukus.

Penelitian ini menggunakan Teori Representasi Stuart Hall sebagai landasan analisis untuk menjelaskan proses pembentukan makna mengenai Gunung Kemukus di media sosial. Hall (1997) menegaskan bahwa media tidak sekadar merefleksikan realitas, tetapi secara aktif memproduksi dan mengonstruksi realitas melalui bahasa, simbol, dan berbagai bentuk representasi yang digunakan dalam proses komunikasi (Hall, 1997). Perspektif tersebut memberikan kerangka analitis untuk memahami bagaimana citra Gunung Kemukus dibentuk melalui konten TikTok, kemudian disebarluaskan kepada masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan penelitian menjelaskan bahwa representasi merupakan hasil konstruksi sosial, bukan gambaran objektif mengenai suatu realitas.

Hall juga menjelaskan bahwa proses representasi berlangsung melalui mekanisme *encoding* dan *decoding*. Proses *encoding* dilakukan oleh produsen media atau konten kreator ketika memilih visual, bahasa, narasi, dan simbol yang digunakan untuk membangun pesan tertentu. Sebaliknya, proses *decoding* terjadi ketika audiens menafsirkan pesan tersebut berdasarkan pengalaman sosial, latar budaya, dan pengetahuan yang dimiliki. Perbedaan latar belakang pengguna menyebabkan satu konten yang sama dapat menghasilkan beragam bentuk pemaknaan.

Hall (1980) mengelompokkan proses *decoding* ke dalam tiga posisi audiens, yaitu *dominant-hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*. Audiens pada posisi dominan menerima makna sebagaimana dikonstruksi oleh media, sedangkan audiens pada posisi negosiasi menerima sebagian pesan tetapi menyesuaikannya dengan pengalaman pribadi. Audiens pada posisi oposisi menolak makna dominan dan membangun interpretasi alternatif berdasarkan perspektif yang dimiliki (Hall, 1980). Klasifikasi tersebut menunjukkan bahwa audiens berperan sebagai subjek aktif yang menghasilkan makna melalui proses interpretasi, bukan sebagai penerima informasi yang pasif.

Kerangka teoritis tersebut menjadi relevan untuk menganalisis representasi Gunung Kemukus di TikTok. Konten yang diproduksi oleh para kreator merupakan hasil konstruksi makna melalui pemilihan visual, narasi, simbol, dan penonjolan aspek tertentu, seperti wisata religi, wisata keluarga, maupun stigma negatif yang selama ini melekat pada kawasan tersebut. Audiens kemudian memberikan penafsiran yang berbeda sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, dan latar belakang sosial budaya masing-masing. Hubungan antara proses *encoding* dan *decoding* tersebut menjadi dasar analisis dalam menjelaskan bagaimana media sosial membentuk, mempertahankan, maupun menegosiasikan citra Gunung Kemukus di ruang digital.

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, menghadirkan tantangan baru terhadap proses perubahan citra Gunung Kemukus. Banyak konten yang beredar di platform tersebut lebih menonjolkan unsur sensasional, kontroversial, dan mistis karena dianggap mampu menarik perhatian pengguna serta meningkatkan interaksi digital. Akibatnya, representasi yang berkembang di media sosial sering kali berbeda dengan kondisi aktual Gunung Kemukus setelah revitalisasi dan *rebranding*

dilakukan. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang yang memproduksi, menyebarkan, dan memperkuat makna mengenai suatu tempat melalui interaksi antarpengguna (Didy, 2023). Fenomena ini memperlihatkan bahwa konstruksi citra destinasi wisata pada era digital semakin dipengaruhi oleh narasi yang beredar di media sosial.

Fenomena tersebut selaras dengan teori representasi Stuart Hall yang memandang media sebagai institusi yang secara aktif memproduksi dan mengonstruksi realitas melalui proses pembentukan makna. Representasi yang dibangun dalam konten media sosial memengaruhi cara pengguna memahami, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap Gunung Kemukus. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana konten kreator merepresentasikan Gunung Kemukus melalui TikTok sekaligus mengkaji bagaimana audiens memaknai representasi tersebut berdasarkan pengalaman dan latar belakang sosialnya. Kajian ini diharapkan dapat memperkaya diskursus mengenai media sosial, representasi digital, serta proses pembentukan stigma terhadap destinasi wisata budaya dan religi di Indonesia.

Pembahasan penelitian diawali dengan pemaparan sejumlah konsep dasar yang menjadi landasan analisis, yaitu konsep pariwisata, wisata religi, media sosial, dan konten kreator. Keempat konsep tersebut memberikan kerangka untuk memahami hubungan antara karakteristik destinasi wisata, produksi konten digital, dan pembentukan persepsi publik di media sosial. Kerangka konseptual ini juga menjadi dasar untuk menjelaskan proses representasi yang dibangun oleh konten kreator serta proses pemaknaan yang dilakukan audiens terhadap konten mengenai Gunung Kemukus. Pemahaman terhadap konsep-konsep tersebut menjadi pijakan penting dalam menganalisis dinamika representasi Gunung Kemukus pada era media digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memahami representasi Gunung Kemukus yang dibangun melalui media sosial, khususnya TikTok. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengungkap makna yang terkandung dalam visual, narasi, serta interaksi yang berkembang di antara pengguna media sosial, sedangkan desain deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis bentuk-bentuk representasi yang muncul dalam konten digital. Objek penelitian difokuskan pada konten TikTok yang merepresentasikan Gunung Kemukus, meliputi video, *caption*, dan komentar audiens sebagai bagian dari proses pembentukan makna. Penelitian dilaksanakan pada tahun akademik 2025/2026 dengan menempatkan media sosial sebagai ruang utama produksi, distribusi, dan reproduksi representasi digital. Pengumpulan data dilakukan selama Februari hingga April 2026.

Penelitian ini memilih akun-akun pribadi yang secara aktif memproduksi konten mengenai Gunung Kemukus, bukan akun media massa maupun akun resmi pemerintah. Pemilihan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa akun pribadi lebih merepresentasikan praktik produksi makna yang berlangsung secara organik di media sosial. Peneliti menyeleksi sebanyak sebelas konten TikTok dari akun yang berbeda berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian, yaitu representasi Gunung Kemukus sebagai destinasi wisata religi, budaya, maupun kawasan yang dilekatkan dengan stigma tertentu. Proses seleksi dilakukan secara purposif agar setiap konten mampu memberikan informasi yang mendalam mengenai variasi representasi yang berkembang di TikTok.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari unggahan TikTok yang berkaitan dengan Gunung Kemukus serta hasil wawancara dengan konten kreator dan audiens yang memberikan tanggapan terhadap konten tersebut. Penelitian melibatkan delapan informan yang terdiri atas empat konten kreator dan empat audiens, dengan pemilihan informan didasarkan pada keterlibatan mereka dalam memproduksi maupun memaknai konten

mengenai Gunung Kemukus di TikTok. Data sekunder diperoleh dari artikel jurnal, buku ilmiah, serta berbagai literatur yang relevan untuk memperkuat analisis mengenai representasi media sosial dan teori representasi.

Peneliti mengumpulkan data melalui observasi nonpartisipatif, dokumentasi, dan wawancara mendalam *semi-structured*. Observasi dilakukan dengan mengamati konten TikTok yang menampilkan representasi Gunung Kemukus, sedangkan dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan tangkapan layar video, *caption*, serta komentar pengguna media sosial. Wawancara dilakukan kepada konten kreator dan audiens untuk memahami proses *encoding* dan *decoding* yang melatarbelakangi terbentuknya berbagai pemaknaan terhadap Gunung Kemukus. Kombinasi ketiga teknik tersebut memungkinkan peneliti memperoleh data yang komprehensif mengenai proses produksi dan penerimaan representasi di media sosial.

Penelitian ini menguji keabsahan data melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari konten kreator dan audiens, sedangkan triangulasi metode dilakukan melalui pencocokan hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara. Peneliti menganalisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penerapan teknik analisis tersebut memungkinkan setiap temuan disusun secara sistematis sehingga mampu menjelaskan proses representasi Gunung Kemukus serta beragam pemaknaan yang dibangun oleh audiens di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Representasi Gunung Kemukus dalam Konten Media Sosial Tiktok

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi Gunung Kemukus di media sosial, khususnya TikTok, dibangun melalui beragam konten yang diproduksi oleh para konten kreator. Representasi tersebut tidak bersifat tunggal, melainkan menghadirkan berbagai konstruksi makna yang menempatkan Gunung Kemukus sebagai destinasi wisata religi, budaya, sejarah, wisata keluarga, hingga lokasi yang dikaitkan dengan ritual *pesugihan*. Para konten kreator memanfaatkan visual, *caption*, teks pada layar (*subtitle*), musik, dan narasi tertentu untuk membangun representasi yang memengaruhi cara audiens memahami Gunung Kemukus (Aisyah & Sudikan, 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa makna mengenai suatu destinasi wisata tidak terbentuk secara alamiah, melainkan diproduksi melalui praktik komunikasi digital yang berlangsung secara berkelanjutan di media sosial.

Media sosial tidak lagi berfungsi semata sebagai sarana hiburan dan penyebaran informasi, tetapi juga berkembang menjadi ruang produksi representasi budaya. TikTok sebagai platform berbasis audio-visual memiliki kemampuan membangun citra sosial melalui pengulangan visual, penggunaan simbol budaya, narasi, serta dukungan algoritma yang mengatur distribusi konten. Mekanisme tersebut menyebabkan representasi tertentu mengenai Gunung Kemukus lebih mudah memperoleh jangkauan yang luas dan diterima oleh publik dibandingkan representasi lainnya (Nugroho, 2020). Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa algoritma media sosial turut berperan dalam memperkuat konstruksi makna terhadap suatu destinasi wisata.

Hasil analisis mengelompokkan representasi Gunung Kemukus di TikTok ke dalam tiga bentuk utama, yaitu representasi sebagai destinasi wisata religi, budaya, dan sejarah; representasi sebagai destinasi wisata keluarga; serta representasi sebagai lokasi ritual *pesugihan*. Ketiga bentuk representasi tersebut menunjukkan bahwa satu destinasi dapat dimaknai secara berbeda sesuai

dengan sudut pandang yang dibangun oleh konten kreator. Perbedaan representasi tersebut sekaligus memperlihatkan bahwa media sosial menjadi arena yang mempertemukan beragam narasi, kepentingan, dan ideologi dalam memproduksi makna. Uraian berikut menjelaskan setiap bentuk representasi berdasarkan hasil observasi konten dan wawancara dengan para informan.

Representasi Gunung Kemukus sebagai Wisata Religi, Budaya, dan Sejarah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian konten TikTok merepresentasikan Gunung Kemukus sebagai kawasan wisata religi, budaya, dan sejarah. Konten-konten tersebut menonjolkan makam Pangeran Samudera sebagai tujuan ziarah, tradisi *Larap Slambu* sebagai warisan budaya masyarakat, serta narasi sejarah yang menghubungkan Pangeran Samudera dengan Kerajaan Majapahit dan Kesultanan Demak. Pemilihan visual dan narasi tersebut mengarahkan audiens untuk memandangi Gunung Kemukus sebagai ruang yang memiliki nilai spiritual, historis, dan budaya yang tetap terpelihara hingga saat ini. Representasi tersebut memperlihatkan adanya upaya membangun identitas alternatif yang berbeda dari stigma negatif yang selama ini berkembang.



Gambar 1. Konten TikTok tentang Gunung Kemukus

Sumber: Akun TikTok @sitimulo8, dipublikasikan pada 28 Februari 2026

Konten yang mengangkat representasi tersebut umumnya menampilkan area makam Pangeran Samudera, Sendang Ontrowulan, bangunan *joglo*, aktivitas ziarah, serta berbagai tradisi budaya masyarakat sekitar. Para konten kreator juga menggunakan *caption* seperti “wisata religi dan budaya” disertai narasi sejarah pada *subtitle* untuk memperkuat identitas Gunung Kemukus sebagai kawasan spiritual dan budaya Jawa. Pemilihan unsur-unsur visual tersebut membentuk citra yang lebih positif dibandingkan narasi yang selama ini beredar di media. Strategi komunikasi tersebut menunjukkan bahwa visual dan bahasa memiliki peran penting dalam membangun persepsi audiens terhadap suatu destinasi wisata.

Perspektif Teori Representasi Stuart Hall menjelaskan bahwa praktik tersebut merupakan bagian dari proses *encoding*, yaitu proses ketika produsen media membangun makna melalui pemilihan simbol, bahasa, visual, dan narasi tertentu. Para konten kreator secara sadar memilih unsur-unsur religi, sejarah, dan budaya sebagai fokus utama untuk membentuk citra positif Gunung Kemukus di hadapan audiens. Hall menegaskan bahwa media tidak sekadar merefleksikan realitas, tetapi secara aktif mengonstruksi realitas melalui sistem tanda dan simbol budaya yang digunakan

dalam suatu representasi. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa konten TikTok menjadi media yang digunakan untuk membangun makna baru mengenai Gunung Kemukus sebagai destinasi wisata religi dan budaya.

Hasil wawancara memperlihatkan bahwa para informan memiliki pandangan yang relatif konsisten mengenai identitas Gunung Kemukus sebagai kawasan wisata religi dan budaya. Sebagian besar informan menilai bahwa keberadaan makam Pangeran Samudera dan tradisi *Larap Slambu* merupakan karakter utama yang membedakan Gunung Kemukus dari destinasi wisata lainnya. Para konten kreator juga mengaku sengaja memproduksi konten yang lebih menonjolkan aspek sejarah, religiusitas, dan budaya sebagai upaya membangun representasi alternatif terhadap stigma negatif yang telah lama berkembang. Kesamaan pandangan tersebut menunjukkan bahwa proses produksi konten di TikTok tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk citra baru mengenai Gunung Kemukus.

Narasumber 1 menjelaskan bahwa Gunung Kemukus seharusnya dipahami sebagai destinasi wisata religi dan budaya karena identitas utamanya terletak pada keberadaan makam Pangeran Samudera serta tradisi *Larap Slambu* yang masih dilestarikan hingga saat ini.

“Sebaiknya Gunung Kemukus dipahami sebagai wisata religi dan budaya. Wisata religi karena di Gunung Kemukus terdapat makam Pangeran Samudera. Wisata budaya karena tiap tahun terdapat event seperti Larap Slambu pada malam 1 Suro.” (Narasumber 1, wawancara, 26 Februari 2026).

Narasumber 1 juga menegaskan bahwa konten yang diproduksi secara sengaja diarahkan untuk membangun citra positif Gunung Kemukus sebagai destinasi wisata religi dan budaya. Menurutnya, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menggeser persepsi publik yang selama ini lebih banyak dipengaruhi oleh narasi sensasional.

“Citra positif seperti wisata religi dan budaya. Wisata religi seperti ziarah di makam Pangeran Samudera dan di sana juga ada event setiap tahun, tepatnya malam satu Suro yaitu Larap Slambu.” (Narasumber 1, wawancara, 26 Februari 2026).

Pandangan yang serupa juga disampaikan oleh Narasumber 2. Informan tersebut menilai bahwa revitalisasi kawasan telah memperkuat fungsi Gunung Kemukus sebagai destinasi wisata religi sekaligus kawasan wisata yang layak dikunjungi oleh masyarakat luas.

“Ya sebaiknya dipahami sebagai wisata religi dan budaya. Di sana juga sudah bagus tempatnya, bisa untuk pariwisata juga.” (Narasumber 2, wawancara, 1 Maret 2026).

Narasumber 3 turut mengemukakan bahwa perubahan fasilitas dan penataan kawasan menjadikan Gunung Kemukus semakin sesuai dikembangkan sebagai destinasi wisata religi sekaligus wisata keluarga.

“Sebaiknya Gunung Kemukus dipahami sebagai wisata religi dan pariwisata atau wisata keluarga.” (Narasumber 3, wawancara, 8 Maret 2026).

Rangkaian hasil wawancara tersebut memperlihatkan bahwa para informan memaknai Gunung Kemukus sebagai kawasan yang memiliki nilai religius, historis, dan budaya yang lebih dominan dibandingkan stigma negatif yang selama ini berkembang. Persepsi tersebut menunjukkan adanya kesesuaian antara strategi representasi yang dibangun oleh para konten kreator dengan pemaknaan yang muncul dari sebagian audiens. Kondisi tersebut memperkuat argumentasi Stuart Hall bahwa makna media dibentuk melalui proses *encoding* dan kemudian dinegosiasikan melalui proses *decoding* oleh audiens. Temuan ini sekaligus menegaskan bahwa media sosial dapat menjadi ruang strategis untuk membangun representasi alternatif terhadap identitas suatu destinasi wisata.

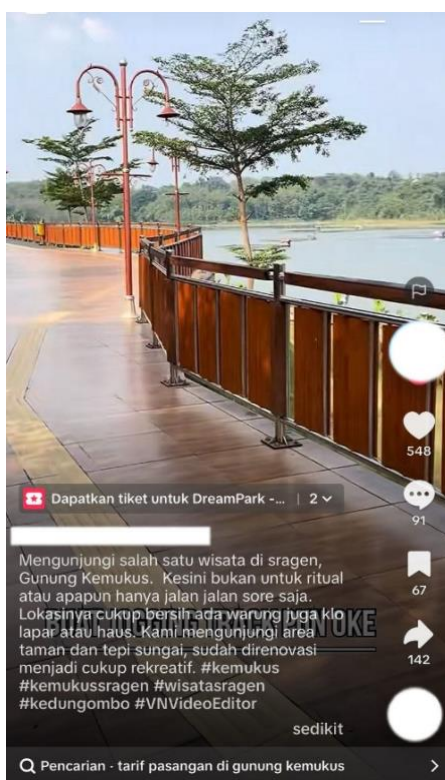
Temuan penelitian memperlihatkan bahwa makam Pangeran Samudera dan tradisi *Larap Slambu* menjadi unsur utama yang membentuk representasi Gunung Kemukus sebagai kawasan

wisata religi, budaya, dan sejarah. Para konten kreator memanfaatkan media sosial sebagai ruang untuk membangun narasi alternatif yang menonjolkan nilai sejarah, spiritualitas, dan budaya lokal sebagai identitas utama kawasan. Strategi tersebut memperlihatkan bahwa proses *rebranding* tidak hanya dilakukan melalui kebijakan pemerintah, tetapi juga berlangsung melalui produksi konten digital yang dilakukan oleh masyarakat. Peran media sosial dalam konteks ini menunjukkan bahwa platform digital dapat menjadi arena negosiasi identitas budaya lokal sekaligus sarana untuk menantang dominasi narasi sensasional yang telah lama melekat pada Gunung Kemukus.

Representasi Gunung Kemukus sebagai Tempat Pariwisata Keluarga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gunung Kemukus tidak hanya direpresentasikan sebagai destinasi wisata religi dan budaya, tetapi juga sebagai kawasan pariwisata keluarga. Representasi tersebut dibangun melalui visual panorama alam, taman wisata, *promenade*, *jogging track*, area bermain anak, suasana senja, serta berbagai fasilitas publik yang muncul setelah kawasan tersebut mengalami revitalisasi (Permatasari, 2025). Pemilihan unsur-unsur visual tersebut mengarahkan audiens untuk memaknai Gunung Kemukus sebagai ruang rekreasi yang nyaman, aman, dan dapat dinikmati oleh berbagai kelompok masyarakat. Temuan ini memperlihatkan adanya pergeseran representasi dari citra kawasan yang sebelumnya identik dengan stigma negatif menuju destinasi wisata keluarga yang lebih inklusif.

Konten-konten yang mengangkat representasi tersebut umumnya menampilkan suasana santai di kawasan wisata, aktivitas pengunjung, keindahan lanskap, serta berbagai fasilitas yang tersedia setelah proses revitalisasi. Para konten kreator juga memanfaatkan *caption* seperti *healing*, “wisata keluarga”, “view senja”, dan “tempat nongkrong” untuk membangun citra baru Gunung Kemukus sebagai destinasi wisata modern yang layak dikunjungi (Wirajaya & Antiningsih, 2024). Strategi komunikasi tersebut menunjukkan bahwa pemilihan visual dan narasi berperan penting dalam menggeser persepsi publik terhadap identitas kawasan wisata. Representasi yang dibangun melalui media sosial tidak hanya menampilkan perubahan fisik kawasan, tetapi juga membentuk pengalaman simbolik mengenai Gunung Kemukus sebagai ruang rekreasi keluarga.



Gambar 2. Jogging Track Gunung Kemukus

Sumber: Akun TikTok @sobodesodolankutho, dipublikasikan 28 Februari 2026

Perspektif Teori Representasi Stuart Hall menjelaskan bahwa proses tersebut merupakan bentuk *encoding* yang dilakukan oleh produsen media melalui pemilihan simbol, visual, dan narasi tertentu. Para konten kreator secara sadar menampilkan taman, *jogging track*, pemandangan waduk, ruang terbuka hijau, dan fasilitas publik lainnya sebagai simbol perubahan citra Gunung Kemukus. Pilihan representasi tersebut mengonstruksi makna baru yang berbeda dari narasi lama yang lebih banyak menonjolkan unsur mistis dan sensasional. Temuan ini memperlihatkan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang produksi makna yang mampu mendukung proses *rebranding* destinasi wisata di era digital.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa para informan juga memaknai revitalisasi Gunung Kemukus sebagai faktor yang mengubah fungsi kawasan dari lokasi yang sebelumnya dipersepsikan negatif menjadi destinasi rekreasi yang lebih terbuka bagi masyarakat. Informan menilai bahwa pembangunan berbagai fasilitas publik telah meningkatkan kenyamanan pengunjung sekaligus memperkuat citra Gunung Kemukus sebagai kawasan wisata keluarga. Persepsi tersebut menunjukkan adanya kesesuaian antara representasi yang dibangun melalui konten TikTok dengan pengalaman langsung yang dirasakan oleh para pengunjung. Kondisi ini memperlihatkan bahwa perubahan fisik kawasan turut memengaruhi proses pembentukan makna di ruang digital.

Narasumber 4 menjelaskan bahwa revitalisasi kawasan telah mengubah pandangannya terhadap Gunung Kemukus. Menurut informan tersebut, berbagai fasilitas yang dibangun menjadikan kawasan tersebut lebih sesuai untuk kegiatan rekreasi keluarga, olahraga, dan pengembangan potensi wisata masyarakat setempat.

“Kalau aku melihat Gunung Kemukus ya bagus-bagus aja, apalagi sekarang setelah direnovasi, kita bisa jogging ke situ, rekreasi ke situ.” (Narasumber 4, wawancara, 12 Maret 2026).

Pandangan yang serupa juga disampaikan oleh Narasumber 3. Informan tersebut menilai bahwa revitalisasi kawasan telah mengubah kesan yang sebelumnya dipenuhi rasa takut menjadi pengalaman berwisata yang lebih nyaman, aman, dan menyenangkan.

“Kesan ke sana sebelum direvitalisasi memiliki rasa takut, tetapi sehabis direvitalisasi kesannya senang, bangga, tidak memiliki rasa takut, dan nyaman.” (Narasumber 3, wawancara, 8 Maret 2026).

Rangkaian hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa perubahan fisik kawasan berkontribusi terhadap perubahan persepsi masyarakat mengenai Gunung Kemukus. Para informan tidak lagi memandang kawasan tersebut sebagai tempat yang identik dengan stigma negatif, melainkan sebagai ruang rekreasi yang nyaman dan ramah keluarga. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa representasi di media sosial tidak hanya memengaruhi persepsi publik, tetapi juga merefleksikan perubahan sosial yang terjadi pada suatu destinasi wisata. Kehadiran konten-konten yang menonjolkan suasana santai, fasilitas publik, dan panorama alam menjadi bentuk representasi baru yang berupaya menggantikan dominasi narasi negatif mengenai Gunung Kemukus.

Representasi Gunung Kemukus sebagai Tempat Ritual Pesugihan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi Gunung Kemukus sebagai lokasi ritual *pesugihan* masih menjadi narasi yang paling dominan dalam konten TikTok, meskipun berbagai representasi positif mengenai wisata religi, budaya, dan wisata keluarga juga mulai bermunculan (Destariyadi & Sriyanto, 2025). Representasi tersebut menempatkan Gunung Kemukus sebagai ruang mistis yang dikaitkan dengan praktik pencarian kekayaan melalui ritual tertentu. Dominasi narasi tersebut memperlihatkan bahwa stigma lama masih memiliki daya tarik yang kuat dalam ekosistem media

sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa proses perubahan citra kawasan tidak selalu berjalan seiring dengan perubahan kondisi fisik destinasi wisata.

Konten-konten yang membangun representasi tersebut umumnya menampilkan visual kawasan pada malam hari, keramaian pengunjung, musik bernuansa mistis, serta *caption* dan narasi yang mengaitkan Gunung Kemukus dengan ritual pencarian kekayaan. Judul maupun *caption* seperti “*pesugihan* Gunung Kemukus”, “ritual malam Jumat Pon”, dan “ritual cepat kaya” digunakan untuk menarik perhatian audiens sekaligus memperkuat citra mistis kawasan tersebut. Pemilihan unsur-unsur visual dan naratif tersebut mengarahkan audiens pada pemaknaan bahwa Gunung Kemukus identik dengan praktik ritual yang bersifat kontroversial. Strategi representasi tersebut menunjukkan bahwa konten kreator memanfaatkan aspek sensasional sebagai daya tarik utama dalam produksi konten digital.



Gambar 3. Konten TikTok tentang Ritual di Gunung Kemukus
Sumber: Akun TikTok @cakrastore13, 01 Mei 2026

Perspektif Teori Representasi Stuart Hall menjelaskan bahwa praktik tersebut merupakan bagian dari proses *encoding* yang membangun makna melalui pemilihan simbol, bahasa, visual, dan narasi tertentu. Penggunaan latar malam, ekspresi mistis, keramaian peziarah, serta narasi mengenai ritual *pesugihan* membentuk sistem tanda yang secara berulang mengonstruksi stereotip mengenai Gunung Kemukus. Hall menegaskan bahwa media tidak sekadar merefleksikan realitas, tetapi secara aktif membangun realitas melalui proses representasi yang terus diproduksi dan disebarluaskan. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa konten TikTok lebih banyak mereproduksi stigma lama dibandingkan menghadirkan gambaran yang lebih utuh mengenai nilai sejarah, budaya, dan religius kawasan tersebut.

Karakteristik media sosial juga memperkuat penyebaran representasi tersebut. TikTok sebagai platform yang bekerja melalui algoritma cenderung memberikan jangkauan lebih luas kepada konten yang mampu membangkitkan rasa penasaran, emosi, dan kontroversi. Kondisi tersebut menyebabkan konten yang mengangkat narasi mistis lebih mudah memperoleh perhatian publik dibandingkan konten yang bersifat edukatif mengenai sejarah maupun budaya Gunung Kemukus. Mekanisme

tersebut menunjukkan bahwa algoritma media sosial turut memengaruhi dominasi representasi tertentu dalam ruang digital.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam mempertahankan stigma sosial mengenai Gunung Kemukus. Revitalisasi kawasan yang dilakukan pemerintah memang berhasil menghadirkan perubahan fisik dan memperkuat fungsi kawasan sebagai destinasi wisata religi serta wisata keluarga, tetapi perubahan tersebut belum sepenuhnya menggeser representasi yang berkembang di media sosial. Konten-konten yang menonjolkan ritual *pesugihan* masih lebih sering diproduksi dan memperoleh perhatian yang lebih besar dibandingkan konten yang menampilkan nilai sejarah, budaya, dan religius kawasan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi citra destinasi wisata tidak hanya bergantung pada pembangunan fisik, tetapi juga memerlukan strategi komunikasi digital yang mampu membangun representasi alternatif secara berkelanjutan.

Beragam representasi yang berkembang di media sosial membawa implikasi penting terhadap pengelolaan destinasi wisata Gunung Kemukus. Representasi yang menonjolkan aspek religi, budaya, dan wisata keluarga berpotensi mendukung program revitalisasi serta promosi wisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah, sedangkan dominasi narasi *pesugihan* berpotensi mempertahankan stigma negatif yang telah lama melekat pada kawasan tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi arena strategis dalam pembentukan citra destinasi wisata karena representasi yang beredar mampu memengaruhi persepsi publik sekaligus menentukan minat wisatawan untuk berkunjung. Oleh sebab itu, pengelolaan destinasi wisata pada era digital tidak hanya memerlukan pembangunan infrastruktur, tetapi juga penguatan strategi representasi melalui produksi konten yang lebih edukatif, autentik, dan berbasis pada nilai sejarah serta budaya lokal.

Penafsiran Audiens terhadap Representasi Gunung Kemukus

Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens tidak selalu menerima representasi Gunung Kemukus di media sosial dengan cara yang sama. Penafsiran terhadap konten TikTok dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, latar belakang sosial, serta intensitas interaksi audiens dengan objek yang direpresentasikan. Dalam perspektif Stuart Hall, proses tersebut disebut sebagai *decoding*, yaitu proses ketika audiens menafsirkan pesan media berdasarkan kerangka pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Hall membagi proses *decoding* ke dalam tiga posisi pembacaan, yaitu *dominant hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading* (Pangestu et al., 2021).

Dominant Hegemonic Reading

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian audiens berada pada posisi *dominant hegemonic reading*, yaitu menerima makna dominan yang dibangun oleh media tanpa melakukan penafsiran alternatif. Kelompok ini memandang Gunung Kemukus sebagai tempat yang identik dengan ritual *pesugihan*, praktik seksual menyimpang, dan aktivitas mistis sebagaimana direpresentasikan dalam berbagai konten TikTok (Aryanto et al., 2022). Pandangan tersebut terlihat dari berbagai komentar pengguna media sosial yang secara langsung mengaitkan Gunung Kemukus dengan stigma negatif yang telah lama berkembang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengulangan narasi yang sama secara terus-menerus mampu memperkuat hegemoni makna sehingga representasi media diterima sebagai realitas oleh sebagian audiens.

Negotiated Reading

Posisi *negotiated reading* muncul ketika audiens menerima sebagian makna yang dibangun media, tetapi tetap melakukan penyesuaian berdasarkan pengalaman pribadi dan pengetahuan yang dimiliki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok ini mengakui keberadaan stigma negatif mengenai

Gunung Kemukus, namun pada saat yang sama memahami bahwa kawasan tersebut juga memiliki nilai religi, budaya, dan sejarah yang tidak dapat diabaikan. Sebagian besar informan dalam kategori ini pernah berkunjung secara langsung ke Gunung Kemukus sehingga memiliki pengalaman empiris yang berbeda dengan representasi yang beredar di media sosial. Pengalaman tersebut mendorong audiens untuk melakukan negosiasi terhadap makna yang dibangun oleh konten TikTok.

Hasil wawancara memperlihatkan bahwa para informan pada posisi *negotiated reading* cenderung memandang konten TikTok sebagai representasi yang dilebih-lebihkan demi menarik perhatian audiens. Mereka menganggap bahwa sebagian konten lebih menonjolkan unsur sensasional dibandingkan kondisi aktual kawasan Gunung Kemukus. Pengalaman berkunjung secara langsung menjadi dasar bagi informan untuk menilai bahwa kawasan tersebut lebih tepat dipahami sebagai destinasi wisata religi dan budaya daripada sekadar tempat ritual *pesugihan*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman empiris berperan penting dalam membentuk proses *decoding* audiens.

Narasumber 1 menjelaskan bahwa konten mengenai Gunung Kemukus di TikTok lebih banyak menonjolkan stigma negatif dibandingkan fungsi kawasan sebagai tempat ziarah dan wisata religi.

“Menurut saya konten di TikTok itu dilebih-lebihkan karena di sana itu sebagai tempat ziarah.” (Narasumber 1, wawancara, 8 Maret 2026).

Narasumber yang sama juga menegaskan bahwa pengalaman pribadinya ketika berkunjung membuatnya tidak sepenuhnya menerima representasi mengenai ritual *pesugihan* yang banyak beredar di media sosial.

“Saya tidak setuju, karena menurut pengalaman dan pemahaman saya yang berziarah ke sana, hal seperti itu tidak benar.” (Narasumber 1, wawancara, 8 Maret 2026).

Pandangan serupa juga disampaikan oleh Narasumber 2. Informan tersebut menilai bahwa sebagian besar konten di media sosial sengaja menonjolkan stigma negatif untuk menarik perhatian pengguna dan meningkatkan jumlah penonton.

“Menurut saya terlalu dilebih-lebihkan saja karena di sana bisa dianggap sebagai tempat prostitusi dan biar menarik pengunjung aja.” (Narasumber 2, wawancara, 8 Maret 2026).

Rangkaian hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa kelompok *negotiated reading* tidak menolak sepenuhnya representasi yang dibangun media, tetapi melakukan penyesuaian berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Audiens tetap mengakui adanya stigma negatif yang melekat pada Gunung Kemukus, namun mereka juga memahami bahwa kawasan tersebut memiliki fungsi religius, budaya, dan sejarah yang lebih luas. Kondisi ini memperlihatkan bahwa pengalaman langsung mampu memengaruhi proses interpretasi audiens terhadap representasi media.

Oppositional Reading

Hasil penelitian juga menemukan adanya kelompok audiens yang berada pada posisi *oppositional reading*. Kelompok ini menolak makna dominan yang dibangun media dan membentuk interpretasi alternatif berdasarkan pengalaman sosial serta kedekatan mereka dengan kawasan Gunung Kemukus. Sebagian besar informan dalam kategori ini merupakan masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan wisata sehingga memiliki pengetahuan yang lebih mendalam mengenai kondisi aktual Gunung Kemukus. Mereka memandang bahwa media sosial terlalu berfokus pada aspek kontroversial dan mengabaikan perubahan positif yang terjadi setelah revitalisasi kawasan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat lokal menilai stigma *pesugihan* tidak lagi mencerminkan kondisi Gunung Kemukus pada masa sekarang. Informan berpendapat bahwa

kawasan tersebut memiliki potensi wisata alam, religi, dan budaya yang jauh lebih besar dibandingkan citra negatif yang terus direproduksi di media sosial. Mereka juga menilai bahwa perhatian publik lebih banyak diarahkan pada narasi sensasional sehingga potensi wisata yang dimiliki Gunung Kemukus kurang memperoleh ruang dalam representasi digital. Temuan ini memperlihatkan adanya perbedaan yang jelas antara pengalaman masyarakat lokal dengan konstruksi makna yang berkembang di media sosial.

Narasumber 4 menjelaskan bahwa masyarakat sering kali hanya memperhatikan stigma negatif yang berkembang tanpa melihat potensi wisata alam yang dimiliki Gunung Kemukus.

“Orang nggak akan ngerti kalau sebenarnya alam di situ masih bagus juga, ada sungainya, ada ini itu. Mereka nggak notice itu, mereka cuma fokus ke stigma negatifnya saja.” (Narasumber 4, wawancara, 12 Maret 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lokal membangun interpretasi yang berbeda dengan makna dominan yang diproduksi oleh media sosial. Mereka menolak representasi Gunung Kemukus sebagai kawasan yang identik dengan ritual *pesugihan* dan menggantikannya dengan pemaknaan sebagai destinasi wisata religi, budaya, dan wisata alam yang telah mengalami perubahan positif. Temuan ini sejalan dengan konsep *oppositional reading* Stuart Hall yang menjelaskan bahwa audiens dapat melakukan perlawanan terhadap hegemoni makna media melalui pengalaman sosial dan pengetahuan yang dimiliki.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi Gunung Kemukus di media sosial merupakan hasil konstruksi makna yang terbentuk melalui interaksi antara konten kreator, audiens, dan mekanisme distribusi konten pada platform TikTok. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan dan penyebaran informasi, tetapi juga menjadi arena produksi makna, pembentukan stereotip, serta negosiasi identitas budaya. Makna mengenai Gunung Kemukus terus diproduksi dan direproduksi melalui visual, narasi, *caption*, komentar pengguna, serta algoritma yang mengatur penyebaran konten. Temuan tersebut menegaskan bahwa representasi suatu destinasi wisata pada era digital berkembang sebagai hasil proses komunikasi yang berlangsung secara dinamis dan berkelanjutan.

Temuan penelitian memperlihatkan adanya pertarungan makna (*struggle of meaning*) antara representasi Gunung Kemukus sebagai destinasi wisata religi, budaya, sejarah, dan wisata keluarga dengan representasi yang mengaitkannya sebagai lokasi ritual *pesugihan*. Kedua representasi tersebut saling berkompetisi dalam membentuk persepsi publik sehingga memungkinkan realitas sosial diproduksi, dipertahankan, maupun dinegosiasikan secara terus-menerus. Dominasi salah satu representasi sangat dipengaruhi oleh intensitas reproduksi konten serta tingkat keterlibatan audiens di media sosial. Temuan ini memperkuat penelitian Difa et al. (2024) yang menyatakan bahwa media digital memiliki kekuatan dalam membentuk konstruksi sosial dan persepsi masyarakat terhadap suatu fenomena budaya melalui proses representasi media.

Perspektif Stuart Hall menjelaskan bahwa media tidak sekadar merefleksikan realitas, tetapi secara aktif mengonstruksi realitas melalui proses pemilihan bahasa, simbol, visual, dan narasi yang digunakan dalam suatu representasi. Penelitian ini memperlihatkan bahwa TikTok menjadi ruang tempat makna mengenai Gunung Kemukus diproduksi oleh konten kreator, disebarluaskan melalui sistem algoritma, kemudian ditafsirkan kembali oleh audiens berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Proses tersebut menyebabkan satu objek budaya dapat melahirkan beragam representasi yang saling bersaing dalam ruang digital.

Karakteristik media sosial juga memengaruhi dominasi representasi tertentu terhadap Gunung Kemukus. Konten yang mengandung unsur sensasional, kontroversial, dan mampu membangkitkan

emosi pengguna cenderung memperoleh *engagement* yang lebih tinggi dibandingkan konten yang bersifat edukatif. Kondisi tersebut menyebabkan representasi mengenai ritual *pesugihan* lebih mudah memperoleh perhatian publik dibandingkan konten yang mengangkat nilai sejarah, budaya, dan religius kawasan. Mekanisme tersebut memperlihatkan bahwa algoritma media sosial turut menentukan representasi mana yang lebih sering muncul dan diterima oleh pengguna.

Hall (1997) menjelaskan bahwa proses representasi berlangsung melalui dua tahapan, yaitu *encoding* dan *decoding*. Tahap *encoding* terjadi ketika konten kreator membangun pesan melalui pemilihan visual, *caption*, teks, simbol, dan narasi tertentu, sedangkan tahap *decoding* berlangsung ketika audiens menafsirkan pesan tersebut berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan latar belakang sosial yang dimiliki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua proses tersebut berlangsung secara berkesinambungan pada konten-konten mengenai Gunung Kemukus di TikTok. Interaksi antara produsen konten dan audiens tersebut menghasilkan beragam penafsiran yang membentuk dinamika representasi di ruang digital.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa audiens tidak menempati posisi sebagai penerima pesan yang pasif. Setiap individu memiliki kemampuan untuk menerima, menegosiasikan, bahkan menolak representasi yang dibangun oleh media sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Aktivitas memberikan komentar, membagikan ulang konten, maupun membangun narasi alternatif memperlihatkan bahwa audiens turut berperan dalam membentuk makna mengenai Gunung Kemukus. Temuan tersebut sejalan dengan Aryanto et al. (2026) yang menjelaskan bahwa konsep *encoding* dan *decoding* tetap relevan dalam memahami komunikasi media digital karena audiens memiliki ruang yang lebih luas untuk berpartisipasi dalam proses produksi makna.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Sukanda (2020) yang menjelaskan bahwa media membentuk makna dominan melalui pengulangan simbol dan narasi tertentu sehingga memengaruhi persepsi kolektif masyarakat terhadap suatu objek budaya. Pengulangan konten mengenai ritual *pesugihan* dan praktik menyimpang menyebabkan stigma negatif terhadap Gunung Kemukus tetap bertahan, meskipun pemerintah telah melakukan revitalisasi kawasan dan mengembangkan citra baru sebagai destinasi wisata religi serta wisata keluarga. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perubahan fisik suatu kawasan belum tentu diikuti oleh perubahan representasi yang berkembang di media sosial. Fenomena ini menegaskan bahwa transformasi citra destinasi wisata memerlukan strategi komunikasi digital yang mampu memproduksi dan mendistribusikan representasi alternatif secara berkelanjutan.

Seluruh temuan penelitian mengindikasikan bahwa realitas budaya pada era digital tidak lagi dibentuk semata-mata melalui pengalaman langsung, tetapi juga melalui representasi yang terus direproduksi dalam media sosial. Visual, narasi, komentar pengguna, serta mekanisme algoritma bekerja secara simultan dalam membentuk persepsi publik mengenai Gunung Kemukus. Proses tersebut memperlihatkan bahwa media sosial telah menjadi arena utama dalam produksi, negosiasi, dan reproduksi makna budaya di masyarakat kontemporer. Representasi yang berkembang di ruang digital pada akhirnya tidak hanya memengaruhi citra suatu destinasi wisata, tetapi juga menentukan cara masyarakat memahami identitas budaya yang melekat pada destinasi tersebut.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi Gunung Kemukus di media sosial, khususnya TikTok, merupakan hasil konstruksi makna yang terbentuk melalui interaksi antara konten kreator dan audiens dalam ruang digital. Representasi tersebut hadir dalam tiga bentuk utama, yaitu sebagai destinasi wisata religi, budaya, dan sejarah; sebagai destinasi pariwisata keluarga; serta sebagai lokasi yang dikaitkan dengan ritual *pesugihan*. Konten kreator membangun ketiga representasi tersebut

melalui pemilihan visual, *caption*, narasi, musik, dan simbol-simbol tertentu dalam proses *encoding*. Temuan ini menegaskan bahwa representasi mengenai Gunung Kemukus tidak muncul secara alamiah, melainkan diproduksi melalui praktik komunikasi digital yang berlangsung secara berkelanjutan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa revitalisasi kawasan wisata dan munculnya berbagai konten yang menonjolkan aspek religi maupun wisata keluarga belum mampu sepenuhnya menggeser dominasi representasi negatif mengenai ritual *pesugihan*. Logika viralitas, mekanisme algoritma TikTok, dan stigma sosial yang telah lama berkembang di masyarakat terus memperkuat penyebaran representasi tersebut di ruang digital. Analisis terhadap proses *decoding* memperlihatkan bahwa audiens tidak memberikan penafsiran yang seragam, tetapi menempati tiga posisi pembacaan sebagaimana dijelaskan Stuart Hall, yaitu *dominant hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*. Perbedaan posisi pembacaan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman, pengetahuan, dan latar belakang sosial memengaruhi cara audiens memaknai konten mengenai Gunung Kemukus.

Sebagian audiens menerima representasi negatif yang beredar di media sosial sebagai makna yang dominan, sedangkan sebagian lainnya melakukan negosiasi berdasarkan pengalaman pribadi ketika mengunjungi Gunung Kemukus. Masyarakat lokal justru cenderung menolak representasi tersebut dan memaknai Gunung Kemukus sebagai kawasan wisata religi, budaya, dan sejarah yang memiliki nilai historis serta spiritual. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial telah berkembang menjadi arena produksi representasi, pembentukan stereotip, dan negosiasi identitas budaya yang berlangsung melalui interaksi antara konten kreator, audiens, dan algoritma platform digital. Realitas budaya pada akhirnya tidak hanya dibentuk melalui pengalaman langsung, tetapi juga melalui representasi yang terus diproduksi, disebarluaskan, dan dimaknai ulang dalam ekosistem media sosial.

REFERENSI

- Aisyah, R. A. P., & Sudikan, S. Y. (2023). Ngalap Berkah dalam Novel Ritual Gunung Kemukus Karya F. Rahardi (Kajian Makna Simbol Ritual Victor Turner). *Jurnal Sapala*, 10(3), 35–46. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-sapala/article/view/56515>
- Aryanto, A., Hartarta, A., Setyowati, H., & Widiyono, Y. (2022). Nilai-nilai Intelektual dalam Mite Pangeran Samudro di Gunung Kemukus Sragen Jawa Tengah. *Sutasoma: Jurnal Sastra Jawa*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.15294/sutasoma.v10i1.52640>
- Aryanto, T. N., Tjahjadi, E., & Pureklolon, T. T. (2026). Studi Literatur: Dampak Media Digital Terhadap Kebudayaan di Indonesia.
- Destariyadi, R. E., & Sriyanto, A. (2025). Transformasi Pariwisata Gunung Kemukus: Studi Upaya Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Citra Positif. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 5(2), 167–188. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v5i2.9907>
- Didy, I. (2023). *Content Creator: Arti, Tugas, Skill, Gaji, & Cara Menjadinya*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-content-creator/>
- Difa, A. B., & Setyawan, A. G. (2024). Representasi Dalam Media dan Budaya: Perspektif Teori Stuart Hall. *Studi Agama*, 2, 83–90.
- Hall, S. (1980). *Encoding/decoding*. Routledge.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.
- Hidayat, A. (2018). Rekonstruksi Pendidikan Islam Dalam Perubahan Mindset Masyarakat Gunung Kemukus. *Edukasia : Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 13(2). <https://doi.org/10.21043/edukasia.v13i2.3636>

- Kurniawan, G., & Prawiro, J. (2024). Analisis Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Kawasan Wisata Bendungan Karian Di Desa Pasir Tanjung, Rangkasbitung. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i1.3309>
- Lestari, D. (2019). *Penggunaan Media Sosial Dalam Interaksi Sosial Kegiatan Akademik Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Nugroho, F. J. (2020). Ritual Mistis di Dunia Politik: Studi pada Ritual Ngalab Berkah di Gunung Kemukus. *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, 3(1), 14–26. <https://doi.org/10.15575/hanifiya.v3i1.8431>
- Pangestu, Y. A., Teofani, D. A. D., & Amaruli, R. J. (2021). Uncovering Javanese Islamic Asceticism to Prevent Destructive Tourism Patterns in Gunung Kemukus. *E3S Web of Conferences*, 317, 01019. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131701019>
- Pendit, N. S. (1999). *Ilmu Pariwisata*. Akademi Pariwisata Trisakti.
- Permatasari, R. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Daya Tarik Wisata Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Obyek Wisata Gunung Kemukus, Sragen, Jawa Tengah). *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(4), 2560–2571. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i4.4574>
- Prasetya, A. W. (2022). Gunung Kemukus, Kini Tempat Wisata Instagramable yang Ramai Pengunjung. Kompas.Com. <https://travel.kompas.com/read/2022/02/07/070700327/gunung-kemukus-kini-tempat-wisata-instagramable-yang-ramai-pengunjung>
- Sari, I. A., Azhar, M. A., & Erviantono, T. (2016). Mitos dan Kekuasaan Studi Kasus Hegemoni Ngalap Berkah Gunung Kemukus terhadap Pencarian Kekuasaan. *Politika Udayana*, 1(1), 248135. <https://www.neliti.com/publications/248135/>
- Sukanda, U. F., & Yulandari, S. S. (2019). Representasi nasionalisme dalam film animasi Battle of Surabaya. *Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 7(2), 134–146.
- Sularno. (2014). Motivasi Ziarah di Makam Pangeran Samudra Gunung Kemukus dan Mitos Ritual Hubungan Seks. *AN NUR: Jurnal Studi Islam*, 6(2). <https://jurnalannur.ac.id/index.php/An-Nur/article/view/46>
- Wirajaya, A. Y., & Antiningsih, S. (2024). Strategi Pemutihan Mitos Pangeran Samudra: Alternatif Pengembangan Kawasan Wisata Gunung Kemukus. *Journal of Policy*, 15(2), 74–86. <https://doi.org/10.20961/CMTHRC97>