

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI KONSERVASI: EVALUASI SOSIO-DEMOGRAFI PENGIKUT AKUN @bbtn_gn_gedepangrango

Instagram as a Conservation Information Medium: A Socio-Demographic Evaluation of @bbtn_gn_gedepangrango Account Followers

Sisca Widiya Afiyanti^{1*}, Rinekso Soekmadi² dan Eva Rachmawati²

¹Program Studi Konservasi Biodiversitas Tropika, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, IPB University, Jalan Raya Dramaga, Bogor, 16680, Indonesia;

*Corresponding author : sisca.widiya@gmail.com

²Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, Jalan Raya Dramaga, Bogor, 16680, Indonesia;

e-mail: r.soekmadi@apps.ipb.ac.id

e-mail: eva_rachmawatisolihin@gmail.com

Diterima : 26 Mei 2025

Direvisi : 3 Juni 2025

Disetujui : 17 Juni 2025

ABSTRACT

Social media has become a crucial platform for disseminating tourism-related information, including climbing tourism within conservation areas. Mount Gede Pangrango National Park (TNGGP) utilizes the Instagram account @bbtn_gn_gedepangrango to share information about hiking activities, promote nature-based tourism, and provide education on conservation ethics through the #PendakiCerdas campaign. This study aims to evaluate the management of the @bbtn_gn_gedepangrango account based on the socio-demographic characteristics of its followers. Data were collected from 482 active followers using a quantitative approach through an online questionnaire. The findings indicate that the majority of followers belong to Generation Z, are male, have a high school level of education, and reside in the Greater Jakarta area (Jabodetabek). However, the level of concern regarding waste management remains low, as only 19% of respondents demonstrated awareness of waste issues within TNGGP. These results highlight the need for more targeted and audience-specific conservation communication strategies to enhance public awareness and participation in environmental preservation efforts.

Keywords: Climbing, Instagram, Mount Gede Pangrango National Park, #PendakiCerdas

ABSTRAK

Media sosial kini menjadi sarana penting dalam penyampaian informasi pariwisata, termasuk wisata pendakian di kawasan konservasi. Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (TNGGP) memanfaatkan akun Instagram @bbtn_gn_gedepangrango untuk menyampaikan informasi pendakian, promosi wisata alam, serta edukasi mengenai etika konservasi melalui kampanye #PendakiCerdas. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengelolaan akun @bbtn_gn_gedepangrango berdasarkan karakteristik sosio-demografi pengikut akun. Data dikumpulkan dari 482 responden pengikut aktif, menggunakan metode kuantitatif melalui kuesioner daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengikut merupakan generasi Z, laki-laki, berpendidikan SMA, serta berdomisili di wilayah Jabodetabek. Namun, masih rendahnya tingkat kepedulian terhadap sampah digambarkan dari total 482 responden hanya 19% yang peduli sampah di TNGGP. Temuan ini menekankan pentingnya strategi komunikasi konservasi yang lebih terarah dan sesuai dengan profil audiens agar dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik dalam upaya pelestarian lingkungan.

Kata kunci: Instagram, Pendakian, #PendakiCerdas, Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

I. PENDAHULUAN

Pendakian merupakan kegiatan wisata utama di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Wisata pendakian semakin populer, dipicu oleh kemunculan film berjudul "5 cm" bernuansa pendakian pada tahun 2012.

Berdasarkan Laporan Statistik Balai Besar TNGGP Tahun 2016 dijelaskan bahwa jumlah pengunjung pada tahun 2012 sebanyak 38.250 orang, meningkat menjadi 82.577 orang pada tahun 2013 dan pada 2014 mencapai 96.587 orang. Meningkatnya minat pendakian di

TNGGP berpotensi menimbulkan pelanggaran pendakian. Pelanggaran pendakian yang terjadi yaitu tidak memiliki Surat Izin Masuk Kawasan Konservasi (SIMAKSI), membuka jalur tidak resmi, merusak ekosistem sepanjang jalur, membuang sampah sembarangan dan melakukan tindakan vandalisme (TNGGP 2017). Hal ini dikhawatirkan akan berdampak terhadap kondisi ekologis TNGGP dan keanekaragaman hayati di dalamnya. Disisi lain, upaya penyampaian informasi kepada pengunjung dan masyarakat pada umumnya telah dilakukan.

Upaya penyampaian informasi tentang pendakian telah dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Penyampaian informasi secara langsung melalui kampanye dan sosialisasi, sedangkan untuk menjangkau kelompok sosio demografis yang besar dan beragam, informasi disampaikan melalui media sosial salah satunya Instagram. Instagram menjadi media sosial terbanyak ke empat yang digunakan di Indonesia setelah Facebook, Youtube dan TikTok (Apjii 2024). Akun Instagram resmi TNGGP yaitu @bbtn_gn_gedepangrango menyampaikan informasi terkait aturan pendakian seperti jadwal buka-tutup jalur, persyaratan pendakian, prosedur *booking online*, pembaruan terkini mengenai kondisi cuaca, status jalur pendakian, hingga perubahan tarif tiket. Imbauan pendakian mencakup ketentuan jumlah pendaki dalam satu kelompok, batas usia minimum pendaki, jenis peralatan yang diperbolehkan maupun dilarang, serta kewajiban untuk menggunakan jalur resmi. Selain informasi terkait aturan dan himbauan pendakian, akun @bbtn_gn_gedepangrango juga menyampaikan konten terkait konservasi seperti membawa kembali sampah saat turun gunung, larangan merusak ekosistem sepanjang jalur pendakian dan mengajak pendaki untuk berpartisipasi dalam kegiatan aksi bersih gunung yang diadakan secara rutin hampir setiap tahun. Himbauan terhadap perilaku taat aturan pendakian dan informasi konservasi dikemas

menjadi kampanye dengan tagar #PendakiCerdas. Tagar #PendakiCerdas mendeskripsikan pendaki yang bertanggung jawab dan peduli terhadap diri sendiri, peduli kawan dan peduli lingkungan. Peduli diri sendiri yaitu melakukan persiapan yang baik sebelum pendakian, membawa perlengkapan dengan cermat, memahami kondisi fisik dan kesehatan diri sendiri. Peduli kawan yaitu menjaga kebersamaan, saling membantu dan tidak meninggalkan teman di belakang. Peduli lingkungan yaitu menjaga kebersihan lingkungan, tidak merusak tumbuhan, tidak memburu satwa, tidak melakukan vandalisme dan tidak meninggalkan limbah di TNGGP (KSDAE 2019). Contoh konten pendakian dan salah satu kegiatan konservasi yang diadakan oleh Balai Besar TNGGP disajikan pada Gambar 1.

Penyampaian informasi #PendakiCerdas melalui konten pendakian di akun @bbtn_gn_gedepangrango diharapkan memberikan pemahaman mengenai nilai-nilai #PendakiCerdas, rasa bangga melaksanakan nilai-nilai #PendakiCerdas dan melakukan tindakan nyata sesuai dengan nilai-nilai #PendakiCerdas. Secara luas, edukasi konservasi tidak hanya menargetkan kepada pendaki saja melainkan masyarakat umum agar berpikir dan bertindak lingkungan berkelanjutan dan pemanfaatan lingkungan yang bijaksana. Akun @bbtn_gn_gedepangrango juga menjadi media promosi wisata untuk menarik pengunjung melalui konten keindahan alam di TNGGP yang ditampilkan berupa foto dan video. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengelolaan akun @bbtn_gn_gedepangrango berdasarkan karakteristik sosio-demografi pengikut akun. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola media sosial Balai Besar TNGGP dalam menyusun strategi penyebaran informasi yang lebih efektif terkait taat aturan pendakian dan konservasi. Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam mengkaji efektivitas media sosial sebagai media informasi konservasi berbasis

pendekatan sosio-demografis yang masih jarang dilakukan.



(a)

(b)

Gambar 1 Contoh konten pendakian dengan topik penutupan jalur pendakian (a) dan kegiatan bersih-bersih gunung dalam rangka Hari Peduli Sampah Nasional sebagai bentuk kegiatan konservasi (b).

II. METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2023 s.d Juni 2024 yang berfokus pada akun Instagram Balai Besar Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (@bbtn_gn_gedepangrango). Akun Instagram @bbtn_gn_gedepangrango hingga 17 November 2023 telah diikuti sebanyak 87.100 pengguna.

Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan rumus Slovin dan batas toleransi kesalahan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), sehingga total responden yang dibutuhkan sebanyak 399. Kriteria responden

dalam penelitian ini yaitu responden merupakan pengikut aktif akun Instagram @bbtn_gn_gedepangrango, pernah mengakses informasi tentang pendakian pada akun Instagram @bbtn_gn_gedepangrango dan bersedia menjadi responden sebagai sumber data primer yang diperlukan. Total responden yang mengisi kuesioner yaitu 543, selanjutnya dilakukan penyaringan dari 21 responden ganda dan 40 responden tidak valid, sehingga diperoleh 482 responden yang digunakan sebagai data primer.

Pengumpulan data menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuisisioner

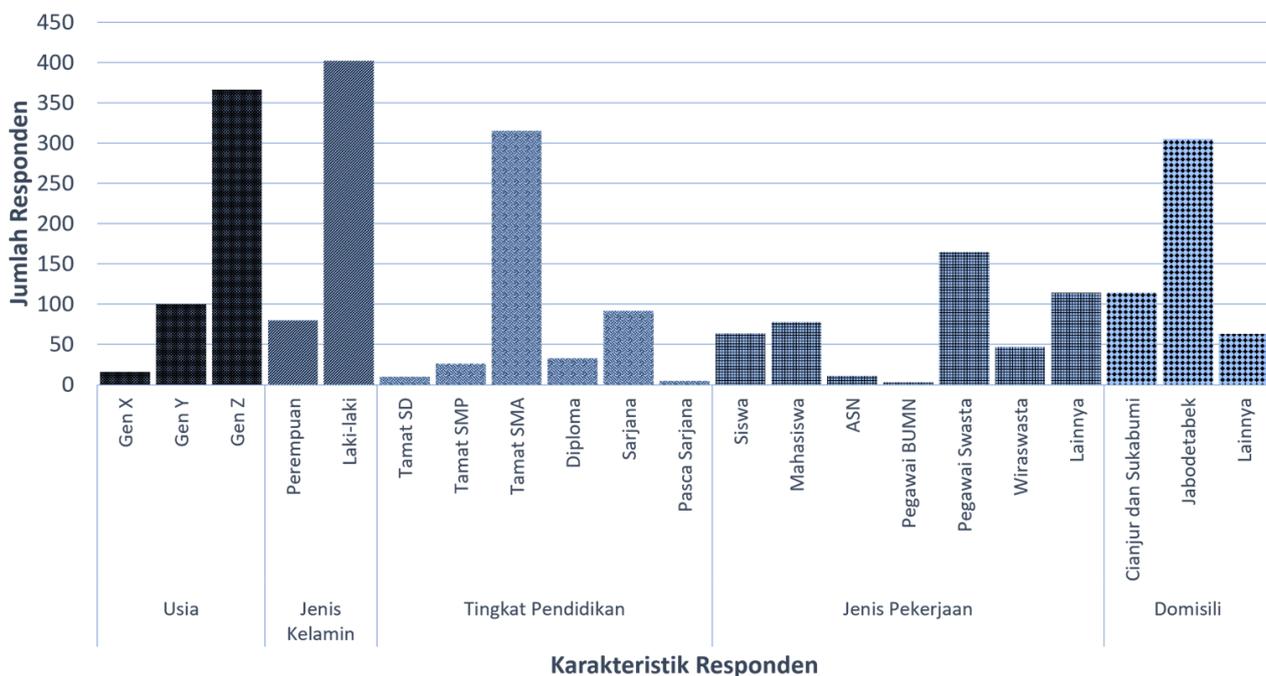
secara *online* berbentuk *google form* yang diunggah pada Instagram *stories* akun @bbtn_gn_gedepangrango. Kuesioner yang dibagikan bersifat tertutup untuk memudahkan responden menjawab pertanyaan yang diberikan. Kuesioner ini disusun untuk mendapatkan informasi terkait karakteristik pengikut akun @bbtn_gn_gedepangrango. Karakteristik pengikut akun Instagram meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan domisili. Usia dibagi menjadi tiga kelompok yaitu kelahiran tahun 1960-1980 (Gen X), kelahiran tahun 1981-1995 (Gen Y) dan kelahiran tahun 1996-2010 (Gen Z). Jenis kelamin dibagi menjadi Laki-laki dan Perempuan. Tingkat pendidikan dibagi menjadi tidak tamat SD/ sederajat, tamat SD/ sederajat, tamat SMP/ sederajat, tamat SMA/ sederajat, Diploma, Sarjana dan Pascasarjana. Jenis pekerjaan dibagi menjadi Siswa, Mahasiswa, pegawai BUMN, Aparatur Sipil Negara (ASN),

pegawai swasta, wiraswasta, dan lainnya. Domisili dibagi menjadi asal Jabodetabek, Cianjur dan Sukabumi, serta lainnya. Pengamatan juga dilakukan terhadap responden yang menunjukkan kepedulian terhadap isu sampah dalam kolom saran pada kuesioner. Data yang telah diperoleh dianalisis menggunakan Microsoft Excel 2019.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Pengikut Akun Instagram @bbtn_gn_gedepangrango

Penelitian ini mengamati 482 responden yang merupakan pengikut aktif akun Instagram @bbtn_gn_gedepangrango yang mengakses informasi seputar kegiatan pendakian pada akun @bbtn_gn_gedepangrango. Pengamatan karakteristik responden meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan domisili yang disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2 Jumlah responden akun Instagram @bbtn_gn_gedepangrango berdasarkan karakteristik pengikut akun

Kategori usia pengikut akun Instagram @bbtn_gn_gedepangrango yang mendominasi

yaitu Generasi Z (Gen Z) yang lahir antara tahun 1996 sampai 2020 sebanyak 366

responden (76%). Kategori jenis kelamin didominasi oleh Laki-laki sebanyak 402 responden (83%) dan Perempuan sebanyak 80 responden (17%). Kategori tingkat pendidikan didominasi oleh pengikut akun tamatan SMA sebanyak 315 responden (65%) dan terbanyak kedua yaitu pengikut yang berpendidikan Sarjana sebanyak 92 responden (19%). Jenis pekerjaan yang mendominasi pengikut akun yaitu pegawai swasta sebanyak 165 responden (34%). Kategori domisili didominasi oleh pengikut akun yang berasal di Jabodetabek sebanyak 305 responden (63%).

Analisis karakteristik pengikut akun @bbtn_gn_gedepangrango digunakan untuk mengamati karakteristik yang mendominasi penggunaan akun @bbtn_gn_gedepangrango dalam mengevaluasi penyebaran informasi pendakian, edukasi konservasi yang dikemas pada kampanye #PendakiCerdas dan promosi wisata alam di TNGGP. Pengikut akun @bbtn_gn_gedepangrango didominasi oleh kalangan muda yang aktif mengakses internet setiap harinya. Survei asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (Apjii 2024) menyatakan bahwa generasi yang mendominasi penggunaan media sosial Instagram yaitu Generasi Z. Pengaruh internet telah menyebabkan Gen Z dapat dengan mudah mengakses informasi perjalanan wisata serta menunjukkan minat untuk bepergian (Bilińska et al. 2023) dan perencanaan wisata (Dimitriou and AbouElgheit 2019). Usia produktif pada rentang usia 26-45 tahun (termasuk gen Y dan gen Z) lebih optimis pada kegiatan konservasi (Alén et al. 2016), karena pemahaman yang lebih luas terhadap dampak konservasi (Tomasi et al. 2020). Sedangkan untuk rentang usia 45 – 65 tahun (gen X) lebih sedikit mengikuti akun TNGGP, hal ini diduga karena rendahnya adaptasi terhadap pencarian informasi melalui internet (Shatto dan Erwin 2017). Pengelola akun Instagram TNGGP dapat menjembatani kesenjangan informasi konservasi pada rentang usia 45 – 65 tahun yang masih memiliki minat pendakian dan

mampu beradaptasi dengan internet agar dapat mengakses akun Instagram dengan memberikan informasi panduan pendakian yang ramah bagi usia rentan atau kelompok rentan.

Minat kegiatan *outdoor* seperti pendakian didominasi oleh Laki-laki (Blaine dan Akhurst 2023). Hal ini diduga melatarbelakangi banyaknya Laki-laki yang mengakses akun @bbtn_gn_gedepangrango. Hal ini karena laki-laki termotivasi untuk menaklukkan alam liar dan menikmati tantangan (Godtman Kling et al. 2020). Laki-laki sering diasumsikan lebih terampil dalam menghadapi alam liar (Davies et al. 2019). Motivasi Laki-laki beraktivitas di alam bebas umumnya untuk memenuhi hasrat kesenangan dan mengapresiasi keindahan alam (Espiner et al. 2011). Pengelola akun TNGGP dapat mengemas konten pendakian yang menjelaskan kegiatan pendakian dapat dilakukan oleh kaum perempuan. Perempuan dengan keterbatasan fisiknya terkadang memilih wisata yang jauh dari resiko (Kiewa 2001). Selain itu, konten Pendakian dapat memberikan panduan dan pengalaman dari perempuan yang pernah melakukan pendakian (Doran et al. 2018).

Tingkat pendidikan yang mendominasi pengikut akun @bbtn_gn_gedepangrango adalah pengikut Tamat SMA dan kedua adalah Sarjana. Hal ini sejalan dengan dominasi pada karakteristik Usia yaitu 15-29 tahun (Gen Z) yang saat ini masih menempuh dunia pendidikan baik SMA hingga Sarjana. Dominasi pelajar dalam aktivitas di alam dikaitkan dengan adanya dukungan secara internal baik penyelenggara pendidikan dan orang tua. Aktivitas di alam umumnya mulai diperkenalkan di sekolah dengan tujuan meningkatkan keterampilan, mengeksplorasi kepribadian dan mencari kesenangan terhadap alam (Waalder et al. 2022). Motivasi aktivitas pelajar di alam yang diteliti terdiri dari kesempatan untuk menikmati dan bersenang-senang dengan suasana alam, kesempatan bertemu teman baru, kesempatan untuk

melarikan diri dari rutinitas dan kesempatan menjelajahi wilayah baru (Festeu 2002). Pendidikan menambah tingkat kesadaran individu akan manfaat konservasi (Manojlović et al. 2025). Hal ini dilatarbelakangi oleh kemampuan individu dengan pendidikan yang lebih tinggi mampu mencari sumber pengetahuan konservasi dari media yang dapat diandalkan dan pemahaman yang lebih mendalam (Tomasi et al. 2020). Konten pendakian dari akun TNGGP didominasi oleh pelajar SMA, diploma, hingga Sarjana, artinya pemahaman mengenai pendakian dan konservasi dapat dengan mudah diterima jika TNGGP secara konsisten mengedukasi konservasi melalui konten Pendakian. Pendidikan yang lebih tinggi yaitu pascasarjana sangat sedikit yang mengikuti akun TNGGP, hal ini dikarenakan persentase pascasarjana secara nasional pun rendah hanya 4,6% dari total sarjana pada tahun 2024 (PDDIKTI 2024).

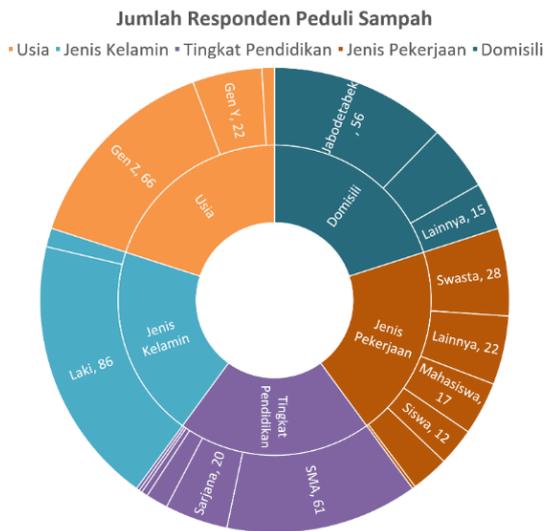
Jenis pekerjaan pengikut akun @bbtn_gn_gedepangrango didominasi oleh pegawai swasta. Jenis pekerjaan secara tidak langsung menggambarkan pendapatan seseorang (Putri dan Setiawina 2013). Pendapatan seorang selain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari juga untuk memenuhi kebutuhan lainnya. Pendapatan menjadikan seseorang mampu memilih aktivitas wisata, akomodasi wisata dan jarak lokasi wisata (Khatimah et al. 2023). Seseorang dengan pekerjaan akan dengan mudah dan sangat mudah untuk mengatur perjalanan yang berkaitan dengan aktivitas di alam bebas (Espiner et al. 2011). Seseorang dengan pekerjaan dapat memilih aktivitas rekreasi di alam bebas dimotivasi oleh keinginan keluar dari rutinitas pekerjaan, mencari hal-hal baru dan untuk menyenangkan hati (Khatimah et al. 2023). Pendapatan seseorang juga mempengaruhi seseorang dianggap lebih peduli dalam kegiatan konservasi (Omah dan Etuki 2019). Pendapatan seseorang sebagai prediktor terhadap tingkat antusiasme seseorang untuk ikut kegiatan konservasi (Chinangwa et al.

2016). Pengelola admin Instagram TNGGP dapat menyampaikan informasi bahwa kegiatan konservasi dapat dilakukan secara mandiri tanpa mengeluarkan biaya yaitu tidak membuang sampah sembarangan sepanjang jalur pendakian dan tidak merusak flora-fauna di TNGGP.

Domisili pengikut akun @bbtn_gn_gedepangrango oleh pengikut yang berada di daerah Jabodetabek. Akses dan jarak menuju lokasi wisata alam menjadi pertimbangan bagi seseorang untuk menjadwalkan sebuah rekreasi, hal ini terkait dengan biaya yang akan dikeluarkan nantinya (Fournier dan Christofa 2020). Selain itu, pengikut yang berdomisili di Jabodetabek memiliki motivasi lain dalam pemilihan rekreasi di alam dikarenakan keinginan meninggalkan sementara rutinitas pekerjaan di perkotaan (Khatimah et al. 2023). Pengikut akun @bbtn_gn_gedepangrango yang berdomisili di Cianjur dan Sukabumi lebih sedikit mengakses akun BBTNGGP diduga mereka dapat mengakses informasi secara langsung menuju Balai Besar TNGGP karena jarak yang dekat. Pengelola media sosial Instagram TNGGP dapat memanfaatkan pengikut akun yang berdomisili dekat untuk ikut secara langsung kegiatan konservasi dan disebarakan melalui konten Pendakian.

B. Respon Pengikut Akun @bbtn_gn_gedepangrango terhadap Penanganan Sampah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total 482 responden, sebanyak 92 responden atau 19% memberikan perhatian terkait sampah sebagai partisipasi konservasi, sedangkan 81% sisanya tertarik pada kualitas informasi yang disampaikan dan kualitas pelayanan dari pengelola akun @bbtn_gn_gedepangrango. Persentase pengikut akun peduli sampah pendakian di TNGGP berdasarkan karakteristik usia, gender, tingkat pendidikan, jenis kelamin, dan domisili dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Jumlah responden yang memberikan respon terhadap pengelolaan sampah pendakian di TNGGP

Berdasarkan respon terhadap kepedulian sampah pendakian di TNGGP menunjukkan bahwa dominasi kategori usia berasal dari Generasi Z (Gen Z) sebanyak 66 responden (72%). Kategori jenis kelamin didominasi oleh laki-laki sebanyak 86 responden (93%). Kategori tingkat pendidikan didominasi oleh pengikut akun tamatan SMA sebanyak 61 responden (69%) dan terbanyak kedua yaitu pengikut yang berpendidikan Sarjana sebanyak 20 responden (22%). Jenis pekerjaan yang mendominasi pengikut akun yaitu pegawai swasta sebanyak 28 responden (30%). Kategori domisili didominasi oleh pengikut akun yang berasal di Jabodetabek sebanyak 56 responden (61%).

Salah satu pendapat yang diberikan responden pada kolom kuesioner yaitu:

"...harus secara continue memberikan edukasi tentang sampah baik via jalur gn putri dan via cibodas, seorang pendaki tidak tau didalam dirinya setiap hari mempunyai sampah entah itu dari bekas makanan kemasan yang ia konsumsi dan memberikan edukasi tentang pembuatan tenda dimana masih ada bekas tali rafia yang berserakan di dahan pohon maupun batang pohon besar, begitupun bekas makanan yang tersisa yang justru digantungkan pada bagian pohon" (UB, Laki-laki, Gen Z).

"...TNGGP harus senantiasa lebih progresif lagi mengenai perihal pendakian, edukasi mengenai kebersihan, karna berbicara pendaki formal tidak hanya pencinta alam saja, dari berbagai kalangan tua, muda, remaja, terkadang suka ada anak kecil, nah bagaimana edukasi mengenai hal kebersihan dan kelestarian kepada pendaki yang memang tidak sadar akan hal tersebut" (IA, Laki-laki, Gen Z).

Selain respon terhadap penanganan sampah akibat pendakian di TNGGP, berikut beberapa respon terkait kualitas layanan dan kualitas informasi:

"...sedikit saran dan masukan, Tetap aktif dalam membalas komentar dan pertanyaan dari pengikut untuk memberikan informasi tambahan atau klarifikasi yang dibutuhkan. Ajak pengikut untuk berbagi pengalaman atau foto mereka sendiri saat mendaki gunung untuk membangun komunitas pendaki yang solid di platform Instagram" (RD, Laki-laki, Gen Z).

"...sepertinya admin medsos nya bisa sedikit gaul dalam mengelola konten yang akan di berikan, hal ini di karenakan dapat memberikan atensi pada kaum milenial dalam berinteraksi di dalam instagram" (HR, Laki-laki, Gen Z).

Kampanye #PendakiCerdas juga menyertakan peduli lingkungan sebagai bentuk sederhana kegiatan konservasi yang dapat dilakukan oleh pendaki. Tindakan peduli sampah selama dan setelah aktivitas pendakian berfungsi menjaga tanah dan air dari pencemaran, mengurangi ancaman satwa liar mengonsumsi dan terjerat sampah, menjaga keindahan alam tanpa penumpukan sampah, dan mengurangi resiko kebakaran hutan. Penutupan jalur pendakian menjadi salah satu strategi penting dalam pengelolaan kawasan konservasi, khususnya untuk mendukung upaya pemulihan ekosistem pegunungan yang rentan terhadap peningkatan aktivitas wisata alam. Intensitas pendakian yang tinggi dapat menyebabkan degradasi lingkungan, seperti erosi jalur, gangguan habitat satwa liar, serta akumulasi sampah dan limbah manusia.

Penutupan jalur pendakian pada periode tertentu berfungsi untuk memberikan kesempatan bagi alam melakukan proses regenerasi alami. Lebih lanjut, penutupan jalur memungkinkan pemulihan vegetasi, pemulihan tanah, serta mengurangi stres terhadap satwa liar yang sensitif terhadap kehadiran manusia.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Evaluasi terhadap pengelolaan akun @bbtn_gn_gedepangrango berdasarkan karakteristik sosio-demografis pengikutnya diharapkan dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi terkait kegiatan pendakian. Upaya ini bertujuan untuk meminimalkan potensi terjadinya pelanggaran dalam aktivitas pendakian, memperkuat pemahaman masyarakat mengenai pentingnya konservasi lingkungan, serta mendorong promosi pariwisata alam di TNGGP. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas pengikut akun tergolong dalam generasi Z (kelahiran tahun 1996–2010), berjenis kelamin laki-laki, memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA atau sederajat, bekerja sebagai pegawai swasta, dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Meskipun demikian, tingkat kepedulian terhadap isu konservasi, khususnya penanganan sampah masih tergolong rendah. Berdasarkan total 482 responden yang disurvei, hanya 19% yang memberikan respons positif terhadap isu sampah sebagai wujud tindakan konservasi. Temuan ini mengindikasikan perlunya perumusan strategi pengelolaan akun @bbtn_gn_gedepangrango berbasis karakteristik pengikut untuk meningkatkan kesadaran serta partisipasi aktif dalam mematuhi aturan pendakian yang bertanggung jawab dan menjaga kelestarian sebagai bentuk konservasi oleh pendaki di TNGGP.

B. Saran

Evaluasi pengelolaan media Sosial seperti Instagram bebas diakses oleh berbagai pengikut dari beragam sosio-demografi. Perlu

adanya penelitian lanjutan untuk memahami faktor-faktor independent pengaruh sosio-demografi pengikut terhadap konten pendakian yang bertanggung jawab. Pendalaman sosio-demografi yang lebih kompleks dan terperinci akan mampu melengkapi persepsi yang sudah ada. Perlunya perluasan ruang lingkup penelitian, membandingkan efektivitas informasi pendakian yang disampaikan secara *online* dengan *offline* di TNGGP.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Balai Besar Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (BBTNGGP) atas dukungan dan izin yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alén, Elisa, Nieves Losada, and Trinidad Domínguez. 2016. "The Impact of Ageing on the Tourism Industry: An Approach to the Senior Tourist Profile." *Social Indicators Research* 127(1):303–22. doi:10.1007/s11205-015-0966-x.
- Apjii. 2024. *Laporan Survei Internet APJII 2023 – 2024*. Jakarta.
- Bilińska, Katarzyna, Barbara Pabian, Aleksander Pabian, and Beata Reformat. 2023. "Development Trends and Potential in the Field of Virtual Tourism after the COVID-19 Pandemic: Generation Z Example." *Sustainability (Switzerland)* 15(3). doi:10.3390/su15031889.
- Blaine, Judith, and Jacqui Akhurst. 2023. "A Journey into Understanding Gendered Experiences of Outdoor Adventure Education." *Journal of Adventure Education and Outdoor Learning* 23(3):244–57. doi:10.1080/14729679.2021.2001759.
- Chinangwa, Linda, Andrew S. Pullin, and Neal Hockley. 2016. "Livelihoods and Welfare Impacts of Forest Comanagement." *International Journal of Forestry Research* 2016:1–12. doi:10.1155/2016/5847068.
- Davies, Rachel, Tom G. Potter, and Tonia Gray. 2019. "Diverse Perspectives: Gender and Leadership in the Outdoor Education Workplace." *Journal of Outdoor and Environmental Education* 22(3):217–35. doi:10.1007/s42322-019-00040-8.
- Dimitriou, Christina K., and Emad AbouElgheit. 2019. "Understanding Generation Z's Social Decision-

- Making in Travel.” *Tourism and Hospitality Management* 25(2):311–34.
- Doran, A., P. Schofield, and T. Low. 2018. “Women’s Mountaineering Tourism: An Empirical Investigation of Its Theoretical Constraint Dimensions.” *Leisure Studies* 37(4):396–410. doi:10.1080/02614367.2018.1452283.
- Espinier, Stephen, Bob Gidlow, and Grant Cushman. 2011. “Outdoor Recreation and Gendered Space: The Case of Men’s Enthusiasms for Hunting, Fly-Fishing and Scuba Diving.” *Annals of Leisure Research* 14(2–3):176–93. doi:10.1080/11745398.2011.615714.
- Festeu, Dorin. 2002. “Motivational Factors That Influence Students’ Participation in Outdoor Activities.” *Journal of Adventure Education & Outdoor Learning* 2(1):43–54. doi:10.1080/14729670285200151.
- Fournier, Nicholas, and Eleni Christofa. 2020. “On the Impact of Income, Age, and Travel Distance on the Value of Time.” *Transportation Research Record* 2675(3):122–35. doi:10.1177/0361198120966603.
- Godtman Kling, Kristin, Lusine Margaryan, and Matthias Fuchs. 2020. “(In) Equality in the Outdoors: Gender Perspective on Recreation and Tourism Media in the Swedish Mountains.” *Current Issues in Tourism* 23(2):233–47. doi:10.1080/13683500.2018.1495698.
- Khatimah, Husnul, Anas Iswanto Anwar, and Sri Undai Nurbayani. 2023. *Analysis of Factors Influencing Demand for Tourism in South Sulawesi*. Vol. 7. Online.
- Kiewa, Jackie. 2001. *National Recreation and Park Association Articles Control Over Self and Space in Rockclimbing*. Vol. 33.
- KSDAE. 2019. “Yuks Guys, Jadi Pendaki Cerdas.” <https://ksdae.menlhk.go.id/berita/5754/Yuks-Guys-Jadi-Pendaki-Cerdas.html>.
- Manojlović, Branka, Vladimir M. Cvetković, Renate Renner, Goran Grozdanić, and Nenad Perošević. 2025. “The Influence of Socio-Demographic Factors on Local Attitudes Towards Sustainable Tourism Development in Skadar Lake and Durmitor National Parks, Montenegro.” *Sustainability (Switzerland)* 17(7):1–40. doi:10.3390/su17073200.
- Omah, Godwin, and Egbonyi E. Etuki. 2019. *Economy-Based Demographic Variables And Resource Conservation Practices In Tropical Rainforest In IKOM Education Zone Of Cross River State*. Vol. 1.
- PDDIKTI. 2024. “Statistik Perguruan Tinggi Indonesia.” <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/statistik>.
- Putri, AD, and ND Setiawina. 2013. “E-Jurnal EP Unud, 2 [4]: 173-180.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* (4).
- Shatto, Bobbi, and Kelly Erwin. 2017. “Teaching Millennials and Generation Z: Bridging the Generational Divide.” *Creative Nursing* 23(1):24–28. doi:10.1891/1078-4535.23.1.24.
- TNGGP. 2017. *Statistik Balai Besar TN Gunung Gede Pangrango Tahun 2016*. Cianjur.
- Tomasi, Sabrina, Gigliola Paviotti, and Alessio Cavicchi. 2020. “Educational Tourism and Local Development: The Role of Universities.” *Sustainability (Switzerland)* 12(17):1–15.
- Waalder, Rune, Hallgeir Halvari, Knut Skjesol, and Svein Olav Ulstad. 2022. “Students’ Personal Desire for Excitement and Teachers’ Autonomy Support in Outdoor Activity: Links to Passion, Intrinsic Motivation, and Effort.” *Journal for Research in Arts and Sports Education* 6(2):61–80. doi:10.23865/jased.v6.2958