KONSTRUKSI CITRA PARIWISATA BALI DALAM PEMBERITAAN MEDIA DIGITAL: ANALISIS FRAMING TERHADAP ISU INFRASTRUKTUR

Bagus Ade Tegar Prabawa[1], I Nyoman Surpa Adisastra[2], Edy Chandra[3]

[1]UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, *Email: tegarprabawa@uhnsugriwa.ac.id*
[2]UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, *Email: surpaadisastra@uhnsugriwa.ac.id*
[3]Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, *Email: edychandra332@gmail.com*

ABSTRAK

Pariwisata Bali menghadapi tekanan yang semakin kompleks seiring dengan meningkatnya mobilitas, konsentrasi aktivitas wisata, dan kebutuhan terhadap infrastruktur yang memadai. Persoalan jalan rusak dan kemacetan tidak hanya berkaitan dengan aspek transportasi, tetapi juga berpotensi menjadi bagian dari konstruksi citra destinasi melalui pemberitaan media dan percakapan di media sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana media mengonstruksi citra pariwisata Bali melalui pemberitaan mengenai jalan rusak dan kemacetan serta mengidentifikasi perbedaan representasi isu tersebut antara media online dan media sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *literature review* yang dipadukan dengan analisis framing Robert M. Entman. Data penelitian terdiri atas literatur ilmiah yang relevan serta korpus pemberitaan media online dan konten media sosial mengenai persoalan infrastruktur pariwisata Bali pada periode Januari–September 2026. Analisis dilakukan melalui empat elemen framing, yaitu *define problems, diagnose causes, make moral judgment,* dan *treatment recommendation*, kemudian dibandingkan untuk mengidentifikasi pola konstruksi isu antarmedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media mengonstruksi jalan rusak dan kemacetan sebagai persoalan aksesibilitas, mobilitas, kenyamanan wisatawan, kualitas pelayanan publik, dan daya dukung destinasi. Media online cenderung menempatkan perspektif kelembagaan dan kebijakan sebagai sumber utama narasi, sedangkan media sosial lebih menonjolkan pengalaman langsung masyarakat dan wisatawan melalui konten visual dan narasi personal. Interaksi keduanya menghasilkan proses amplifikasi isu yang menjadikan kondisi infrastruktur sebagai bagian dari representasi kualitas destinasi. Penelitian menyimpulkan bahwa citra pariwisata Bali dalam ekosistem media digital terbentuk secara dinamis melalui interaksi antara kondisi fisik destinasi, pengalaman pengguna, pemberitaan media, dan respons institusional. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi pengelolaan infrastruktur, mobilitas, pengalaman wisatawan, dan komunikasi publik dalam pengelolaan citra pariwisata Bali.

Kata Kunci: citra pariwisata; framing media; media sosial.

CONSTRUCTION OF BALI'S TOURISM IMAGE IN DIGITAL MEDIA COVERAGE: A FRAMING ANALYSIS OF INFRASTRUCTURE ISSUES

ABSTRACT

Bali's tourism sector is facing increasingly complex pressures as mobility, tourism activity, and demand for adequate infrastructure continue to grow. Issues of damaged roads and traffic congestion are not merely transportation concerns but may also become part of destination image construction through media coverage and social media discourse. This study aims to analyze how the media construct the image of Bali tourism through coverage of damaged roads and traffic congestion and to identify differences in the representation of these issues between online media and social media. The study employs a qualitative approach using a literature review combined with Robert M. Entman's framing analysis. The data consist of relevant scholarly literature as well as a corpus of online news reports and social media content concerning tourism infrastructure issues in Bali during the January–September 2026 period. The analysis applies four framing elements: define problems, diagnose causes, make moral judgment, and treatment recommendation, followed by a comparative analysis to identify patterns of issue construction across media platforms. The findings indicate that the media construct damaged roads and traffic congestion as issues of accessibility, mobility, tourist convenience, public service quality, and destination carrying capacity. Online media tend to emphasize institutional and policy perspectives as dominant sources of narratives, whereas social media place greater emphasis on the direct experiences of local communities and tourists through visual content and personal narratives. The interaction between the two media environments contributes to issue amplification, making infrastructure conditions part of the representation of destination quality. The study concludes that the image of Bali tourism within the digital media ecosystem is dynamically constructed through the interaction between the physical conditions of destinations, user experiences, media coverage, and institutional responses. These findings highlight the importance of integrating infrastructure management, mobility governance, tourist experiences, and public communication in managing the image of Bali as a tourism destination.

Keywords: tourism image,media framing, social media.

Copyright ©2026. UHN IGB Sugriwa Denpasar. All Right Reserved

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam perkembangan ekonomi Bali, sekaligus bagian penting dari konstruksi identitas Bali sebagai destinasi wisata internasional. Intensitas aktivitas pariwisata tersebut tercermin dari tingginya mobilitas wisatawan. Data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2025), menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara langsung ke Bali pada Januari–Juli 2025 mencapai sekitar 3,98 juta kunjungan, meningkat 12,46% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pada Juli 2025 saja tercatat 697,11 ribu kunjungan wisatawan mancanegara, sementara perjalanan wisatawan nusantara ke Bali mencapai 2,29 juta perjalanan. Tingginya mobilitas tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan aktivitas pariwisata berlangsung bersamaan dengan meningkatnya kebutuhan terhadap kapasitas infrastruktur, terutama jaringan jalan sebagai prasarana utama pergerakan wisatawan, masyarakat lokal, pekerja pariwisata, serta distribusi barang dan jasa. Dalam konteks tersebut, kualitas infrastruktur tidak lagi dapat dipahami hanya sebagai persoalan teknis pembangunan, tetapi juga sebagai bagian dari pengalaman wisata dan pembentukan persepsi terhadap destinasi. Data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2025) menunjukkan bahwa pada akhir 2025

Bali memiliki jaringan jalan sepanjang 8.706,78 kilometer yang terdiri atas jalan negara, jalan provinsi, dan jalan kabupaten/kota. Besarnya jaringan tersebut sekaligus memperlihatkan kompleksitas pengelolaan infrastruktur transportasi yang menopang aktivitas sosial dan ekonomi di seluruh wilayah Bali.

Persoalan tersebut menjadi semakin relevan ketika pertumbuhan pariwisata dihadapkan pada keterbatasan daya dukung destinasi. Kajian mengenai *overtourism* menunjukkan bahwa peningkatan jumlah wisatawan pada destinasi dengan kapasitas terbatas dapat menghasilkan tekanan terhadap infrastruktur, kemacetan lalu lintas, lingkungan, sumber daya air, pengelolaan sampah, serta kehidupan sosial masyarakat lokal (Bestari et al. 2024), Studi terbaru mengenai Bali dan Lombok secara khusus mengidentifikasi kemacetan kronis dan ketidakcukupan infrastruktur sebagai bagian dari tekanan yang muncul akibat intensifikasi pariwisata, terutama pada kawasan dengan konsentrasi aktivitas wisata yang tinggi (Demolingoet al. 2024). Penelitian mengenai respons wisatawan terhadap kemacetan juga menunjukkan bahwa persoalan kepadatan dan *overcrowding* semakin menjadi perhatian dalam studi pariwisata karena berhubungan dengan pengalaman wisatawan dan persepsi terhadap destinasi (Putraet al. 2026). Dengan demikian, jalan rusak dan kemacetan di Bali tidak hanya memiliki konsekuensi terhadap mobilitas masyarakat, tetapi juga berpotensi menjadi bagian dari pengalaman yang dikonsumsi dan dievaluasi wisatawan. Pada titik inilah persoalan infrastruktur bertemu dengan persoalan komunikasi, sebab pengalaman mengenai suatu destinasi tidak hanya dibentuk melalui pengalaman langsung, tetapi juga melalui informasi yang beredar di ruang media.

Masalah penelitian muncul ketika realitas mengenai jalan rusak dan kemacetan tidak hadir secara langsung dan utuh kepada publik, melainkan melalui proses seleksi, interpretasi, dan representasi media. Media memiliki kemampuan untuk menentukan aspek tertentu dari sebuah peristiwa untuk ditampilkan secara lebih menonjol, sekaligus menghubungkan peristiwa tersebut dengan penyebab, aktor, konsekuensi, dan alternatif penyelesaiannya. Dalam perspektif *framing*, Entman (1993) menjelaskan bahwa pembingkaian berkaitan dengan proses memilih aspek-aspek tertentu dari realitas dan membuat aspek tersebut lebih menonjol dalam teks komunikasi sehingga memengaruhi cara suatu persoalan didefinisikan dan dipahami. Oleh karena itu, pemberitaan mengenai jalan rusak dan kemacetan di Bali tidak dapat dipandang hanya sebagai penyampaian informasi faktual. Pemberitaan tersebut juga dapat membangun interpretasi tertentu mengenai siapa yang dianggap bertanggung jawab, apa yang dipandang sebagai penyebab masalah, siapa yang terdampak, dan solusi apa yang dianggap relevan. Perbedaan cara media memilih narasumber, judul, foto, diksi, lokasi peristiwa, serta konteks penyebab dapat menghasilkan konstruksi realitas yang berbeda meskipun merujuk pada fenomena yang sama.

Persoalan tersebut menjadi penting karena representasi media mengenai kondisi destinasi dapat berhubungan dengan pembentukan citra pariwisata. Citra destinasi bukan sekadar gambaran promosi mengenai keindahan tempat wisata, melainkan merupakan konstruksi persepsi yang terbentuk dari berbagai sumber informasi dan pengalaman. Penelitian mengenai peran media dalam pembentukan *destination image* menunjukkan bahwa media dapat memengaruhi persepsi terhadap destinasi, meskipun pengaruh tersebut dapat berbeda berdasarkan jenis media, karakter informasi, serta karakteristik wisatawan (Semara et al. 2025). Muhoho-Minni dan Lubbe (2017), misalnya, menunjukkan bahwa pemberitaan media memiliki hubungan dengan konstruksi citra destinasi dan bahwa informasi positif maupun negatif dapat memberikan pengaruh yang berbeda terhadap pembentukan citra. Penelitian mengenai *message framing* juga menunjukkan bahwa cara suatu informasi dikemas dapat memengaruhi persepsi terhadap citra destinasi dan respons wisatawan. Dalam konteks media digital, proses tersebut menjadi semakin kompleks karena informasi mengenai destinasi tidak hanya berasal dari institusi media, tetapi juga dari pengguna media sosial, pembuat konten, wisatawan, dan berbagai aktor lainnya. Penelitian terbaru mengenai konten perjalanan di YouTube

menunjukkan bahwa *user-generated content* dapat menjadi sumber penting dalam pembentukan dan penyebaran citra destinasi.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menawarkan pendekatan untuk memahami hubungan antara pariwisata, media, dan citra destinasi. Salah satu pendekatan yang relevan adalah analisis *framing*, yang memungkinkan peneliti mengidentifikasi bagaimana suatu realitas dipilih dan ditonjolkan dalam teks media. Dalam model Entman (1993), analisis tersebut dapat diarahkan pada empat fungsi utama, yaitu mendefinisikan masalah (*define problems*), mengidentifikasi penyebab (*diagnose causes*), membuat penilaian moral (*make moral judgment*), dan merekomendasikan penyelesaian (*suggest remedies*). Kerangka tersebut relevan digunakan untuk mengkaji pemberitaan jalan rusak dan kemacetan karena memungkinkan penelitian tidak berhenti pada penghitungan frekuensi pemberitaan, tetapi menguraikan bagaimana media memberikan makna terhadap persoalan infrastruktur. Sebagai contoh, jalan rusak dapat dibingkai sebagai persoalan pemeliharaan pemerintah, dampak pertumbuhan pariwisata, konsekuensi pembangunan yang tidak terkendali, atau persoalan pelayanan publik. Demikian pula, kemacetan dapat dibingkai sebagai akibat tingginya jumlah wisatawan, pertumbuhan kendaraan, lemahnya transportasi publik, konsentrasi destinasi, atau persoalan tata ruang. Setiap pilihan bingkai menghasilkan konstruksi makna yang berbeda terhadap kondisi pariwisata Bali.

Pendekatan tersebut semakin relevan dengan perkembangan kajian *overtourism* yang melihat persoalan pariwisata bukan hanya dari perspektif jumlah wisatawan, tetapi juga dari hubungan antara kapasitas destinasi, kualitas hidup masyarakat, infrastruktur, dan tata kelola. Studi terbaru mengenai Bali menempatkan kemacetan, keterbatasan infrastruktur, dan tekanan terhadap lingkungan sebagai bagian dari persoalan struktural yang perlu dipahami dalam konteks pengelolaan destinasi. Pada saat yang sama, penelitian tentang media dan *overtourism* menunjukkan bahwa persoalan pariwisata juga merupakan arena pertarungan wacana karena berbagai aktor berusaha mendefinisikan masalah, penyebab, dan respons kebijakan melalui komunikasi. Kajian mengenai pemberitaan *overtourism* menunjukkan bahwa perbedaan konteks komunikasi dapat menghasilkan bingkai yang berbeda terhadap persoalan pariwisata dan bahwa *framing* media berkaitan dengan proses pembentukan agenda publik. Sementara itu, penelitian mengenai media sosial menunjukkan bahwa struktur penyebaran informasi digital dapat menciptakan penguatan informasi tertentu melalui pola *echo chamber*, sehingga pengalaman dan persepsi mengenai destinasi dapat terbentuk dari paparan informasi yang relatif homogen. Literatur tersebut memperlihatkan bahwa kajian terhadap persoalan pariwisata perlu memperhatikan tidak hanya realitas materialnya, tetapi juga bagaimana realitas tersebut dikomunikasikan dan dimaknai melalui media (Surijah et al.2017).

Meskipun penelitian mengenai *overtourism*, citra destinasi, media, *framing*, dan pengalaman wisatawan telah berkembang, masih terdapat ruang penelitian untuk menghubungkan secara spesifik representasi persoalan infrastruktur lokal dengan konstruksi citra pariwisata Bali dalam pemberitaan media digital. Literatur yang ada cenderung membahas tekanan pariwisata dari perspektif daya dukung, pengalaman wisatawan, dampak sosial-lingkungan, atau pembentukan citra destinasi secara umum. Penelitian tentang media juga telah menunjukkan bahwa pemberitaan dan *framing* dapat memengaruhi cara publik memahami destinasi, tetapi hubungan antara bagaimana jalan rusak dan kemacetan didefinisikan oleh media, bagaimana penyebabnya dikonstruksi, aktor mana yang memperoleh ruang representasi, serta bagaimana keseluruhan konstruksi tersebut berhubungan dengan citra Bali sebagai destinasi wisata masih membutuhkan kajian yang lebih kontekstual. Celah tersebut penting karena Bali memiliki karakter sebagai destinasi yang sangat bergantung pada mobilitas wisatawan sekaligus menghadapi tekanan akibat konsentrasi aktivitas pariwisata. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mempersoalkan apakah media memberitakan jalan rusak dan kemacetan, tetapi menelaah bagaimana media membingkai persoalan tersebut dan makna apa yang dibangun

mengenai kondisi pariwisata Bali. Perspektif tersebut memungkinkan penelitian menempatkan media sebagai arena konstruksi realitas pariwisata, bukan sekadar saluran distribusi informasi. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi citra pariwisata Bali dalam pemberitaan media digital melalui framing terhadap isu jalan rusak dan kemacetan. Secara khusus, penelitian diarahkan untuk mengidentifikasi bagaimana media mendefinisikan persoalan infrastruktur, mengonstruksi penyebab dan aktor yang terlibat, memberikan penilaian terhadap kondisi tersebut, serta menghadirkan solusi dalam pemberitaannya berdasarkan kerangka *framing* Robert M. Entman. Kebaruan penelitian terletak pada upaya mengintegrasikan kajian *framing* media dengan kajian *destination image* dalam konteks persoalan infrastruktur pariwisata Bali, sehingga citra destinasi dianalisis bukan hanya melalui komunikasi promosi, tetapi juga melalui pemberitaan mengenai persoalan dan tekanan yang dialami destinasi. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada pemberitaan media digital mengenai jalan rusak dan kemacetan yang dikaitkan dengan aktivitas atau perkembangan pariwisata Bali, dengan perhatian pada struktur narasi, pilihan sumber, penonjolan isu, atribusi penyebab, penilaian, dan rekomendasi penyelesaian. Dengan demikian, penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian *framing* dalam komunikasi pariwisata serta kontribusi empiris dalam memahami bagaimana realitas infrastruktur dikonstruksi media dan berpotensi menjadi bagian dari pembentukan citra Bali sebagai destinasi pariwisata.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis untuk menganalisis konstruksi citra pariwisata Bali dalam pemberitaan media digital mengenai jalan rusak dan kemacetan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis framing Robert M. Entman yang terdiri atas empat perangkat, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation*. Data primer berupa artikel pemberitaan media digital yang secara substantif membahas jalan rusak dan kemacetan yang berkaitan dengan aktivitas pariwisata di Bali. Pemilihan data dilakukan secara purposif berdasarkan relevansi isu, kredibilitas media, periode publikasi, dan kelengkapan struktur berita. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dan studi kepustakaan. Setiap berita didokumentasikan, diberi kode, dan dianalisis berdasarkan judul, *lead*, isi berita, pilihan diksi, sumber informasi, kutipan narasumber, foto atau ilustrasi, serta bagian penutup. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi definisi masalah, penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi penyelesaian yang dibangun oleh media. Selanjutnya, hasil analisis framing dibandingkan antarmedia untuk mengidentifikasi pola konstruksi realitas dan kecenderungan representasi mengenai pariwisata Bali. Interpretasi kemudian diarahkan pada bagaimana representasi jalan rusak dan kemacetan berkontribusi terhadap konstruksi citra Bali sebagai destinasi pariwisata. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dengan membandingkan pemberitaan dari beberapa media serta triangulasi teori dengan mempertemukan perspektif *framing*, konstruksi realitas media, dan *destination image*. orpus penelitian terdiri atas dua kelompok data, yaitu pemberitaan media online dan konten media sosial. Korpus media online mencakup pemberitaan yang dipublikasikan pada periode Januari–September 2026 dan secara substantif membahas jalan rusak atau kemacetan yang memiliki keterkaitan dengan aktivitas pariwisata di Bali. Sementara itu, korpus media sosial secara khusus dibatasi pada konten publik yang berasal dari Instagram, TikTok, dan YouTube, karena ketiga platform tersebut memiliki karakter visual dan tingkat keterlibatan pengguna yang relevan untuk mengamati representasi pengalaman masyarakat dan wisatawan terhadap kondisi infrastruktur destinasi.

Korpus media sosial terdiri atas 20–30 konten publik yang dipilih secara purposif selama periode Januari–September 2026. Pemilihan konten dilakukan berdasarkan empat kriteria inklusi, yaitu: (1) konten dipublikasikan dalam periode penelitian; (2) secara eksplisit

menampilkan atau membahas kondisi jalan rusak, kemacetan, aksesibilitas, atau gangguan mobilitas di wilayah Bali; (3) memiliki keterkaitan dengan kawasan wisata, aktivitas wisatawan, akses menuju destinasi, atau pengalaman perjalanan; dan (4) konten dapat diakses secara publik serta memiliki informasi tanggal dan sumber akun yang dapat diverifikasi. Konten yang hanya memuat promosi destinasi tanpa pembahasan mengenai infrastruktur, konten privat, konten yang tidak dapat diverifikasi sumber dan tanggal publikasinya, serta unggahan yang tidak memiliki relevansi dengan isu penelitian dikeluarkan dari korpus. Penelusuran dilakukan menggunakan kombinasi kata kunci dan *hashtag*, antara lain "jalan rusak Bali", "macet Bali", "kemacetan Bali", "infrastruktur Bali", "Canggu macet", "Kuta macet", "Uluwatu macet", "Nusa Penida jalan rusak", #macetBali, #jalanrusakBali, #BaliTraffic, dan #BaliRoad. Kata kunci tersebut digunakan sebagai instrumen penelusuran awal, kemudian setiap konten diverifikasi berdasarkan substansi dan konteksnya sebelum dimasukkan ke dalam korpus.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konstruksi Jalan Rusak dan Kemacetan sebagai Persoalan Pariwisata Bali

Hasil analisis awal terhadap pemberitaan media daring periode Januari sampai September 2026 menunjukkan bahwa persoalan jalan rusak dan kemacetan tidak semata-mata dikonstruksi sebagai persoalan teknis transportasi. Kedua isu tersebut mulai ditempatkan dalam konteks yang lebih luas, yaitu kualitas destinasi, kenyamanan wisatawan, konektivitas kawasan wisata, dan daya saing pariwisata Bali**.** Salah satu indikatornya terlihat dalam pemberitaan RRI pada 7 Juni 2026 yang secara eksplisit menempatkan infrastruktur dan pengelolaan sampah sebagai tantangan pariwisata Bali. Pemberitaan tersebut mengutip pelaku pariwisata yang menyebut kemacetan sebagai keluhan wisatawan di Jimbaran, Ungasan, Kuta, Seminyak, dan Canggu serta mengaitkannya dengan berkurangnya kenyamanan wisatawan.

Dalam perspektif framing Entman (1993), konstruksi tersebut menunjukkan proses *define problems*, yaitu ketika media tidak lagi mendefinisikan kemacetan semata sebagai antrean kendaraan, tetapi sebagai persoalan yang memiliki konsekuensi terhadap pengalaman wisatawan. Perubahan definisi ini penting karena menggeser makna kemacetan dari persoalan operasional menjadi persoalan komunikasi pariwisata. Ketika media menggunakan konteks kawasan wisata, kenyamanan wisatawan, dan daya saing destinasi, maka persoalan lalu lintas memperoleh makna baru sebagai bagian dari kualitas destinasi.

Pola serupa terlihat pada pemberitaan ANTARA pada 24 Agustus 2026. Kemacetan di Canggu dan Tibubeneng dikonstruksi sebagai persoalan yang menghambat mobilitas, menurunkan kenyamanan wisatawan, dan berpotensi merusak daya saing destinasi. Pemerintah Kabupaten Badung kemudian diberitakan mendorong pembangunan konektivitas alternatif sepanjang sekitar 4,7 kilometer untuk merespons persoalan tersebut. Dengan demikian, terdapat hubungan yang cukup jelas dalam konstruksi media: kemacetan, gangguan mobilitas, ketidaknyamanan wisatawan, ancaman terhadap daya saing destinasi,kebutuhan intervensi infrastruktur**.**

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa infrastruktur merupakan bagian dari komunikasi destinasi secara tidak langsung. Jalan tidak hanya memiliki fungsi fisik sebagai sarana mobilitas, tetapi juga memiliki fungsi simbolik karena kondisi jalan dapat menjadi representasi mengenai kapasitas pengelolaan destinasi. Ketika wisatawan mengalami kemacetan atau melihat jalan rusak, pengalaman tersebut dapat menjadi bagian dari pengetahuan dan persepsi mereka mengenai Bali.

Salah satu f*raming* yang dominan dalam korpus adalah konstruksi kemacetan sebagai konsekuensi dari ketidakseimbangan antara volume mobilitas dan kapasitas infrastruktur. Pemberitaan detikBali pada 16 Maret 2026 mengenai kemacetan jalur menuju Pelabuhan

Gilimanuk menunjukkan bahwa Gubernur Bali mengaitkan kemacetan panjang dengan kondisi jalan yang tidak lagi memadai.

Tabel 1. Framing detikBali

Elemen Entman	Hasil pembacaan
Define Problems	Kemacetan panjang pada jalur strategis
Diagnose Causes	Volume kendaraan dan kapasitas jalan yang tidak memadai
Moral Judgment	Kondisi membutuhkan penanganan pemerintah
Treatment Recommendation	Perbaikan/penguatan infrastruktur dan pengelolaan lalu lintas

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa konstruksi tersebut berbeda dari framing yang menempatkan wisatawan sebagai penyebab utama kemacetan. Media justru mengarahkan perhatian pada carrying capacity infrastruktur. Perbedaan ini penting karena atribusi penyebab menentukan solusi yang ditawarkan. Kecenderungan tersebut semakin terlihat dalam pemberitaan mengenai Badung pada April 2026. Pemkab Badung menyebut jumlah kendaraan telah menembus sekitar satu juta unit, dengan rasio kendaraan terhadap penduduk sekitar 1:2 menurut data yang dikutip detikBali. Dalam pemberitaan tersebut, pemerintah tidak hanya mempertimbangkan pembangunan jalan, tetapi juga men v gkaji pembatasan kendaraan, pengembangan transportasi publik listrik, dan penyediaan kantong parkir. Temuan ini menunjukkan bahwa framing media mulai bergerak dari kemacetan membutuhkan jalan baru menuju kemacetan merupakan persoalan kapasitas dan tata kelola mobilitas. Pergeseran tersebut penting dalam kajian komunikasi karena menunjukkan bahwa solusi yang dikomunikasikan media tidak selalu identik dengan pembangunan fisik.

Canggu muncul sebagai salah satu lokasi yang paling kuat dalam konstruksi media mengenai kemacetan pariwisata Bali. Pada Maret 2026, detikBali mengidentifikasi Canggu sebagai salah satu kawasan wisata yang berpotensi mengalami kemacetan pada periode libur Lebaran bersama Kuta, Seminyak, Legian, Tanah Lot, Ubud, dan Bedugul. Pemberitaan selanjutnya menunjukkan eskalasi respons terhadap persoalan tersebut. Pada 18 Mei 2026, detikBali memberitakan percepatan kajian taksi laut Bandara Ngurah Rai–Canggu sebagai salah satu alternatif untuk mengurangi beban jalan darat. Pada 20 Juli 2026, Pemkab Badung bahkan meminta dukungan pemerintah pusat untuk membangun akses baru dari Jalan Gatot Subroto Barat menuju Canggu dan mempertimbangkan *water taxi* sebagai alternatif transportasi. Selanjutnya, pada 28 Juli 2026, detikBali memberitakan *groundbreaking* Jalan Lingkar Selatan dan *Shortcut* Berawa, Umalas, Kedampang, Teuku Umar Barat dengan nilai proyek lebih dari Rp 2,9 triliun. Pemerintah menghubungkan proyek tersebut dengan pengurangan beban lalu lintas, peningkatan konektivitas, aksesibilitas destinasi, dan daya saing pariwisata

Jika kemacetan terutama dikonstruksi sebagai persoalan mobilitas, jalan rusak lebih banyak direpresentasikan sebagai persoalan aksesibilitas, keselamatan, pemerataan pembangunan, dan kualitas pelayanan publik. Data yang cukup kuat terlihat pada pemberitaan mengenai Nusa Penida. Pada 16 April 2026, detikBali melaporkan bahwa terdapat 23 ruas jalan yang direncanakan mendapatkan penanganan di Kabupaten Klungkung dan sekitar 80 persen berada di Nusa Penida. Total anggaran perbaikan jalan yang disebut dalam pemberitaan mencapai Rp137 miliar. Namun, persoalan tersebut tidak berhenti pada pemberitaan mengenai rencana pembangunan. Pada 28 April 2026, detikBali memberitakan bahwa sejumlah proyek perbaikan jalan di Nusa Penida mengalami penundaan setelah paket proyek tidak memperoleh penawaran

akibat kenaikan harga aspal dan bahan terkait. Salah satu ruas yang direncanakan diperbaiki adalah akses menuju Pantai Kelingking. Dalam konteks framing, terdapat perbedaan antara *problem frame* dan *solution frame*. *Problem frame* menampilkan jalan rusak sebagai hambatan akses dan persoalan yang dirasakan masyarakat maupun wisatawan. *Solution frame* kemudian menempatkan pemerintah sebagai aktor yang merencanakan intervensi anggaran dan pembangunan. Namun, proses perbaikan sendiri dapat menghadapi hambatan ekonomi dan administratif. Hal tersebut menunjukkan bahwa citra destinasi tidak hanya dibentuk oleh keberadaan objek wisata. Destinasi juga dibentuk oleh perjalanan menuju objek tersebut. Ketika akses menuju destinasi mengalami kerusakan, pengalaman wisatawan dapat berbeda dari citra yang dibangun melalui promosi (Vogler et al. 2026).

Persoalan jalan rusak juga muncul dalam pemberitaan Buleleng. Pada 23 Juni 2026, detikBali melaporkan bahwa kerusakan jalan di Buleleng mencapai sekitar 300 kilometer dan pemerintah daerah melakukan penanganan secara bertahap. Berbeda dari framing Canggu yang sangat kuat menghubungkan infrastruktur dengan daya saing pariwisata, kasus Buleleng lebih dekat dengan framing pemerataan pembangunan dan konektivitas masyarakat. Hal ini juga terlihat dalam pemberitaan ANTARA mengenai jalan rusak di Dusun Perigi, Desa Bila, yang menyebut jalan tersebut sebagai jalur vital bagi aktivitas masyarakat dan distribusi hasil pertanian. Pemerintah daerah menyatakan akan melakukan kajian teknis sebagai dasar penanganan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa satu persoalan infrastruktur dapat memperoleh makna berbeda berdasarkan lokasi dan konteks pemberitaan. Di kawasan wisata utama, jalan lebih mudah dikaitkan dengan kenyamanan wisatawan dan daya saing destinasi. Di wilayah pedesaan, jalan lebih sering dikonstruksi sebagai persoalan konektivitas masyarakat dan pemerataan pembangunan. Dengan demikian, penelitian ini menemukan bahwa framing infrastruktur bersifat kontekstual. Media tidak menggunakan satu konstruksi tunggal mengenai jalan rusak di seluruh Bali

Kawasan Kuta memberikan contoh yang lebih eksplisit mengenai hubungan antara kondisi infrastruktur dan citra destinasi. Pemberitaan detikBali pada 11 September 2026 mengangkat sorotan terhadap kawasan Seminyak, Legian, dan Kuta yang disebut mulai ditinggalkan wisatawan oleh seorang anggota DPRD Badung. Pemberitaan tersebut mengaitkan kondisi kawasan dengan kerusakan jalan protokol, trotoar, utilitas, parkir, serta aspek keamanan dan pelayanan. Dalam konteks penelitian ini, penting untuk membedakan antara fakta yang dilaporkan media dan klaim evaluatif narasumber. Pernyataan bahwa kawasan mulai ditinggalkan wisatawan dalam berita tersebut merupakan klaim dari aktor politik yang dikutip media, bukan hasil pengukuran independen mengenai jumlah wisatawan. Namun, secara framing, penggunaan klaim tersebut tetap penting karena menunjukkan bagaimana kondisi infrastruktur digunakan dalam wacana mengenai citra destinasi.

Tabel 2. Perbandingan Framing Media

Media	Kecenderungan *Define Problems*	Penyebab yang ditonjolkan	Solusi yang muncul
detikBali	Kemacetan, jalan rusak, akses wisata	Kapasitas jalan, kendaraan, kondisi fisik	Rekayasa, jalan baru, transportasi alternatif
ANTARA	Infrastruktur sebagai penghambat mobilitas destinasi	Tekanan kemacetan di kawasan wisata	Pembangunan konektivitas

RRI	Infrastruktur sebagai tantangan pariwisata	Kemacetan dan kualitas fasilitas	Penguatan infrastruktur dan tata kelola
Media sosial	Pengalaman aktual pengguna	Kondisi yang dialami/diamati	Keluhan, tuntutan respons, berbagi pengalaman

Tabel diatas menunjukkan bahwa media *online* cenderung memberikan struktur naratif yang lebih lengkap, karena berita memuat judul, *lead*, konteks, narasumber, penyebab, dan respons pemerintah. Media sosial memiliki karakter yang lebih spontan dan pengalaman *sentris.* Media *online* juga lebih sering menampilkan *institutional voice*, terutama pejabat pemerintah dan aparat. Sebaliknya, media sosial memberi ruang lebih besar bagi *user-generated experience*. Perbedaan ini relevan dalam konteks teori *framing* karena sumber informasi turut memengaruhi perspektif yang dominan dalam suatu pesan.

Media sosial perlu ditempatkan secara berbeda dari media jurnalistik. Konten media sosial mengenai kemacetan atau jalan rusak biasanya memiliki karakter visual, spontan, personal, dan berbasis pengalaman langsung (Kim, et al. 2017). Video antrean kendaraan, foto jalan berlubang, atau rekaman perjalanan dapat mengubah kondisi infrastruktur yang semula bersifat lokal menjadi objek perhatian publik. Dalam konteks Canggu, hubungan antara media sosial dan media online terlihat dari pemberitaan yang menjadikan kondisi kemacetan sebagai bagian dari pembahasan kebijakan transportasi. Bahkan ketika media online kemudian menghadirkan perspektif pemerintah, pengalaman visual yang beredar di ruang digital dapat menjadi bagian dari konteks terbentuknya agenda pemberitaan. Karena itu, media sosial dapat dipahami sebagai ruang *pra-framing* sekaligus ruang amplifikasi *framing*. Disebut *pra-framing* karena pengguna terlebih dahulu memilih apa yang direkam, dari sudut mana, kapan dipublikasikan, dan narasi apa yang diberikan. Disebut amplifikasi karena konten tersebut dapat dibagikan ulang, dikomentari, kemudian diangkat media jurnalistik.

Salah satu temuan analitis penting penelitian ini adalah adanya dua *frame* yang berjalan bersamaan. *Frame* pertama melihat kemacetan sebagai konsekuensi pertumbuhan aktivitas pariwisata dan mobilitas. Frame kedua melihat kemacetan sebagai indikator ketidakseimbangan antara pertumbuhan kawasan dan kapasitas infrastruktur. *Frame* pertama muncul ketika media menghubungkan kemacetan dengan kawasan yang sangat populer dan padat wisatawan. Sementara *frame* kedua terlihat ketika pemerintah dan media membahas kapasitas jalan, kebutuhan jalan baru, transportasi alternatif, atau pembatasan kendaraan. Kedua frame tersebut tidak harus dianggap saling meniadakan. Pertumbuhan pariwisata dapat meningkatkan mobilitas, tetapi dampak mobilitas tersebut sangat bergantung pada kapasitas infrastruktur dan tata kelola (Astagina et al. 2025). Karena itu, temuan penelitian lebih tepat dipahami sebagai relasi antara pertumbuhan pariwisata dan kapasitas destinasi, bukan sebagai hubungan sebab-akibat tunggal. Dalam konteks ini, konsep *overtourism* menjadi relevan. Persoalan bukan semata-mata berapa banyak wisatawan yang datang, tetapi bagaimana konsentrasi aktivitas wisata berinteraksi dengan kapasitas ruang, jalan, transportasi, dan fasilitas publik.

Berdasarkan keseluruhan framing, citra Bali dalam pemberitaan 2026 tidak terbentuk secara tunggal. Terdapat citra ganda yang muncul secara bersamaan. Pertama, Bali dikonstruksi sebagai destinasi dengan aktivitas wisata yang sangat tinggi. Hal ini tercermin dari pemberitaan mengenai kemacetan di Canggu, Uluwatu, Kuta, Seminyak, dan berbagai kawasan wisata lainnya. Kepadatan mobilitas dalam konteks ini dapat dibaca sebagai indikator tingginya aktivitas ekonomi dan wisata. Kedua, Bali dikonstruksi sebagai destinasi yang mengalami tekanan kapasitas. Kemacetan, jalan rusak, keterbatasan konektivitas, dan kebutuhan pembangunan jalan baru menunjukkan adanya persoalan antara perkembangan aktivitas dengan

kemampuan infrastruktur.Ketiga, Bali dikonstruksi sebagai destinasi yang sedang melakukan adaptasi dan respons kebijakan. Pembangunan Jalan Lingkar Selatan, jalan alternatif Canggu Umalas, rekayasa lalu lintas Pecatu Uluwatu, serta kajian taksi laut menunjukkan bahwa respons terhadap tekanan infrastruktur juga menjadi bagian dari narasi media. Dengan demikian, citra Bali yang muncul bukan sekadar positif atau negatif, tetapi merupakan citra yang dinamis dan dinegosiasikan melalui tiga narasi: Bali sebagai destinasi popular, Bali sebagai destinasi yang mengalami tekanan, dan Bali sebagai destinasi yang melakukan adaptasi.

Temuan penelitian memperluas pemahaman mengenai *destination image*. Selama ini, citra destinasi sering diasosiasikan dengan atraksi, budaya, keindahan alam, keramahan, kuliner, dan pengalaman wisata. Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa infrastruktur juga menjadi atribut pembentuk citra, khususnya ketika persoalan infrastruktur secara berulang diberitakan dan dialami oleh wisatawan. Kemacetan dapat memengaruhi persepsi mengenai kenyamanan dan efisiensi perjalanan. Jalan rusak dapat berkaitan dengan persepsi keselamatan dan aksesibilitas. Trotoar yang rusak dapat memengaruhi persepsi terhadap kualitas ruang publik. Parkir yang semrawut dapat membentuk persepsi mengenai tata kelola destinasi. Oleh karena itu, *destination image* dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara promotional image dan experiential image. *Promotional image* dibentuk melalui pesan promosi destinasi, sedangkan *experiential image* terbentuk melalui pengalaman aktual wisatawan dan masyarakat. Media sosial memperkuat hubungan keduanya karena pengalaman aktual dapat langsung dikomunikasikan kepada publik.

Satu temuan lain yang cukup kuat adalah dominannya solusi infrastruktur dalam pemberitaan. Pada kasus Canggu, solusi yang muncul mencakup jalan baru, konektivitas alternatif, taksi laut, dan rekayasa lalu lintas. Pada Uluwatu, solusi berupa rekayasa enam titik kemudian dipermanenkan setelah evaluasi satu bulan. Namun, korpus juga memperlihatkan munculnya solusi yang lebih bersifat regulatif. Misalnya, pada April 2026 Pemkab Badung mempertimbangkan pembatasan kendaraan karena pertumbuhan jumlah kendaraan dinilai menjadi salah satu persoalan utama kemacetan. Pemerintah juga menyebut transportasi publik dan kantong parkir sebagai bagian dari solusi. Hal ini menunjukkan adanya dua jenis *treatment recommendation*, *Hard infrastructure solution* pembangunan jalan, pelebaran, konektivitas, dan jalan alternatif *Mobility* governance solution rekayasa lalu lintas, pembatasan kendaraan, transportasi publik, dan pengaturan parkir. Perbedaan tersebut penting karena menunjukkan bahwa solusi terhadap persoalan pariwisata tidak hanya berada pada pembangunan fisik Kim et al. 2024). Terdapat pula dimensi tata kelola mobilitas. Berdasarkan analisis, konstruksi media terhadap persoalan infrastruktur Bali dapat disintesis sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis Framing Entman

Elemen Entman	Temuan utama
Define Problems	Jalan rusak dan kemacetan dikonstruksi sebagai persoalan mobilitas, aksesibilitas, kenyamanan wisatawan, dan kualitas destinasi
Diagnose Causes	Pertumbuhan kendaraan, konsentrasi aktivitas wisata, keterbatasan kapasitas jalan, kondisi fisik jalan, dan tata kelola mobilitas
Moral Judgment	Infrastruktur yang tidak memadai diposisikan sebagai persoalan yang perlu mendapatkan perhatian dan intervensi
Treatment Recommendation	Pembangunan jalan, konektivitas alternatif, rekayasa lalu lintas, transportasi alternatif, transportasi publik, dan regulasi kendaraan

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa *framing* media memiliki struktur yang relatif konsisten: masalah infrastruktur, tekanan terhadap pengalaman wisatawan, tanggung jawab kelembagaan,kebutuhan intervensi. Namun, terdapat variasi pada penekanan penyebab dan solusi. Sebagian pemberitaan lebih menonjolkan pertumbuhan kendaraan, sementara pemberitaan lainnya menonjolkan keterbatasan jalan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa realitas yang sama dapat dikonstruksi melalui perspektif yang berbeda.

Secara teoretis, temuan penelitian memperluas penggunaan teori *framing* Entman dalam kajian komunikasi pariwisata. Framing tidak hanya digunakan untuk melihat bagaimana media menggambarkan isu politik atau konflik sosial, tetapi juga dapat digunakan untuk memahami bagaimana persoalan infrastruktur dikonstruksi sebagai persoalan destinasi. Penelitian juga mempertemukan teori framing dengan konsep *destination image*. Hubungan keduanya dapat dijelaskan melalui proses bahwa framing menentukan aspek realitas mana yang memperoleh penonjolan, sedangkan penonjolan berulang dapat menjadi bagian dari informasi yang digunakan publik untuk membentuk persepsi terhadap destinasi. Selain itu, penggunaan data media sosial memperluas analisis dari komunikasi satu arah menuju ekosistem komunikasi yang lebih partisipatif. Wisatawan dan masyarakat tidak hanya menjadi objek pemberitaan, tetapi juga dapat menjadi produsen representasi destinasi.

Temuan penelitian memiliki implikasi bagi pengelolaan komunikasi destinasi. Pertama, strategi *destination branding* tidak dapat dipisahkan dari pengelolaan pengalaman wisatawan. Pesan mengenai keindahan dan kenyamanan Bali akan berinteraksi dengan pengalaman aktual wisatawan ketika berada di jalan, menggunakan transportasi, atau mengakses destinasi. Kedua, pemerintah dan pengelola destinasi perlu memandang media sosial sebagai sumber *social listening*. Konten mengenai kemacetan atau kerusakan jalan dapat memberikan indikasi awal mengenai persoalan yang dirasakan publik. Namun, konten tersebut perlu diverifikasi sebelum dijadikan dasar kebijakan. Ketiga, komunikasi pemerintah mengenai pembangunan infrastruktur perlu memberikan informasi yang transparan mengenai masalah, penyebab, tahapan penanganan, dan hasil kebijakan. Hal tersebut penting karena pembangunan jalan tidak hanya memiliki konsekuensi fisik, tetapi juga konsekuensi terhadap persepsi publik mengenai kapasitas pemerintah mengelola destinasi. Keempat, komunikasi pariwisata perlu bergeser dari pendekatan yang hanya menonjolkan *attraction-based branding* menuju *experience-based destination communication*. Dalam konteks Bali, kualitas pengalaman perjalanan merupakan bagian integral dari citra destinasi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya menggeser fokus kajian komunikasi pariwisata dari dominasi pembahasan mengenai promosi destinasi, *destination branding*, dan pembentukan citra positif menuju analisis mengenai bagaimana persoalan infrastruktur justru menjadi bagian dari proses konstruksi citra destinasi dalam ekosistem media digital. Sejumlah kajian mengenai citra destinasi pada umumnya menempatkan media sebagai sarana pembentukan persepsi wisatawan terhadap atribut positif suatu destinasi, sedangkan penelitian mengenai pariwisata berkelanjutan lebih banyak membahas dampak pertumbuhan wisata terhadap lingkungan, masyarakat, dan kapasitas destinasi. Penelitian ini mengambil posisi yang berbeda dengan menjadikan jalan rusak dan kemacetan sebagai objek komunikasi yang dianalisis secara sistematis. Dengan menggunakan framing Entman, penelitian tidak hanya mengidentifikasi apakah media memberitakan persoalan infrastruktur, tetapi menganalisis bagaimana media mendefinisikan persoalan, mengatribusikan penyebab, memberikan penilaian, dan membingkai solusi. Dengan demikian, penelitian memperluas pemahaman bahwa citra destinasi tidak hanya diproduksi melalui pesan promosi, tetapi juga melalui pemberitaan mengenai pengalaman negatif, keterbatasan infrastruktur, dan respons pemerintah terhadap tekanan pariwisata.

Kebaruan kedua terletak pada penggabungan korpus media online dan media sosial dalam satu kerangka analisis framing. Penelitian terdahulu mengenai media pariwisata sering memusatkan perhatian pada satu bentuk komunikasi, baik pemberitaan jurnalistik maupun *user-generated content*. Penelitian ini mempertemukan kedua ruang komunikasi tersebut untuk melihat bagaimana suatu isu bergerak dari pengalaman langsung pengguna menuju wacana media dan kemudian memperoleh legitimasi sebagai persoalan publik. Media online dalam penelitian ini dipahami sebagai ruang produksi berita yang memiliki struktur jurnalistik, pemilihan narasumber, dan kepentingan pemberitaan, sedangkan media sosial dipahami sebagai ruang produksi pengalaman yang memungkinkan masyarakat dan wisatawan merekam, menafsirkan, dan menyebarluaskan kondisi destinasi. Integrasi kedua korpus tersebut menghasilkan perspektif bahwa konstruksi citra destinasi berlangsung melalui proses sirkulasi dan amplifikasi pesan, bukan hanya melalui komunikasi satu arah dari pemerintah atau industri pariwisata kepada calon wisatawan.

Kebaruan ketiga berkaitan dengan konseptualisasi infrastruktur sebagai atribut komunikasi destinasi. Dalam penelitian ini, jalan, aksesibilitas, kemacetan, dan kondisi ruang publik tidak diposisikan hanya sebagai variabel teknis dalam pengelolaan transportasi, tetapi sebagai elemen yang memiliki makna komunikatif terhadap citra destinasi. Ketika kemacetan diberitakan secara berulang di kawasan wisata seperti Canggu, Kuta, Seminyak, atau Uluwatu, persoalan tersebut tidak lagi sekadar menggambarkan kondisi lalu lintas pada suatu waktu, tetapi dapat menjadi bagian dari narasi mengenai kenyamanan, aksesibilitas, kapasitas, dan kualitas pengelolaan destinasi. Demikian pula, ketika jalan menuju destinasi diberitakan mengalami kerusakan, representasi tersebut dapat menghubungkan kondisi fisik infrastruktur dengan persepsi mengenai kualitas pengalaman wisatawan. Dalam kerangka ini, penelitian memperkenalkan pemahaman bahwa infrastruktur merupakan mediated destination attribute, yaitu atribut destinasi yang memperoleh makna sosial melalui pengalaman pengguna dan representasi media.

Kebaruan keempat terletak pada ditemukannya relasi antara tekanan pariwisata, kapasitas infrastruktur, pengalaman pengguna, dan konstruksi media. Hasil analisis memperlihatkan bahwa pertumbuhan aktivitas pariwisata tidak secara otomatis dikonstruksi media sebagai persoalan, tetapi menjadi isu ketika pertumbuhan tersebut berinteraksi dengan keterbatasan kapasitas jalan dan mobilitas. Pada titik tersebut muncul rangkaian konstruksi: peningkatan aktivitas wisata dan kendaraan menghasilkan tekanan terhadap infrastruktur; tekanan tersebut menghasilkan pengalaman kemacetan atau akses yang terganggu; pengalaman tersebut diproduksi kembali melalui media sosial; kemudian media online mengonstruksinya sebagai persoalan publik dengan menghadirkan narasi pemerintah, masyarakat, dan pelaku pariwisata. Pola tersebut memperlihatkan bahwa citra destinasi merupakan hasil dari interaksi antara physical destination condition, user experience, media framing, dan institutional response. Model konseptual ini menjadi kontribusi penting karena menghubungkan kajian framing media dengan kajian *destination image* dan komunikasi pariwisata.

Kebaruan kelima dapat dilihat pada temuan bahwa citra Bali dalam media digital tidak bersifat biner antara positif dan negatif, melainkan bersifat dinamis dan ambivalen. Di satu sisi, tingginya mobilitas, kepadatan kawasan wisata, dan kemacetan dapat merepresentasikan tingginya popularitas Bali sebagai destinasi. Di sisi lain, kondisi yang sama dapat dibingkai sebagai indikasi tekanan terhadap daya dukung destinasi dan keterbatasan infrastruktur. Dengan demikian, persoalan kemacetan memiliki dua kemungkinan makna komunikasi: sebagai konsekuensi dari tingginya daya tarik destinasi dan sebagai indikator persoalan tata kelola destinasi. Temuan ini memperkaya kajian *destination image* dengan menunjukkan bahwa citra

destinasi tidak selalu dibangun melalui atribut yang secara konvensional dianggap positif atau negatif, tetapi dapat terbentuk melalui ambiguous destination signals, yaitu kondisi yang sama dapat menghasilkan interpretasi berbeda bergantung pada konteks framing, aktor yang berbicara, dan pengalaman pengguna.

IV. SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi citra pariwisata Bali dalam pemberitaan media digital tidak hanya dibentuk melalui narasi mengenai keindahan alam, budaya, dan daya tarik destinasi, tetapi juga melalui representasi persoalan infrastruktur, khususnya jalan rusak dan kemacetan. Berdasarkan analisis framing Robert M. Entman, kedua persoalan tersebut dikonstruksi sebagai masalah aksesibilitas, mobilitas, kenyamanan wisatawan, kualitas pelayanan publik, dan daya dukung destinasi. Media mendefinisikan kemacetan dan kerusakan jalan sebagai persoalan yang berpotensi mengganggu pengalaman wisatawan dan aktivitas masyarakat, mengaitkan penyebabnya dengan peningkatan jumlah kendaraan, konsentrasi aktivitas pariwisata, keterbatasan kapasitas infrastruktur, kondisi fisik jalan, serta tata kelola mobilitas, kemudian menampilkan pembangunan infrastruktur, rekayasa lalu lintas, transportasi alternatif, pengaturan parkir, dan kebijakan pembatasan kendaraan sebagai bentuk penanganan. Pada saat yang sama, media sosial menjadi ruang penting bagi masyarakat dan wisatawan untuk memproduksi serta menyebarluaskan pengalaman mengenai kondisi destinasi melalui foto, video, komentar, dan narasi personal, yang selanjutnya dapat mengalami amplifikasi ketika diangkat oleh media jurnalistik. Interaksi antara media online dan media sosial memperlihatkan bahwa citra pariwisata Bali dalam ekosistem digital terbentuk melalui proses yang dinamis antara kondisi fisik destinasi, pengalaman pengguna, produksi konten, pemberitaan, dan respons institusional. Dengan demikian, persoalan jalan rusak dan kemacetan tidak hanya merupakan isu teknis pembangunan infrastruktur, tetapi juga menjadi bagian dari konstruksi komunikasi mengenai kualitas dan daya dukung destinasi. Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan citra pariwisata Bali tidak cukup dilakukan melalui aktivitas promosi, tetapi perlu disertai pengelolaan pengalaman destinasi, peningkatan kualitas infrastruktur, tata kelola mobilitas, serta komunikasi publik yang transparan dan responsif terhadap persoalan yang berkembang di ruang media digital.

REFERENSI

Astagina, N. P. R. A., Wijaya, N. M. S., & Mahadewi, N. P. E. (2025). Pengaruh electronic word of mouth (E-WOM) pada aplikasi TikTok terhadap keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Gunung Payung, Bali. *Jurnal IPTA, 13*(1).

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2025). *Siaran pers Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 1 September 2025*.

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2026). *Panjang jalan menurut kabupaten/kota dan statusnya di Provinsi Bali, 2020–2025*.

Bali Post. (2026, 11 Juli). *Rencana rekayasa lalin di Canggu, Satlantas Polres Badung petakan titik kemacetan*. Bali Post

Bali Post. (2026, 14 Agustus). *Kemacetan Bali makin meluas, MTI dorong pemerintah perkuat transportasi publik*. Bali Post

Bali Post. (2026, 14 Juli). *Dishub Badung kekurangan personel, pengaturan lalin fokus pada titik rawan macet*. Bali Post

Bali Post. (2026, 15 Juli). *Bali perlu Rp1 triliun tuntaskan perbaikan jalan provinsi*. Bali Post

Bali Post. (2026, 15 Juni). *Uji coba rekayasa lalin di Sanur diperpanjang, Dishub sempurnakan pengaturan Simpang Hang Tuah*. Bali Post

Bali Post. (2026, 20 Mei). *Jalan rusak dan PJU minim, Pemprov diminta prioritaskan perbaikan di jalur padat*. Bali Post

Bali Post. (2026, 27 Juli). *Urai kemacetan, Badung ground breaking JLS dan shortcut Berawa–Teuku Umar Barat*. Bali Post

Bali Post. (2026, 28 Agustus). *Pelanggaran lalin picu kemacetan di Denpasar, ini diduga penyebabnya*. Bali Post

Bali Post. (2026, 28 Juli). *Setelah JLS, Badung bangun Jalan Gatot Subroto–Canggu–Mengwitani–Werdi Bhuwana*. Bali Post

Bestari, N. M. P., Shantika, B., & Wulandari, P. P. (2024). Digital narratives: Representations of Bali in virtual tourist communities. *Humanis*.

Demolingo, R. H., Adnyana, P. P., Indrajaya, T., & Saptenno, M. A. I. (2024). Mapping the evolution of tourism studies in Bali: A comprehensive network analysis. *Jurnal Kajian Bali*.

detikBali. (2026, 12 Juli). *Jalan berlubang putus akses mobil ke Pantai Klotok Klungkung*. detikBali

detikBali. (2026, 20 Juni). *Jalan Tangkuban Perahu Denpasar mulai diperbaiki bulan depan*. detikBali

detikBali. (2026, 29 Juni). *Jalan Subak Sari–Umalas dibangun, alternatif kemacetan Canggu*. detikBali

detikBali. (2026, 6 Maret). *Dinas PUPR Bali klaim tak banyak jalan provinsi yang rusak di jalur mudik*. detikBali

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication, 43*(4), 51–58.

Kim, M. J., & Kim, D.-Y. (2024). Understanding envy and fear of missing out in travel posts: The effects of Instagram sources and landmark types. *Journal of Destination Marketing & Management, 34*, 100959.

Kim, S.-E., Lee, K. Y., Shin, S. I., & Yang, S.-B. (2017). Effects of tourism information quality in social media on destination image formation. *Information & Management, 54*(6), 687–702.

Muhoho-Minni, P., & Lubbe, B. A. (2017). The role of the media in constructing a destination image: The Kenya experience. *Communicatio, 43*(1), 58–79. https://doi.org/10.1080/02500167.2016.1226915

Putra, I. N. D., Rosalina, P. D., Nama, I. K., Green, P., & Hitchcock, M. (2026). Overtourism as urban overdevelopment: Social representations and adaptive governance in Bali. *Jurnal Kajian Bali, 16*(2).

Semara, I. M. T., Arianty, A. A. A. S., Sutiarso, M. A., Panca P, W. A., & Winston, T. (2025). Travel Flow: Digital solutions to outgrow the overtourism in Bali. *E-Journal of Tourism, 12*(2), 224–237.

Surijah, E. A., Kirana, C. T., Wahyuni, N. P. J. D., Yudi, P. C., & Astini, N. K. B. (2017). Membedah Instagram: Analisis isi media sosial pariwisata Bali. *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah, 9*(1).

Vogler, R., Wurmstein, A., Schweiggart, N., & Hetsch, K. (2026). Beyond residents and tourists: Media framing of overtourism across transnational communication contexts. *Journal of Destination Marketing & Management, 42*, 101148.