



Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Pengelola Kawasan Wisata Bromo dalam Mengatasi Kebakaran Savana

Hari Tri Wasono^{1*}

¹Univesitas Al Azhar Indonesia Jakarta, Indonesia

E-mail: haritriwasono@gmail.com¹

Article Info

Article history:

Received June 15, 2025

Revised June 28, 2025

Accepted July 03, 2025

Keywords:

Savanna Fire, Bromo Tengger Semeru, Crisis Communication, Social Media, Instagram @bbtntenggersemeru.

ABSTRACT

The Bromo Tengger Semeru tourist area is an ecosystem that is vulnerable to environmental disturbances, including savanna fires caused by tourist activities. The fire incident at Teletubbies Hill due to the use of flares in a pre-wedding session is a clear example of the impact of human activities on nature conservation. In response to this incident, the Bromo Tengger Semeru National Park Agency (BBTNBTS) used the Instagram account @bbtntenggersemeru as a crisis communication tool to convey fire management information and educate the public. This research aims to analyze the crisis communication strategy implemented by BBTNBTS in an effort to mitigate fires and increase conservation awareness. By using the social media content analysis method, this research identifies communication patterns, message effectiveness, and public response to the information conveyed. The results are expected to provide recommendations for tourism area managers in managing environmental risks and social media-based communication strategies to support more effective conservation efforts.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received June 15, 2025

Revised June 28, 2025

Accepted July 03, 2025

Kata Kunci:

Kebakaran Savana, Bromo Tengger Semeru, Komunikasi Krisis, Media Sosial, Instagram @bbtntenggersemeru.

ABSTRAK

Kawasan wisata Bromo Tengger Semeru merupakan ekosistem yang rentan terhadap gangguan lingkungan, termasuk kebakaran savana yang disebabkan oleh aktivitas wisata. Peristiwa kebakaran di Bukit Teletubbies akibat penggunaan flare dalam sesi prewedding menjadi contoh nyata dampak kegiatan manusia terhadap konservasi alam. Sebagai respons terhadap insiden ini, Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BBTNBTS) menggunakan akun Instagram @bbtntenggersemeru sebagai alat komunikasi krisis untuk menyampaikan informasi penanganan kebakaran dan mengedukasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh BBTNBTS dalam upaya mitigasi kebakaran dan peningkatan kesadaran konservasi. Dengan menggunakan metode analisis konten media sosial, penelitian ini mengidentifikasi pola komunikasi, efektivitas pesan, serta respon publik terhadap informasi yang disampaikan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pengelola kawasan wisata dalam pengelolaan risiko lingkungan dan strategi komunikasi berbasis media sosial guna mendukung upaya konservasi yang lebih efektif.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.





Corresponding Author:

Hari Tri Wasono
Univesitas Al Azhar Indonesia Jakarta
E-mail: haritriwasono@gmail.com

Pendahuluan

Kawasan wisata Bromo Tengger Semeru merupakan salah satu destinasi alam yang memiliki ekosistem unik dan rentan terhadap gangguan lingkungan. Kebakaran savana yang terjadi akibat penggunaan flare dalam sesi prewedding menjadi contoh nyata bagaimana aktivitas wisata dapat berdampak negatif terhadap kelestarian lingkungan. Peristiwa kebakaran yang terjadi di Bukit Teletubbies pada 6 September 2023 menghancurkan sekitar 504 hektare lahan dan menyebabkan kerugian hingga Rp 5,4 miliar¹ Penyelidikan yang dilakukan Kepolisian Resor Probolinggo menyebut jika kebakaran bermula ketika rombongan fotografer dan calon pengantin menyalakan beberapa flare sebagai bagian dari pemotretan. Salah satu flare yang gagal dinyalakan kemudian meletup dan memicu percikan api yang menyebar ke rumput kering di savana. Api dengan cepat membesar karena kondisi vegetasi yang mudah terbakar, sehingga petugas Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) segera melakukan upaya pemadaman dan evakuasi.

Pihak berwenang menetapkan seorang manajer wedding organizer sebagai tersangka dalam kasus ini, karena dianggap bertanggung jawab atas penggunaan flare yang menyebabkan kebakaran. Selain itu, kebakaran ini memicu diskusi luas mengenai perlunya regulasi lebih ketat terhadap aktivitas wisata di kawasan konservasi guna mencegah insiden serupa di masa depan.

Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BBTNBTS) sebagai pengelola kawasan wisata berperan penting dalam penanganan kebakaran ini, termasuk dalam komunikasi krisis melalui akun Instagram @bbtnbromotenggersemeru. Media sosial menjadi alat strategis dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, baik terkait penanganan kebakaran, imbauan keselamatan, maupun aturan berkunjung setelah kebakaran.

Media sosial memiliki peran penting dalam penanganan krisis, karena mampu melakukan komunikasi cepat, transparansi, dan berinteraksi langsung dengan publik. Menurut penelitian yang dipublikasikan dalam *Jurnal Komunikasi* oleh Maulvi et al. (2023), media sosial telah digunakan oleh berbagai instansi pemerintah untuk meningkatkan transparansi dan mempercepat distribusi informasi dalam situasi krisis. Media sosial memungkinkan organisasi atau pemerintah untuk menyampaikan informasi secara terbuka dan jelas kepada masyarakat. Hal ini membantu mengurangi kesimpangsiuran informasi dan mencegah penyebaran hoaks.

Media sosial juga memungkinkan melakukan komunikasi dalam hitungan detik, sehingga respons terhadap krisis dapat dilakukan lebih cepat dibandingkan dengan media tradisional. Studi oleh Prastya (2011) dalam *Jurnal Komunikasi* menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah praktik komunikasi krisis dengan meningkatkan kecepatan penyebaran

¹ Detik.com. (2023). *Kebakaran Bromo gegara flare prewedding rugikan negara Rp 5,4 M*. Diakses pada 26 Mei 2025, dari <https://www.detik.com/sulsel/berita/d-6945379/kebakaran-bromo-gegara-flare-prewedding-rugikan-negara-rp-5-4-m>



informasi dan mengurangi ketidakpastian. Melalui komentar, diskusi, dan fitur interaktif lainnya, media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah antara organisasi dan masyarakat. Hal ini memungkinkan publik untuk memberikan masukan, bertanya, atau meminta bantuan secara langsung. Studi oleh Nasution (2022) dalam *Syntax Literate* menunjukkan bahwa selama pandemi COVID-19, media sosial berperan dalam menyebarkan informasi kesehatan serta membentuk persepsi publik terhadap krisis.

Dalam situasi krisis, citra organisasi bisa terdampak negatif. Media sosial dapat digunakan untuk mengelola persepsi publik, membangun kembali kepercayaan, dan menunjukkan langkah-langkah yang diambil dalam menangani krisis. Studi oleh Holmes (2011) dalam *University of Tennessee* menyoroti bagaimana media sosial dapat digunakan untuk membentuk narasi positif dalam komunikasi krisis.

Tinjauan Pustaka

Kebakaran savana di kawasan wisata Bromo Tengger Semeru memiliki dampak ekologis dan ekonomi yang signifikan. Studi menunjukkan bahwa kebakaran di ekosistem savana dapat menyebabkan hilangnya vegetasi, gangguan habitat satwa, serta penurunan kualitas tanah akibat erosi pasca kebakaran. Selain itu, kebakaran juga berdampak pada sektor pariwisata, dengan penutupan kawasan wisata yang menyebabkan kerugian ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Penggunaan flare dalam sesi prewedding di Bukit Teletubbies, misalnya, menjadi penyebab kebakaran yang menghanguskan 504 hektare lahan dan menyebabkan kerugian hingga Rp 5,4 miliar². Studi lain juga menyoroti bahwa kurangnya kesadaran wisatawan terhadap risiko kebakaran menjadi faktor yang memperburuk situasi. Komunikasi krisis merupakan bagian penting dalam manajemen isu dan pengelolaan risiko di kawasan wisata. Menurut teori Social Mediated Crisis Communication (SMCC), media sosial berperan dalam menyebarkan informasi, mengelola persepsi publik, dan membangun kepercayaan terhadap institusi pengelola wisata. Media sosial juga menjadi alat utama dalam komunikasi krisis dan pengelolaan bencana. Penggunaan media sosial oleh lembaga konservasi dapat meningkatkan kesadaran publik dan membantu dalam penyebaran informasi secara cepat dan efektif.

Dalam konteks pengelolaan wisata alam, strategi komunikasi krisis yang efektif melibatkan penyampaian informasi yang akurat, interaksi dengan publik, serta mobilisasi dukungan untuk pemulihan kawasan. Studi tentang manajemen isu menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif dalam mengelola persepsi publik dan membangun kepercayaan terhadap institusi pengelola wisata.

Di industri pariwisata, media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu destinasi wisata. Khairani Balqis Nasution dalam jurnal berjudul *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata Di Daerah Bromo Tengger Semeru*³ menyebutkan bahwa Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BBTNBTS) memanfaatkan media sosial Instagram @ bbtbnbromotenggersemeru untuk membangun komunikasi dengan pengunjung. Hanya saja menurut penelitian tersebut,

² Detik.com. (2023). *Kebakaran Bromo gegara flare prewedding rugikan negara Rp 5,4 M*. Diakses pada 26 Mei 2025, dari <https://www.detik.com/sulsel/berita/d-6945379/kebakaran-bromo-gegara-flare-prewedding-rugikan-negara-rp-5-4-m>

³ Nasution, K. B. (2024). *Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pariwisata*
609 | **JUPERAN: Jurnal Penedidikan dan Pembelajaran**



BBTNBTS belum maksimal memanfaatkan akun Instagram tersebut, dengan hanya menggunakan 8 fitur dari 13 fitur yang ada, yaitu foto, video, instagram stories, caption, tag dan hastag, direct message, reels, dan comments.

Teori Brand Equity menurut ⁴Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name* menekankan bahwa nilai suatu merek tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk tetapi juga oleh persepsi publik terhadap merek tersebut. Menurut Aaker, Brand Equity terdiri dari lima elemen utama:

- 1) Kesadaran merek (*brand awareness*)
- 2) Asosiasi merek (*brand association*)
- 3) Loyalitas merek (*brand loyalty*)
- 4) Persepsi kualitas (*perceived quality*)
- 5) Aset merek lainnya (*other proprietary brand assets*)

Dalam konteks komunikasi pemasaran digital, media sosial berperan penting dalam membentuk Brand Equity suatu organisasi atau destinasi wisata. Media sosial memungkinkan interaksi langsung antara merek dan audiens, sehingga dapat meningkatkan kesadaran merek, membangun asosiasi positif, serta memperkuat loyalitas pelanggan atau wisatawan.

Di industri pariwisata, media sosial menjadi alat utama dalam membangun dan mempertahankan citra destinasi wisata. Setelah terjadi krisis atau insiden yang berdampak negatif terhadap reputasi suatu tempat wisata, strategi komunikasi digital dapat digunakan untuk memulihkan citra dan menarik kembali wisatawan.

Insiden kebakaran Gunung Bromo telah menarik perhatian media massa dan media sosial untuk memberitakan. Media online nasional Detik.com dalam laporannya ⁵ berjudul Kebakaran Bromo gegara Flare Prewedding Rugikan Negara Rp 5,4 M! menulis nilai kerugian akibat kebakaran itu mencapai Rp.5,4 milyar. Hal ini secara langsung telah membentuk persepsi publik akan rusaknya keindahan kawasan Bromo dan buruknya pengawasan di tempat wisata tersebut.

Konsep Utama dalam Teori Framing

Frame sebagai Struktur Kognitif, di mana frame berfungsi sebagai kerangka kerja yang digunakan individu untuk memahami dan menafsirkan dunia di sekitar mereka. Frame membantu mengorganisasikan informasi, sehingga seseorang dapat memahami suatu peristiwa berdasarkan konteks tertentu.

Frame sebagai Interaksi Sosial, di mana frame tidak hanya bersifat individual tetapi juga dibentuk oleh interaksi sosial dan budaya. Media, institusi, dan masyarakat berperan dalam membangun dan menyebarkan frame tertentu dalam memahami suatu isu.

Frame dalam Media dan Komunikasi digunakan oleh media untuk menyajikan suatu peristiwa atau isu dengan sudut pandang tertentu. Sehingga suatu berita atau informasi yang disajikan akan mempengaruhi bagaimana audiens memaknai dan meresponsnya.

⁴ Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Pre

⁵ Detik.com. (2023, September 7). *Kebakaran Bromo gegara flare prewedding rugikan negara*



Teori framing banyak digunakan dalam berbagai bidang, termasuk komunikasi media dan jurnalistik. Media bisa membingkai suatu berita dengan cara yang mempengaruhi opini publik. Contohnya, kebakaran yang terjadi di kawasan Gunung Bromo bisa diframing sebagai bencana alam atau sebagai akibat dari kelalaian manusia, tergantung pada sudut pandang yang dipilih oleh media.

Selain manajemen isu, penerapan teori komunikasi kritis juga berperan dalam penanganan bencana ini. Teori ini berakar dari pemikiran Frankfurt School, yang menekankan bagaimana komunikasi digunakan untuk membentuk kesadaran sosial, mengkritisi dominasi kekuasaan, dan mengungkap ketimpangan dalam masyarakat. Menurut Habermas (1984), komunikasi kritis bertujuan untuk menciptakan diskursus yang rasional, di mana individu dapat berpartisipasi dalam dialog tanpa adanya distorsi oleh kepentingan tertentu.

Teori komunikasi kritis dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana narasi media dan komunikasi pemerintah membentuk persepsi publik terhadap penyebab kebakaran, tanggung jawab wisatawan, serta kebijakan konservasi yang diterapkan. Teori komunikasi kritis membantu memahami bagaimana narasi media dan komunikasi pemerintah membentuk persepsi publik terhadap kebakaran Bromo. Dengan menganalisis framing dan diskursus publik, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana komunikasi dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran konservasi dan mencegah krisis lingkungan di masa depan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten media sosial dan studi literatur. Data diperoleh dari unggahan Instagram @bbtnbromotenggersemeru, publikasi resmi BBTNBTS, wawancara dengan pejabat BBTNBTS yang membidangi pengelolaan Gunung Bromo, serta diskusi publik terkait pemulihan kawasan wisata pasca kebakaran.

Instagram @bbtnbromotenggersemeru adalah akun resmi Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BBTNBTS) yang digunakan untuk menyampaikan informasi terkait konservasi, wisata, dan kebijakan pengelolaan kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

Akun ini sering membagikan pengumuman resmi, seperti pembukaan atau penutupan jalur pendakian Gunung Semeru, aturan berkunjung ke Gunung Bromo, serta edukasi tentang ekosistem dan pelestarian lingkungan. Selain itu, akun ini juga menjadi sarana komunikasi dengan wisatawan dan masyarakat yang ingin mengetahui perkembangan terbaru mengenai kawasan taman nasional.

Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BBTNBTS) adalah lembaga yang bertanggung jawab atas pengelolaan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, yang mencakup wilayah konservasi di Jawa Timur, Indonesia. Kawasan ini terkenal dengan keindahan alamnya, termasuk Gunung Bromo, Gunung Semeru, dan Lautan Pasir Tengger, serta ekosistem yang kaya akan flora dan fauna.

BBTNBTS memiliki beberapa peran utama dalam pengelolaan taman nasional, di antaranya:

1. Konservasi Ekosistem: Melindungi keanekaragaman hayati, termasuk spesies endemik dan ekosistem unik di kawasan Bromo Tengger Semeru.



2. Pengelolaan Wisata Alam: Menyediakan regulasi dan fasilitas bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam tanpa merusak lingkungan.
3. Mitigasi Bencana dan Pemantauan Aktivitas Vulkanik: Mengawasi kondisi Gunung Semeru dan Gunung Bromo, yang merupakan gunung berapi aktif.
4. Edukasi dan Sosialisasi: Memberikan informasi kepada masyarakat tentang pentingnya konservasi dan aturan berkunjung ke taman nasional.

BBTNBTS juga menetapkan berbagai kebijakan untuk menjaga kelestarian kawasan, seperti:

1. Pembatasan jumlah pendaki di Gunung Semeru untuk mengurangi dampak lingkungan.
2. Penutupan sementara kawasan wisata saat upacara adat Yadnya Kasada untuk menghormati tradisi masyarakat Tengger.
3. Penerapan sistem tiket online bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Gunung Bromo dan Semeru.

Penelitian ini dilakukan mulai tanggal terjadinya kebakaran pada 6 September 2023 hingga 18 September 2023 ketika BBTNBTS mengumumkan dibukanya kembali tempat wisata itu.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh BBTNBTS dalam membangun kembali citra wisata Bromo Tengger Semeru.

Hasil dan Pembahasan

Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BBTNBTS) mengambil berbagai langkah untuk mengatasi kebakaran savana yang terjadi akibat penggunaan flare dalam sesi prewedding di Bukit Teletubbies, Gunung Bromo pada 6 September 2023. Salah satunya dengan melakukan pengelolaan isu untuk menjaga kepercayaan publik terhadap pengelolaan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

Dalam penanganan krisis kebakaran savana yang terjadi, Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BBTNBTS) fokus pada upaya pemadaman api dan evakuasi. Langkah ini melibatkan tim gabungan dari BBTNBTS, TNI, Polri, dan relawan untuk memadamkan api yang membakar 50 hektar savana. Upaya pemadaman dilakukan dengan metode water bombing dan penyekatan area terbakar untuk mencegah penyebaran api lebih lanjut.

Selain melokalisir area kebakaran, BBTNBTS juga melakukan penutupan sementara kawasan wisata untuk memastikan keamanan dan pemulihan ekosistem mulai 6 September 2023. Penutupan juga bertujuan menghindari risiko kebakaran lanjutan serta memberikan waktu bagi ekosistem untuk pulih. Guna memulihkan kembali ekosistem savana, BBTNBTS menanam kembali vegetasi yang rusak akibat kebakaran. Selain kerusakan savana yang mencapai Rp.5,4 milyar ⁶ BBTNBTS juga mengalami kerugian akibat terhentinya aktivitas kunjungan wisatawan selama beberapa waktu. Menurut laporan BBTNBTS obyek wisata Bromo menyumbang pendapatan negara non pajak sebesar Rp.27 milyar pada tahun 2019 ⁷.

⁶ Detik. (2025, Mei 23). *Kebakaran Bromo gegara flare prewedding rugikan negara Rp 5,4 M*

⁷ Jawa Pos. (2025, Mei 23). *Pendapatan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru capai Rp 27 miliar.*

Hal ini memaksa BBTNBTs berupaya keras mengembalikan kepercayaan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Wisata Nasional Bromo Tengger Semeru dengan aman dan nyaman. Salah satunya dengan melakukan promosi menggunakan media sosial Instagram di akun @bbtbnbromotenggersemeru.

Menurut Prayudi. (2015). *Manajemen Isu dan Tantangan Masa Depan: Pendekatan Public Relations*⁸, isu muncul dan berkembang ketika ada perubahan, disharmoni atau ketidaksesuaian antara lingkungan atau pengharapan publik dengan organisasi yang menjadi titik balik (turning point) bagi pihak manajemen. Isu yang muncul dan tidak dikelola dengan baik akan berkembang menjadi krisis. Manajemen isu membantu pihak manajemen untuk mampu berkompetisi di era global dan cepat menyesuaikan diri terhadap perubahan, situasi atau peristiwa. Hal ini hanya dimungkinkan dengan pilihan pihak manajemen untuk menerapkan kebijakan manajemen terbuka. Kebijakan manajemen terbuka membawa konsekuensi kemampuan untuk cepat menentukan keberadaan dan kinerja organisasi di tengah-tengah komunitas.

Penelitian yang dilakukan pada akun @bbtbnbromotenggersemeru menggambarkan pihak BBTNBTs telah memanfaatkan akun tersebut untuk menyampaikan langkah-langkah penanggulangan kebakaran yang terjadi pada 6 September 2023.

Tangkapan layar akun IG@bbtbnbromotenggersemeru tanggal 6 September 2023:



Dalam unggahan tersebut BBTNBTs menyampaikan informasi terjadinya kebakaran savana, sekaligus penutupan lokasi wisata selama proses pemadaman berlangsung. Unggahan itu diketahui mendapat 10.101 likes (tanda suka) dan 279 komentar. Sebagian besar netizen menyampaikan keprihatinan sekaligus kekesalan pada pihak-pihak yang terlibat dalam foto prewedding. Namun tidak sedikit yang menanyakan mekanisme pengembalian uang tiket bagi

⁸ Prayudi. (2015). *Manajemen Isu dan Tantangan Masa Depan: Pendekatan Public Relations*. Neliti. Diakses pada 26 Mei 2025 dari <https://media.neliti.com/media/publications/101148-ID-manajemen-isu-dan-tantangan-masa-depan-p.pdf>.

yang terlanjur memesan. Sayangnya, pertanyaan tersebut tidak mendapat tanggapan dari admin atau pengelola akun BBTNBTS.

Hal ini tidak sesuai dengan rekomendasi Prayudi (2015)⁹. *Manajemen Isu dan Tantangan Masa Depan: Pendekatan Public Relations*, di mana BBTNBTS seharusnya memantau respons publik dan media terhadap pernyataan yang telah dibuat. Masyarakat yang terlanjur membeli tiket kunjungan tidak mendapat informasi yang dibutuhkan melalui akun instagram @bbtbnbromotenggersemeru, di mana semestinya menurut Prastya (2011) dalam *Jurnal Komunikasi* media sosial menjadi sarana penyampaian informasi dengan cepat dan terbuka. Namun pada hari yang sama, BBTNBTS juga mengunggah postingan tentang keberhasilan upaya pemadaman api oleh petugas dan relawan (di bawah ini).



Dalam unggahan tersebut, BBTNBTS juga menyampaikan keberhasilan upaya pemadaman api yang melibatkan petugas dan relawan. Mereka juga meminta kepada masyarakat untuk menjaga kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dari kebakaran hutan dengan memperhatikan penggunaan api. Unggahan tersebut mendapat 1.821 likes (tanda suka) dari masyarakat, meski tidak ada satupun yang menyematkan komentar. Teori framing yang dikembangkan Robert N. Entman (1993) menjelaskan bagaimana media membentuk persepsi publik terhadap suatu isu dengan cara memilih, menyoroti, dan menekankan aspek tertentu dari sebuah peristiwa. Framing berfungsi untuk mengarahkan interpretasi audiens terhadap suatu isu dengan menentukan apa yang dianggap penting dan bagaimana hal tersebut disajikan.

Menurut Entman, framing memiliki empat elemen utama:

- *Define Problems* (Menentukan masalah)
- *Diagnose Causes* (Menentukan penyebab)
- *Make Moral Judgments* (Menilai secara moral)
- *Suggest Remedies* (Menentukan solusi)

⁹ Prayudi. (2015). *Manajemen Isu dan Tantangan Masa Depan: Pendekatan Public Relations*. Neliti. Diakses pada 26 Mei 2025 dari <https://media.neliti.com/media/publications/101148-ID-manajemen-isu-dan-tantangan-masa-depan-p.pdf>

Dalam konteks kebakaran hutan Bromo, teori framing digunakan untuk menganalisis bagaimana media sosial, khususnya akun Instagram @bbtnbromotenggersemeru, membingkai informasi terkait kebakaran dan respons pemerintah. Dalam kasus ini, BBTNBTS merespon kebakaran itu dengan melakukan tindakan cepat melokalisir area kebakaran dan melakukan pemadaman api. Unggahan itu disertai pula foto keberadaan petugas di lokasi kebakaran yang menunjukkan kondisi api sudah mulai dikendalikan. Hal ini sekaligus mengimbangi banyaknya spekulasi tentang kebakaran tersebut yang berkembang luas di media sosial maupun media massa. Tanggal 8 September 2023, admin IG @bbtnbromotenggersemeru mengunggah kembali (repost) unggahan media sosial Kementerian Kehutanan berupa video kondisi Taman Nasional Bromo saat masih hijau atau sebelum kebakaran terjadi. Unggahan ini mendapat 7.276 likes dan 181 komentar yang menuliskan harapan agar kondisi savana Bromo kembali pulih.

Namun peristiwa tidak terduga terjadi keesokan harinya. Lokasi kebakaran yang sebelumnya sempat dinyatakan tertangani dengan baik ternyata menyisakan titip api yang belum padam. Hal ini memaksa pihak BBTNBTS melakukan kembali pemadaman dan menunda pembukaan taman wisata Bromo. Melalui media sosial, tanggal 9 September 2023 admin IG @bbtnbromotenggersemeru mengumumkan perpanjangan masa penutupan akibat kebakaran yang ternyata masih berlangsung. Unggahan ini mendapat 8.139 likes dan 199 komentar. Pada hari yang sama akun tersebut mengunggah pernyataan Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa yang menjelaskan kronologi kebakaran dan upaya pemadaman yang telah dilakukan. Unggahan ini mendapat 1.805 likes dan 65 komentar, menurun dari unggahan sebelumnya.

Tanggal 10 September 2025 akun IG @bbtnbromotenggersemeru kembali dibanjiri kunjungan netizen saat mengunggah video pemadaman api menggunakan helikopter. Unggahan ini mendapat 11.327 likes dan 245 komentar. Masyarakat mulai melihat keseriusan BBTNBTS dalam memadamkan api dengan melibatkan helikopter. Di hari yang sama, akun tersebut juga mengunggah pengumuman penutupan akses jalan Malang-Lumajang-Malang. Hal ini dilakukan untuk memudahkan upaya pemadaman api agar tidak semakin meluas. Unggahan ini mendapat 7.156 likes dan 175 komentar dari masyarakat yang menyampaikan kekesalannya akibat penutupan akses tersebut. Tanggal 15 September 2023 akun @bbtnbromotenggersemeru menyampaikan kondisi terkini dari lokasi savana yang terbakar berikut ini:





Unggahan itu menuliskan kunjungan Direktur Jenderal Konservasi Sumber Daya Alam dan Ekosistem (KSDAE), Prof. Dr. Satyawan Pudyatmoko, S.Hut, M.Agr.Sc yang melihat langsung penanganan kebakaran di Kawasan Wisata Bromo. Unggahan ini direspon oleh 3.457 netizen yang memberikan likes dan 90 komentar. Tanggal 19 September 2023 akun @btnbromotenggersemeru mengunggah keberhasilan pemadaman api di kawasan savana berikut ini:

Api telah padam, saatnya kembali memutar roda perekonomian di kawasan Bromo. Tapi ingat pengunjung dan pelaku jasa wisata harus ada kesiapan dan kesadaran bahwa menjaga kawasan konservasi adalah tanggung jawab bersama, bukan hanya petugas ya... Ingat ya sahabat.. Bromo itu kawasan konservasi, sebelum ke sini sebaiknya sahabat juga membekali diri sendiri dengan pengetahuan tentang konservasi ya.. **JADILAH PENGUNJUNG YANG CERDAS DAN BERTANGGUNG JAWAB.** Mari berwisata dengan bijak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BBTNBTS menerapkan beberapa strategi utama dalam penggunaan media sosial Instagram saat penanganan krisis kebakaran, sekaligus melakukan komunikasi pemasaran digital untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap obyek wisata tersebut. Berikut langkah-langkah yang diambil:

1. BBTNBTS secara aktif membagikan informasi terkait pemulihan kawasan, edukasi lingkungan, serta larangan penggunaan flare dan api terbuka di kawasan wisata.
2. Strategi Konten Visual unggahan Instagram BBTNBTS menampilkan foto dan video yang menunjukkan keindahan alam Bromo Tengger Semeru pasca kebakaran, serta upaya restorasi ekosistem yang dilakukan oleh pihak taman nasional.
3. Interaksi dengan audiens BBTNBTS menggunakan fitur komentar komentar untuk meningkatkan keterlibatan audiens serta membangun kembali kepercayaan publik terhadap kawasan wisata.

Strategi ini berhasil meningkatkan kesadaran publik terhadap pemulihan kawasan wisata serta menarik kembali wisatawan yang sebelumnya ragu untuk berkunjung¹⁰

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BBTNBTS) telah memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi dalam penanganan kebakaran savana di Gunung Bromo. Dengan menggunakan pendekatan teori framing dan teori Brand Equity, dapat dilihat bahwa akun @tnbromotenggersemeru telah berhasil membentuk persepsi publik terhadap isu kebakaran dan meningkatkan kesadaran serta keterlibatan masyarakat dalam upaya pelestarian lingkungan.

Namun, meskipun penggunaan media sosial sudah cukup efektif, masih ditemukan beberapa kekurangan. Hal ini mencakup kurangnya konsistensi dalam penyampaian pesan, terbatasnya interaksi langsung dengan masyarakat, serta perlunya peningkatan dalam visualisasi informasi agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens.

Saran

- 1) **Peningkatan Konsistensi Konten**, BBTNBTS dapat lebih konsisten dalam membangun narasi terkait kebakaran savana dengan menggunakan pendekatan

¹⁰ Antara News. (2025, Mei 23). *Savana Bromo kembali hijau setelah terbakar akibat suar*.



storytelling yang lebih kuat, sehingga audiens lebih terhubung secara emosional dan memahami urgensi isu yang disampaikan.

- 2) **Optimalisasi Interaksi dengan Publik**, Penting untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui interaksi yang lebih aktif, seperti sesi tanya jawab, polling, atau diskusi langsung melalui fitur live Instagram agar komunikasi lebih dua arah.
- 3) **Penggunaan Visual yang Lebih Menarik**, Infografis, video singkat, dan ilustrasi yang mendukung pesan utama bisa meningkatkan pemahaman publik terhadap informasi yang diberikan. Pemanfaatan desain grafis yang profesional akan membantu meningkatkan Brand Equity akun @tnbromotenggersemeru.
- 4) **Kolaborasi dengan Influencer atau Komunitas**, Menggandeng tokoh publik atau komunitas pecinta alam untuk turut menyebarkan informasi mengenai penanganan kebakaran dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BBTNBTS.
- 5) **Evaluasi Berkala terhadap Strategi Media Sosial**, Melakukan analisis berkala terhadap efektivitas konten yang dipublikasikan, misalnya dengan mengukur engagement rate dan sentimen publik, agar strategi komunikasi dapat terus disesuaikan dengan tren dan kebutuhan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Nasution, K. B. (2024). *Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pariwisata*
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Pre
- Detik.com. (2023, September 7). *Kebakaran Bromo gegara flare prewedding rugikan negara*
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University
- Detik. (2025, Mei 23). *Kebakaran Bromo gegara flare prewedding rugikan negara Rp 5,4 M*
- Jawa Pos. (2025, Mei 23). *Pendapatan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru capai Rp 27 miliar*.
- Antara News. (2025, Mei 23). *Savana Bromo kembali hijau setelah terbakar akibat suar*
- Prayudi. (2015). *Manajemen Isu dan Tantangan Masa Depan: Pendekatan Public Relations*. Neliti. Diakses pada 26 Mei 2025