

Persepsi Publik Kota Denpasar Terhadap Konstruksi Media Sosial X Dalam Pemberitaan Isu Permasalahan Sampah

I Nyoman Satriya Sanjaya¹, Dr. I gusti Agung Ananda Putra²

Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia Alamat

: Jl. Bedugul No.39, Sidakarya, Denpasar, 80225

Korespondensi penulis Satriyasanjaya20@gmail.com, anandaputra@undiknas.ac.id

Published: August , 2026

ABSTRAK

The waste problem in Denpasar City has evolved into an ecological crisis that triggers public discourse in the digital realm, particularly through the X social media platform (formerly Twitter). This study aims to understand and analyze how the public perception of Denpasar City is formed towards the construction of X social media in reporting the issue of waste problems. This research uses a descriptive qualitative approach with the analytical framework of the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory. Data collection was carried out through in-depth interviews with 11 informants (consisting of community representatives, policymakers, communication experts, and social media managers) determined by purposive sampling techniques, supported by netnographic observation and documentation studies. The results showed that the stimulus (S) constructed on X was visual-realistic and narratively sarcastic, dominated by citizen journalism complaints rather than official government releases. At the organism stage (O), the public internalized the stimulus with full attention due to empirical proximity (actual odor and traffic congestion in the field). This culminates in a response (R) in the form of public perception formation divided into three dimensions: cognitively, the public evaluates the government system as being in a state of emergency failure; affectively, there is polarization between anger towards the bureaucracy and empathy for field workers; and conatively, it triggers cyber advocacy (digital criticism) as well as the adoption of independent waste management. X social media has proven to transform into a catalyst for the ecological disappointment of the Denpasar City community.

Keywords : Public Perception, Reality Construction, X Social Media, Waste Issues, S-O-R Theory.

ABSTRAK

Permasalahan sampah di Kota Denpasar telah berkembang menjadi krisis ekologis yang memicu diskursus publik di ranah digital, khususnya melalui platform media sosial X (sebelumnya Twitter). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana persepsi publik Kota Denpasar terbentuk terhadap konstruksi media sosial X dalam pemberitaan isu permasalahan sampah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan kerangka analisis Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) terhadap 11 informan (terdiri dari representasi masyarakat, pemangku kebijakan, pakar komunikasi, dan pengelola media sosial) yang ditentukan dengan teknik purposive sampling, serta didukung oleh observasi netnografi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa stimulus (S) yang dikonstruksi di X bersifat visual-realistis dan naratif sarkastis yang didominasi oleh keluhan jurnanisme warga, bukan rilis resmi pemerintah. Pada tahap organisme (O), publik menginternalisasi stimulus tersebut dengan atensi penuh akibat adanya proksimitas empiris (bau dan kemacetan nyata di lapangan). Hal ini bermuara pada respons (R) berupa pembentukan persepsi publik yang terbagi dalam tiga dimensi: secara kognitif publik mengevaluasi sistem pemerintah berada dalam status darurat kegagalan; secara afektif muncul polarisasi antara kemarahan pada birokrasi dan empati pada petugas lapangan; dan secara konatif memicu advokasi siber (kritik digital) sekaligus adopsi pengelolaan sampah mandiri. Media sosial X terbukti bertransformasi menjadi katalisator kekecewaan ekologis masyarakat Kota Denpasar.

Kata Kunci : Persepsi Publik, Konstruksi Realitas, Media Sosial X, Isu Sampah, Teori S-O-R.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Isu sampah menjadi salah satu persoalan lingkungan yang semakin kompleks akibat pertumbuhan penduduk, urbanisasi, aktivitas ekonomi, dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Persoalan tersebut tidak hanya berdampak pada aspek ekologis, tetapi juga kesehatan, sosial, dan ekonomi. Di Bali, tekanan tersebut semakin besar seiring tingginya aktivitas pariwisata dan mobilitas masyarakat. Kota Denpasar

sebagai pusat pemerintahan, ekonomi, dan aktivitas urban menghadapi persoalan tersebut secara signifikan. Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) tahun 2024, Denpasar tercatat memiliki timbulan sampah tertinggi dibandingkan kabupaten/kota lainnya di Provinsi Bali, dengan volume mendekati 360.000 ton per tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa persoalan sampah di Denpasar tidak hanya menjadi persoalan teknis pengelolaan, tetapi juga isu publik yang membutuhkan perhatian dan partisipasi masyarakat.

Perkembangan media digital kemudian menjadikan persoalan sampah sebagai bagian dari diskursus publik di media sosial. Media sosial memungkinkan masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memproduksi, menyebarkan, dan menafsirkan informasi secara aktif (Kusnanto & Yusuf, 2024). Salah satu platform yang memiliki karakter diskursif kuat adalah X, yang memungkinkan penyebaran informasi secara *real-time* melalui unggahan, komentar, *repost*, dan berbagai bentuk interaksi lainnya. Dalam konteks isu sampah di Denpasar, konten dari akun informasi lokal, *citizen journalism*, komunitas, maupun masyarakat secara langsung dapat menampilkan kondisi lingkungan melalui narasi, foto, dan video. Proses *framing* tersebut berpotensi membentuk pemaknaan tertentu mengenai tingkat keparahan persoalan sampah dan kinerja pemerintah. Persepsi masyarakat terhadap informasi tersebut kemudian dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, nilai, serta tingkat kepercayaan terhadap informasi yang diterima (Leni & Permana, 2025).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa media sosial mampu membentuk persepsi dan perilaku publik, seperti Maulida et al. (2024) mengenai pengaruh narasi media sosial terhadap perilaku Generasi Z dan Pamungkas et al. (2024) mengenai konstruksi realitas sosial oleh media. Penelitian Karina (2024), Izzza (2024), Lestari (2023), Sianipar (2025), serta Pratama dan Mustofa (2025) juga menunjukkan peran konstruksi media dalam membentuk opini publik. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji konstruksi isu sampah di media sosial X dan pembentukan persepsi masyarakat Kota Denpasar masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) untuk menganalisis bagaimana informasi dan *framing* isu sampah di X menjadi stimulus, bagaimana masyarakat memproses dan memaknai informasi tersebut, serta bagaimana proses tersebut menghasilkan respons tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi publik Kota Denpasar terhadap konstruksi media sosial X dalam pemberitaan isu permasalahan sampah.

LANDASAN TEORI

a. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan kepada khalayak luas melalui media sebagai perantara. Secara konseptual, komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama” atau *common*, yang menekankan terciptanya kesamaan makna antara komunikator dan komunikan. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga proses membangun pemahaman bersama. Sementara itu, komunikasi interpersonal merupakan interaksi langsung ant individu yang memungkinkan adanya saling memengaruhi dalam pembentukan persepsi (Kustiawan et al., 2022).

Menurut Sucipta et al. (2025), komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan dari satu sumber kepada khalayak yang luas dan tersebar melalui media massa. Sejalan dengan hal tersebut, Rizki dan Ikhsan (2025) menjelaskan bahwa komunikasi massa memungkinkan pesan disampaikan kepada banyak orang melalui berbagai media, mulai dari media cetak, radio, televisi, hingga media digital seperti internet dan media sosial. Karakteristik tersebut membuat komunikasi massa mampu menjangkau audiens dalam jumlah besar tanpa memerlukan interaksi secara langsung.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, komunikasi massa dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak luas melalui media massa dengan tujuan menyampaikan informasi sekaligus membangun pemahaman dan makna tertentu. Perkembangan teknologi digital memperluas bentuk komunikasi massa dari media konvensional menuju media sosial, sehingga penyebaran informasi dapat berlangsung lebih cepat, luas, dan interaktif. Dalam konteks penelitian ini, media sosial X menjadi salah satu ruang komunikasi yang memungkinkan informasi mengenai isu permasalahan sampah disebarluaskan dan dikonstruksi hingga berpotensi memengaruhi persepsi masyarakat.

b. Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response)

Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) menjadi *grand theory* atau pisau analisis utama dalam penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana konstruksi dan *framing* media sosial membentuk persepsi masyarakat. Teori ini diperkenalkan oleh Carl Hovland pada 1953 dan menjelaskan bahwa individu menerima rangsangan dari lingkungan, kemudian memprosesnya melalui kondisi internal sebelum menghasilkan respons. Dalam kajian komunikasi, proses tersebut mencakup aspek kognitif, afektif, dan konatif yang memengaruhi terbentuknya sikap, persepsi, dan perilaku individu (Suryadi et al., 2023). Model S-O-R menggambarkan hubungan antara rangsangan eksternal dan proses internal individu hingga menghasilkan respons tertentu (Janah et al., 2024). Dalam penelitian ini, rangsangan tersebut berupa pemberitaan dan *framing* isu sampah di media sosial X.

Teori S-O-R terdiri atas tiga komponen utama, yaitu Stimulus, Organism, dan Response. Stimulus merupakan rangsangan eksternal berupa pemberitaan, narasi, visual, komentar, tagar, dan diskusi mengenai isu sampah di X, yang dianalisis melalui daya tarik pesan, kualitas informasi, dan intensitas paparan (Suryadi et al., 2023). Organism merupakan proses internal individu dalam menerima dan mengolah stimulus, yang mencakup perhatian, pemahaman, dan penerimaan terhadap informasi. Proses tersebut dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, kondisi psikologis, serta norma sosial yang dimiliki individu.

Response merupakan hasil dari proses pengolahan stimulus oleh individu yang dapat diwujudkan melalui aspek kognitif, afektif, dan konatif. Respons kognitif berkaitan dengan terbentuknya pengetahuan, opini, dan persepsi mengenai permasalahan sampah; respons afektif berkaitan dengan munculnya perasaan atau sikap seperti kepedulian, kekhawatiran, atau kemarahan; sedangkan respons konatif berkaitan dengan kecenderungan melakukan tindakan, baik melalui aktivitas digital seperti *like*, *repost*, dan diskusi, maupun tindakan nyata seperti mengurangi penggunaan plastik dan mengelola sampah secara mandiri. Dengan demikian, teori S-O-R digunakan untuk menganalisis bagaimana konstruksi isu sampah di media sosial X diterima dan dimaknai masyarakat hingga membentuk persepsi serta respons terhadap permasalahan sampah di Kota Denpasar.

c. Media Massa

Media massa merupakan sarana atau perantara komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak dalam jumlah besar dan beragam. Media massa memiliki kemampuan menjangkau audiens secara luas, melampaui batas ruang dan waktu, serta menyebarkan informasi kepada banyak orang dalam waktu relatif cepat (Roli, 2022). Sejalan dengan hal tersebut, Aidah et al. (2026) menjelaskan bahwa media massa merupakan sarana komunikasi yang mampu menyalurkan berbagai bentuk pesan kepada khalayak yang heterogen secara cepat dan efisien.

Secara umum, media massa dapat dipahami sebagai sarana komunikasi yang berfungsi menyampaikan berbagai bentuk informasi kepada khalayak luas secara serentak. Perkembangan teknologi turut menyebabkan media massa mengalami perubahan bentuk dan cara penyebaran informasi. Menurut Puspianto (2021), media massa dapat dibedakan menjadi tiga jenis utama, yaitu media massa cetak, media massa elektronik, dan media massa online.

Media massa cetak menggunakan kertas sebagai sarana penyampaian informasi dalam bentuk tulisan dan gambar, sedangkan media massa elektronik memanfaatkan perangkat elektronik untuk menyampaikan pesan secara lebih cepat dan luas. Sementara itu, media massa online merupakan bentuk media yang berkembang seiring kemajuan internet dan dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti komputer, laptop, dan smartphone. Perkembangan media online kemudian memungkinkan penyampaian informasi berlangsung secara lebih cepat, interaktif, dan luas kepada masyarakat.

METODE PENELITIAN

a. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif sebagai pendekatan utama untuk

memahami fenomena secara mendalam berdasarkan sudut pandang subjek penelitian dengan menekankan aspek makna, proses, dan konteks (Sugiyono, 2022). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada bagaimana isu permasalahan sampah di Kota Denpasar dikonstruksi melalui media sosial X serta bagaimana publik memaknai informasi tersebut. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menguraikan proses terbentuknya persepsi publik mulai dari paparan informasi sebagai stimulus, proses pengolahan makna dan emosi sebagai organism, hingga munculnya sikap dan tindakan sebagai **respons**, berdasarkan data wawancara, pernyataan informan, dan dokumentasi secara deskriptif.

b. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2022), pendekatan kualitatif berlandaskan paradigma postpositivisme atau interpretif yang bertujuan memahami fenomena dalam kondisi alamiah (*natural setting*) tanpa manipulasi terhadap objek penelitian, dengan peneliti sebagai instrumen kunci (*key instrument*). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran mendalam, sistematis, dan komprehensif mengenai konstruksi wacana media sosial serta dampaknya terhadap persepsi publik. Melalui pendekatan ini, informan diberikan ruang untuk menceritakan pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan media sosial X secara bebas, sehingga data yang diperoleh dapat merepresentasikan pandangan dan pengalaman masyarakat Kota Denpasar secara lebih alami.

c. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data utama yang mengacu pada Sugiyono (2022), yaitu observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumen. Observasi dilakukan melalui *cyber-observation* atau observasi non-partisipan pada media sosial X dengan mengamati pola interaksi pengguna, penyajian narasi atau *framing* oleh akun lokal, frekuensi kemunculan isu sampah, serta kecenderungan sentimen publik. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman berdasarkan kerangka S-O-R, dengan tetap memberikan kebebasan kepada informan dalam mengembangkan jawabannya, serta didukung perekaman suara dan *field notes* atas persetujuan informan. Sementara itu, studi dokumen digunakan sebagai pelengkap dan bahan triangulasi melalui pengumpulan jejak digital seperti *screenshot* atau tautan unggahan mengenai isu sampah serta data resmi terkait pengelolaan sampah dari Pemerintah Kota Denpasar.

d. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling*. Teknik ini merupakan salah satu metode pemilihan sampel dalam penelitian kualitatif yang didasarkan pada kriteria atau tujuan tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Penentuan informan dengan *purposive sampling* dilakukan dengan memilih individu yang memiliki karakteristik atau keahlian tertentu yang dapat memberikan informasi yang relevan dan mendalam terkait dengan topik yang diteliti.

Tabel 1. Penentuan Informan

No.	Kategori Informan	Keterangan Spesifik / Wilayah	Jumlah
1.	Masyarakat / Pengguna Aktif X	Kec. Denpasar Selatan	2 Orang
2.	Masyarakat / Pengguna Aktif X	Kec. Denpasar Timur	2 Orang
3.	Masyarakat / Pengguna Aktif X	Kec. Denpasar Barat	2 Orang
4.	Masyarakat / Pengguna Aktif X	Kec. Denpasar Utara	2 Orang
5.	Pemangku Kebijakan (Pemerintah)	Kepala Dinas LHK Kota Denpasar	1 Orang
6.	Pengamat Ahli	Akademisi/Pakar Komunikasi	1 Orang
7.	Penyebarnya Informasi (<i>Stimulus</i>)	Admin Akun Publik X di Bali	1 Orang
TOTAL			11 Orang

Sumber : Diolah oleh peneliti (2026)

e. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan latar tempat berlangsungnya fenomena sosial dan proses pengumpulan data. Penelitian ini berlokasi di Kota Denpasar, Provinsi Bali, yang dipilih karena merupakan pusat kegiatan ekonomi, pariwisata, dan pemerintahan dengan kepadatan penduduk serta produksi sampah yang tinggi. Berbagai persoalan seperti melubernya sampah di TPS, kendala pengangkutan, hingga permasalahan di TPA Suwung turut menjadi isu yang ramai diperbincangkan di media sosial X. Tingginya aktivitas dan diskursus publik mengenai persoalan sampah tersebut menjadikan Kota Denpasar sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji hubungan antara konstruksi (*framing*) media sosial dan pembentukan persepsi publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian dianalisis menggunakan Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) yang menjelaskan bahwa respons individu terbentuk melalui rangsangan eksternal yang diproses secara internal sebelum menghasilkan respons tertentu (Hovland et al. dalam Rakhmat, 2021). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, konstruksi isu sampah di media sosial X terbentuk melalui tiga stimulus utama, yaitu visual, naratif, dan interaktif. Visual berupa foto dan video tumpukan sampah, kondisi TPS, serta antrean truk menjadi stimulus yang kuat karena menampilkan kondisi secara nyata. Hal tersebut disampaikan WYN:

"Kalau buka X pas musim hujan kemarin, timeline saya itu isinya pasti foto TPS Yangbatu atau TPS di Monang-Maning yang sampahnya sampai ke tengah jalan raya. Fotonya itu jelas banget, kadang ada videonya juga yang nunjukin belatung atau air lindi yang menggenang warna hitam. Itu visual yang bikin mual tapi nyata." (Wawancara WYN, 12 Februari 2026).

Selain visual, stimulus diperkuat oleh narasi kritis dan sarkasme. KDK menyatakan,

"Kalau TPA Suwung bermasalah, langsung naik tagar #DaruratSampahBali atau #DenpasarKrisisSampah. Narasinya selalu mem-framing pemerintah lamban." (Wawancara KDK, 14 Februari 2026).

Sementara itu, interaksi melalui *thread*, *reply*, dan *repost* memungkinkan pengguna menambahkan pengalaman serta informasi sehingga isu berkembang menjadi percakapan publik. MDE menjelaskan,

"Stimulus di X itu nggak cuma dari satu cuitan awal, tapi baca komentar-komentarnya. Di bawahnya banyak warga yang nge-spill data soal mesin yang rusak lah, bau asapnya yang sampai ke rumah warga lah. Itu nambahin informasi buat kita yang baca." (Wawancara MDE, 15 Februari 2026).

Pada tahap Organism, informasi yang diterima masyarakat diproses melalui perhatian, pemahaman, dan pengalaman empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa isu sampah memiliki tingkat perhatian tinggi karena berkaitan langsung dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Denpasar. AYU menyatakan,

"Saya pasti baca dan perhatiin banget kalau ada utas soal sampah di X. Karena apa yang diomongin di situ nyata. Saya sendiri harus nutup hidung tiap berangkat kuliah kalau lewat Jalan Pulau Kawe karena baunya menyengat. Jadi saat melihat tweet itu, otak saya langsung memproses,

'Oh iya, pantesan tadi pagi jalanan macet dan bau banget'. Jadi antara berita di HP dan aslinya itu sinkron." (Wawancara AYU, 13 Februari 2026).

Temuan ini menunjukkan adanya *J* yaitu kondisi ketika informasi media sesuai dengan pengalaman langsung masyarakat. PKM memperkuat temuan tersebut dengan menyatakan,

"Proses internalisasi warga Denpasar berlangsung instan karena stimulus di X itu menyentuh sensorik dasar mereka: bau dan kemacetan. Mereka tidak perlu memfilter berita itu hoaks atau bukan, karena penderitaan fisiknya mereka alami sendiri setiap hari." (Wawancara PKM, 17 Februari 2026).

Dengan demikian, X tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga ruang validasi pengalaman masyarakat. Temuan ini memperluas penelitian Maulida et al. (2024) dengan menunjukkan bahwa internalisasi pesan ekologis semakin kuat ketika stimulus media memiliki kedekatan langsung dengan pengalaman audiens.

Pada tahap Response, proses internalisasi menghasilkan respons pada aspek kognitif, afektif, dan konatif. Secara kognitif, masyarakat cenderung memandang persoalan sampah sebagai indikasi belum optimalnya tata kelola sampah di Kota Denpasar. KDK menyatakan,

“Persepsi saya setelah melihat hiruk-pikuk di X adalah, pemerintah kita gagap teknologi dan gagap birokrasi. Publik diedukasi mati-matian untuk memilah sampah organik dan anorganik dari rumah, tapi infrastruktur hilirnya belum siap. Ujung-ujungnya sampah dicampur lagi.” (Wawancara KDK, 14 Februari 2026).

Namun, perspektif tersebut berbeda dengan pihak pemerintah. DLH menjelaskan,

“TPA Suwung itu secara kapasitas memang sudah melebihi batas (overload). Saat ini kita sedang dalam masa transisi berat menuju optimalisasi TPST... Jadi, ada gap pemahaman antara ekspektasi instan publik di media sosial dengan proses teknis struktural yang butuh waktu.” (Wawancara DLH, 18 Februari 2026).

Perbedaan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan persepsi antara pengalaman masyarakat dan perspektif teknis pemerintah.

Secara afektif, konstruksi isu sampah di X menghasilkan respons emosional yang kompleks berupa kemarahan dan ketidakpercayaan terhadap birokrasi, sekaligus empati terhadap petugas kebersihan. WYN mengungkapkan,

“Jujur, emosi saya tiap baca masalah sampah itu marah dan jijik. Tapi, lewat foto-foto di X, saya juga jadi kasihan luar biasa sama sopir truk sampah moci yang harus tidur di jalan dan antri sampai 12 jam buat masuk Suwung. Jadi emosi saya itu polar: marah ke birokratnya, tapi berempati ke pekerja lapangannya.” (Wawancara WYN, 12 Februari 2026).

Sementara pada dimensi konatif, persepsi tersebut mendorong masyarakat melakukan *cyber advocacy* melalui *repost*, *mention*, komentar, dan penyebaran informasi. Respons juga berkembang menjadi tindakan nyata melalui pengelolaan sampah secara mandiri. AYU menyatakan,

“Gara-gara sering baca thread di X soal gagalnya TPST dan TPA, respons tindakan saya akhirnya berubah total. Saya sekarang berlangganan jasa pengelola sampah swasta (seperti EcoBali) dan mulai belajar mengompos sisa makanan sendiri pakai biopori.” (Wawancara AYU, 13 Februari 2026).

Temuan tersebut memperkuat penelitian Pratama dan Mustofa (2025) mengenai kemampuan narasi kritis dalam mendorong tekanan publik terhadap pemerintah. Namun, penelitian ini menemukan perkembangan respons yang lebih jauh melalui Adaptasi Ekologis Mandiri, yaitu ketika ketidakpercayaan terhadap sistem mendorong masyarakat mengambil alternatif pengelolaan sampah secara mandiri. Dengan demikian, respons publik tidak berhenti pada persepsi atau kritik digital, tetapi berkembang menjadi tindakan nyata. Dalam kerangka S-O-R, proses tersebut dapat dipahami sebagai rangkaian stimulus media sosial → internalisasi melalui pengalaman empiris → pembentukan persepsi → respons emosional dan tindakan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial X telah berkembang dari sekadar saluran pertukaran informasi menjadi ruang konstruksi realitas sosial dan artikulasi kekecewaan ekologis. Kekuatan stimulus tidak hanya berasal dari intensitas paparan, tetapi juga dari kesesuaiannya dengan pengalaman empiris masyarakat. Interaksi antara realitas digital dan pengalaman langsung memperkuat persepsi publik terhadap persoalan sampah, yang kemudian menghasilkan kritik terhadap pemerintah, *cyber advocacy*, serta adaptasi pengelolaan sampah secara mandiri. Dengan demikian, novelty penelitian ini terletak pada konsep Proksimitas Empiris dan Adaptasi Ekologis Mandiri, yang menunjukkan bahwa konstruksi isu lingkungan di media sosial dapat memperoleh legitimasi dari pengalaman masyarakat dan selanjutnya mendorong perubahan respons dari ruang digital menuju tindakan nyata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai persepsi publik Kota Denpasar terhadap konstruksi media sosial X dalam pemberitaan isu permasalahan sampah dengan menggunakan Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R), dapat disimpulkan bahwa pada tahap Stimulus (S), konstruksi isu sampah di media sosial X lebih banyak diproduksi secara organik oleh masyarakat, *citizen journalism*, dan akun informasi lokal, bukan semata-mata melalui informasi resmi pemerintah. Stimulus tersebut disampaikan melalui konten visual berupa foto dan video kondisi sampah yang diperkuat dengan narasi kritis, sarkasme, serta penggunaan tagar seperti *#DaruratSampahBali*. Konstruksi tersebut berfungsi

untuk menarik perhatian publik sekaligus mendorong pemerintah agar memberikan respons terhadap persoalan yang terjadi. Pada tahap Organism (O), masyarakat Kota Denpasar menunjukkan tingkat perhatian dan penerimaan yang tinggi terhadap informasi mengenai isu sampah. Kondisi ini dipengaruhi oleh adanya Proksimitas Empiris, yaitu kedekatan antara informasi yang diterima melalui X dengan pengalaman nyata masyarakat, seperti bau tidak sedap, kemacetan, penumpukan sampah, dan gangguan terhadap kenyamanan lingkungan. Kesesuaian antara realitas digital dan pengalaman langsung tersebut membuat informasi di X dipandang sebagai bentuk validasi terhadap kondisi yang mereka alami.

Selanjutnya, pada tahap Response (R), stimulus yang telah diproses dan diinternalisasi menghasilkan persepsi publik dalam tiga dimensi, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Secara kognitif, masyarakat cenderung menilai bahwa sistem pengelolaan sampah di Kota Denpasar belum berjalan secara optimal dan menunjukkan adanya persoalan dalam tata kelola maupun infrastruktur, meskipun pihak pemerintah memberikan penjelasan mengenai keterbatasan kapasitas dan proses transisi pengelolaan sampah. Secara afektif, muncul respons emosional berupa kemarahan dan *distrust* terhadap pemerintah, tetapi pada saat yang sama terdapat empati terhadap petugas kebersihan yang dianggap turut menghadapi beratnya kondisi di lapangan. Sementara itu, secara konatif, persepsi tersebut mendorong masyarakat melakukan *cyber advocacy* melalui *mention*, *repost*, komentar, dan penyebaran informasi, serta tindakan nyata berupa penggunaan jasa pengelola sampah swasta dan pengomposan rumah tangga. Dengan demikian, media sosial X tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang konstruksi realitas sosial, kontrol publik, dan katalisator kekecewaan ekologis yang mampu mendorong masyarakat Kota Denpasar bergerak dari sekadar menerima informasi menuju kritik, advokasi, dan adaptasi ekologis secara mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Nurhayati. (2022). Komunikasi massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 1–9.
- Leni, P. M., & Permana, I. (2025). Public perception in government: A bibliometric analysis (1983–2025). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 23631–23640. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/30414>
- Maulida, A. I., Amandy, R. D., Novitasari, R. T., & Ridho, K. (2024). Dampak stereotip media sosial X terhadap interaksi sosial dan perilaku Generasi Z. *Communicative: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(1), 1–17.
- Pamungkas, Y. C., Moefad, A. M., & Purnomo, R. (2024). Konstruksi realitas sosial di Indonesia dalam peran media dan identitas budaya di era globalisasi. *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(4), 28–36.
- Pratama, H. Y., & Mustofa, M. U. (2025). Narasi Selat Muria dalam membentuk persepsi publik atas banjir besar Demak Maret 2024: Sebuah analisis wacana kritis. *Journal of Political Issues*, 7(1), 17–33. <https://doi.org/10.33019/jpi.v7i1.282>
- Rizki, K., & Ikhsan, M. E. A. (2025). Analisis perkembangan komunikasi massa terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat di era Society 5.0. *Jurnal Riset Edukasi, Multidisiplin*, 2(6), 120–132. <https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i6.394>
- Roli, T. A. (2022). *Komunikasi media massa*. Deepublish Publisher.
- Sianipar, Y. H. (2025). *Pengelolaan media sosial Instagram @Pertamina dalam membangun corporate image melalui program sustainability* [Disertasi doctoral, Universitas Kristen Indonesia].
- Sucipta, J. A. W., Purwanti, P., Baihaky, R., Djaya, T. R., Nurliah, M. I., Kristian, D., Harifa, F., Simamora, J., & Baskoro, S. E. (2025). *Komunikasi massa: Buku ajar*. PT Star Digital Publishing.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Suryadi, J., Samboro, J., & Yudianto, D. R. (2023). Analisis faktor project based learning melalui grand teori S-O-R pada manajemen pemasaran. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Humaniora*, 10(1), 32–37. <https://doi.org/10.33795/jabh.v10i1.4126>