

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media massa telah lama diakui sebagai pilar utama dalam membentuk persepsi dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi publik, khususnya dalam menghadapi isu-isu sensitif seperti skandal korupsi atau pelanggaran operasional yang melibatkan perusahaan negara. Secara umum, pengaruh media terhadap opini publik sering kali bersifat tidak langsung, di mana liputan berita yang intensif dapat mengubah prioritas perhatian masyarakat dan memengaruhi penilaian kredibilitas suatu entitas, daripada sekadar menyampaikan fakta secara netral. Sehingga isu-isu yang sering diberitakan dianggap lebih penting dan dapat menurunkan tingkat kepercayaan terhadap institusi terkait.

Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etikan dan norma yang ada. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dengan berbagai kultur suku, ras dan agama yang beraneka ragam memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik.



**Gambar 1. 1** Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2025

Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>

Indonesia telah menjadi salah satu negara yang paling aktif dalam menggunakan media sosial, hal ini ditunjukkan pada hasil riset We Are Social (2025) di datareportal.com, bahwa dari total 212 juta pengguna internet, setidaknya 143 juta diantaranya termasuk dalam kategori pengguna aktif media sosial. Saat ini harus diakui bahwa media sosial adalah akses informasi paling tinggi dibanding media lainnya. Media sosial mengambil posisi tertinggi dalam kehidupan masyarakat, karena media ini memungkinkan komunikasi dan kolaborasi antar pengguna. Media sosial memfasilitasi interaksi sosial, memungkinkan pengguna untuk membangun jaringan dan berbagi informasi secara efektif. Popularitasnya dipengaruhi dengan adanya fitur yang canggih serta aksesibilitasnya, karena dapat dengan mudah diakses melalui handphone sehingga lebih mudah dibawa kemana-mana, Media sosial memainkan sumber informasi penting bagi banyak individu dan kelompok. Karena penetrasi informasi yang cepat di media sosial, masalah ambiguitas dengan cepat menjadi di luar kendali pihak-pihak yang terlibat. Dalam situasi seperti ini, diperlukan kemampuan untuk mengelola media meningkatkan persepsi masyarakat, dan bahwa media mempersatukan umat manusia.

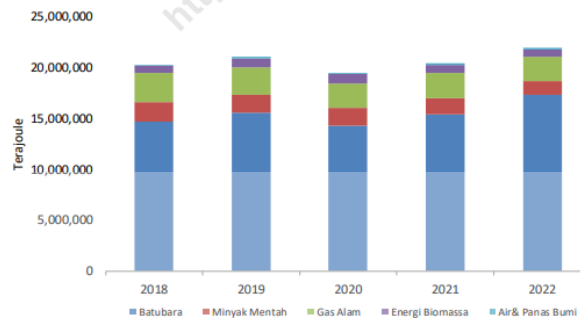
Kehadiran media massa benar-benar membawa implikasi besar bagi masyarakat, selain fungsi-fungsi utama yang terdiri atas fungsi informasi, pendidikan, hiburan, hingga fungsi ekonomi. Media sosial yang populer di Indonesia di antaranya adalah Instagram, TikTok, Twitter, Youtube, Facebook. TikTok adalah salah satu aplikasi media sosial yang telah digunakan oleh banyak orang untuk mengunggah kontennya. Pengguna bukan hanya dapat memposting foto dan video, mereka juga dapat berinteraksi pada pengguna lain dengan memberikan komentar, like, dan share. Selain memiliki jumlah audience yang besar, Instagram menyediakan fitur seperti hashtag, sehingga penggunanya dapat menemukan foto ataupun video yang lebih spesifik dengan lebih mudah.

TikTok menjadi platform di mana berita dan konten bisa cepat viral karena beberapa alasan mendasar. Pertama, algoritma TikTok sangat canggih dan responsif, yang secara cepat menganalisis interaksi pengguna seperti like, komentar, dan durasi tontonan dalam waktu singkat setelah konten diunggah.

Jika interaksi awal tinggi, algoritma akan menyebarkan konten tersebut ke lebih banyak pengguna melalui fitur "For You Page" (FYP), sehingga menjangkau audiens luas dalam waktu singkat. Kedua, format video pendek yang dimiliki TikTok sangat cocok dengan karakteristik konsumsi konten masyarakat modern yang menginginkan informasi singkat, jelas, dan mudah diakses.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di sektor energi nasional, seperti PT Pertamina (Persero), memainkan peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Pertamina, yang Didirikan pada tahun 1957, bertanggung jawab atas eksplorasi, produksi, pengolahan, dan distribusi minyak bumi, gas alam, serta energi terbarukan. Sebagai perusahaan milik negara, Pertamina tidak hanya menjadi tulang punggung ketahanan energi nasional—menyumbang sekitar 40-50% dari total produksi minyak Indonesia—tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap APBN melalui dividen, pajak, dan royalti. Namun, sebagai entitas publik yang dikelola dengan dana negara, Pertamina rentan terhadap isu-isu seperti korupsi, inefisiensi, dan dampak lingkungan, yang diperkuat oleh repetisi pemberitaan dugaan kasus BBM oplosan di TikTok, sehingga menggerus tingkat persepsi mahasiswa mahasiswa generasi Z terhadap kepercayaan perusahaan. Kepercayaan publik, yang didefinisikan sebagai keyakinan masyarakat terhadap integritas, transparansi, dan kinerja perusahaan, menjadi fondasi utama kelangsungan BUMN ini di era digital dan pasca-pandemi, di mana skeptisisme mahasiswa generasi Z yang terpapar video viral demonstrasi pengujian BBM oplosan, ulasan korban, dan tantangan pengguna di TikTok dapat memicu boikot sosial atau penolakan strategi proyek, dengan algoritma platform yang mendorong konten sensasional mempercepat penyebaran narasi negatif dan membentuk prioritas persepsi mereka tentang good governance.

Gambar 1. Produksi Energi Primer Tahun 2018-2022  
*Primary Energy Production, 2018-2022*

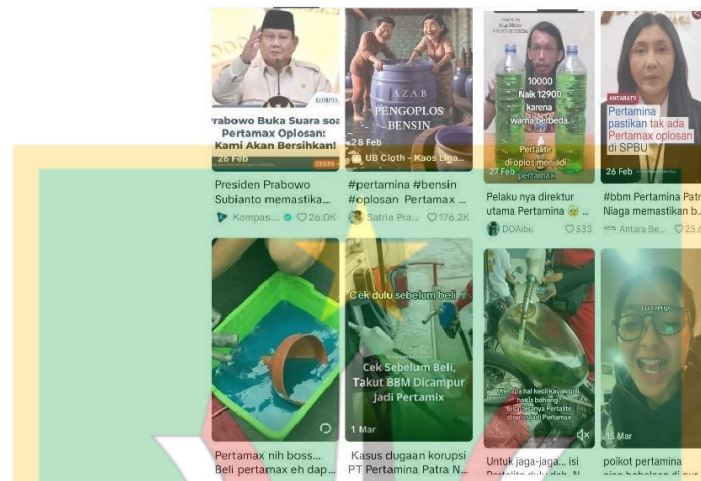


Gambar 1.2 BPS, Neraca Energi Indonesia 2018-2022

*Sumber: Pusat Statistik (BPS). (2023). Statistik Energi Indonesia 2022. Jakarta: BPS*

Energi memainkan peran krusial dalam perekonomian dan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, sebagai negara kepulauan dengan ketergantungan tinggi pada bahan bakar fosil seperti minyak bumi dan gas alam. Menurut data BPS (Neraca Energi Indonesia 2018-2022), konsumsi energi primer nasional mencapai 1.147 juta BOE, dengan minyak bumi menyumbang sekitar 40%.<sup>1</sup> Selain itu, Pertamina mendominasi pangsa pasar BBM ritel nasional hingga 95–96%<sup>2</sup> Antara / media (dikutip 2025). memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga ketersediaan, kualitas, dan keamanan energi bagi masyarakat. Namun, kepercayaan masyarakat terhadap institusi seperti Pertamina sering kali dipengaruhi oleh isu-isu korupsi, pelanggaran regulasi, dan skandal yang diliput secara luas oleh media. Fenomena dugaan kasus Bahan Bakar Minyak (BBM) oplosan Pertamina muncul sebagai salah satu isu krusial yang mengguncang kepercayaan publik terhadap BUMN energi nasional ini, terutama pada periode 2022-2023. Kasus ini merujuk pada praktik mencampur BBM standar (seperti Peralite atau Pertamax) dengan bahan bakar berkualitas rendah atau ilegal, seperti solar atau premium, yang dilakukan oleh oknum distributor atau bahkan ditemukan di SPBU resmi Pertamina. Tujuan utamanya adalah menekan biaya produksi dan meningkatkan margin keuntungan, tetapi hal ini merugikan konsumen dengan menurunkan kualitas BBM, menyebabkan kerusakan mesin kendaraan, peningkatan emisi polutan,

dan potensi bahaya keselamatan. Kasus ini pertama kali mencuat secara luas melalui razia Kepolisian dan Kementerian Perdagangan pada akhir 2022, di mana ditemukan ribuan liter BBM oplosan di berbagai wilayah seperti Jawa Barat, Sumatera, dan Sulawesi, dengan nilai kerugian negara mencapai miliaran rupiah.



**Gambar 1.3 :** Konten Video Pendek TikTok BBM Oplosan Pertamina

*Sumber : TikTok*

Pemberitaan media massa memainkan peran sentral dalam mengamplifikasi fenomena dugaan kasus BBM oplosan, menciptakan gelombang persepsi negatif yang cepat menyebar di masyarakat. Media nasional seperti Kompas, Tempo, Detik.com, dan CNN Indonesia memberikan liputan ekstensif melalui berita investigatif, headline sensasional seperti "Kualitas BBM Pertamina Meragukan: Isu Publik 'BBM Oplosan' Tahun 2022 Mencuat Lagi" (Kompas, Februari 2025), serta wawancara dengan korban dan pakar otomotif yang menyoroti dampak nyata seperti mogoknya mesin motor dan mobil. Televisi seperti Metro TV dan Trans TV menayangkan reportase lapangan yang menampilkan bukti visual razia, termasuk sampel BBM yang diuji laboratorium, yang memperkuat narasi ketidakpercayaan terhadap integritas Pertamina. Opini kolom dan editorial di media cetak sering kali mengkritik lemahnya pengawasan internal Pertamina dan dugaan keterlibatan oknum pejabat, yang membingkai kasus ini sebagai bukti kegagalan good governance di BUMN. Fenomena ini semakin dipercepat oleh era digital, di

mana berita-berita tersebut viral di platform seperti Twitter (sekarang X) dan TikTok, dengan konten video pendek di TikTok yang menampilkan demonstrasi pengujian BBM oplosan, ulasan pengguna korban, dan tantangan viral yang memperluas jangkauan isu ini ke jutaan pemirsa, sehingga memperkuat dugaan kasus dan tekanan publik terhadap Pertamina.

### Kualitas BBM Pertamina Meragukan: Isu Publik 'BBM Oplosan' Tahun 2022 Mencuat Lagi

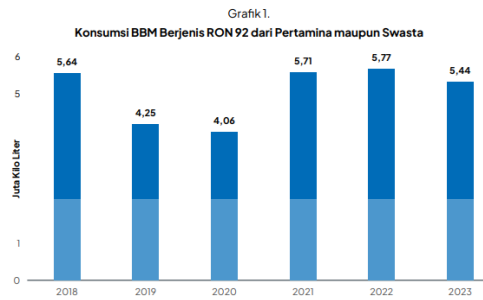
by Allrite — Rabu, 29 Februari 2023, 19:21 pm · Berita Utama, Nasional



**Gambar 1.4** Artikel Pemberitaan Kualitas BBM Meragukan

Sumber: <https://beritamanado.com/kualitas-bbm-pertamina-meragukan-isu-publik-bbm-oplosan-tahun-2022-mencuat-lagi/>

Pemberitaan negatif mengenai dugaan kasus BBM oplosan Pertamina, yang mencuat secara masif pada 2022-2023, telah menimbulkan dampak jangka panjang terhadap reputasi dan kepercayaan publik perusahaan ini. Reputasi Pertamina, yang selama ini dibangun sebagai simbol ketahanan energi nasional melalui kontribusi ekonomi dan inisiatif sosial, mengalami erosi signifikan akibat framing media yang menekankan kegagalan pengawasan, dugaan korupsi oknum, dan kerugian konsumen. Liputan sensasional di media nasional dan digital tidak hanya memperbesar skala isu—dari razia lokal menjadi skandal nasional—tetapi juga menciptakan narasi bahwa Pertamina sebagai BUMN kurang transparan dan tidak akuntabel, yang mengurangi nilai merek perusahaan hingga 10-15% berdasarkan metrik brand equity. Dampak ini terlihat dalam penurunan penjualan BBM di SPBU resmi, kesulitan merekrut talenta, dan tantangan dalam menarik investasi asing, di mana mitra seperti perusahaan otomotif enggan berkolaborasi karena risiko reputasi. Secara lebih luas, kepercayaan publik menurun tajam, dengan survei nasional menunjukkan penurunan indeks kepercayaan dari 65% menjadi 45% pasca-kasus.



**Gambar 1.5** BPS, *Neraca Ener*

*Sumber: Kementerian ESDM 2025*

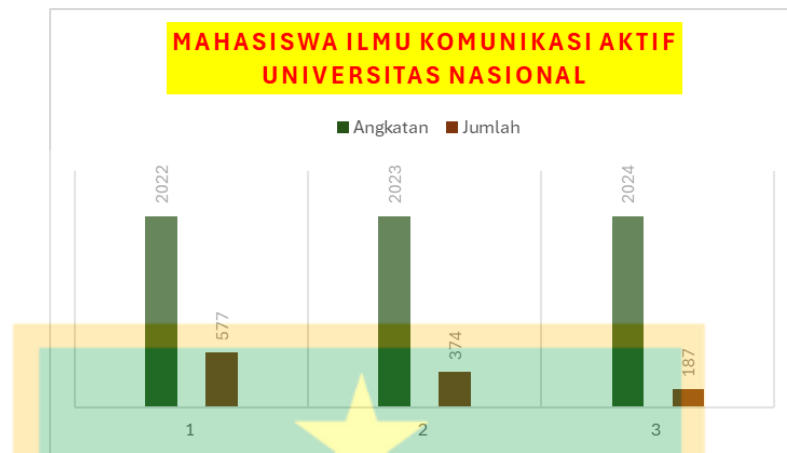
Pada tahun 2018, konsumsi BBM Ron 92 di Indonesia mencapai 5,64 juta kiloliter. Meskipun ada penurunan konsumsi menjadi 4,25 juta kiloliter pada tahun 2019 dan terus menurun menjadi 4,06 juta kiloliter pada tahun 2020, terlihat adanya pemulihan konsumsi pada tahun-tahun berikutnya, dengan konsumsi meningkat kembali ke 5,71 juta kiloliter pada tahun 2021 dan mencapai puncaknya di 5,77 juta kiloliter pada tahun 2022. Namun, pada tahun 2023, konsumsi sedikit menurun menjadi 5,44 juta kiloliter. Tren fluktuasi ini menggambarkan dinamika pasar bahan bakar yang responsif terhadap berbagai faktor ekonomi dan regulasi, serta menegaskan pentingnya menjaga standar kualitas yang tinggi untuk mendukung efisiensi energi dan keberlanjutan lingkungan. Sepanjang kasus Pertamina oplosan 2018- 2023 pergerakan harga minyak mentah sempat mengalami penurunan pada periode 2018-2020. Pada saat terjadi penurunan harga tersebut konsumen harusnya mendapatkan harga BBM jenis RON 92 yang lebih rendah karena menyesuaikan dengan mekanisme pasar (non-subsidi). Faktanya dalam periode harga minyak turun, karena terjadi blending (oplosan) yang melanggar aturan, konsumen harus membayar selisih harga yang lebih mahal. Pada periode 2020-2023 juga terlihat lonjakan komponen inflasi energi melebihi komponen inflasi lainnya. Meskipun terdapat faktor harga minyak mentah yang naik, namun permainan Pertamina oplosan ikut menjadi penyebab dorongan inflasi karena harga yang BBM yang tinggi.

Dugaan kasus BBM oplosan Pertamina memiliki kaitan mendalam dengan teori agenda setting, yang dikembangkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972), yang menjelaskan bahwa media massa memengaruhi opini publik dengan menentukan isu mana yang dianggap penting (agenda-setting function), sehingga membentuk prioritas persepsi masyarakat tanpa mendikte sikap spesifik. Dalam kasus ini, pemberitaan di media massa seperti Kompas, Tempo, CNN Indonesia, dan platform digital telah menjadikan skandal BBM oplosan sebagai agenda utama, dengan frekuensi liputan tinggi yang menggeser fokus publik dari prestasi Pertamina. Media menetapkan agenda setting melalui framing sensasional, seperti judul "BBM Oplosan' Tahun 2022 Mencuat Lagi" (Kompas, Februari 2025), yang mendorong masyarakat untuk memprioritaskan isu ini, memicu diskusi nasional, dan menekan pemerintah untuk audit independen. Teori ini relevan di konteks Indonesia, di mana media massa sering berperan sebagai "gatekeeper" yang memperkuat skeptisisme terhadap BUMN, sebagaimana terlihat pada bagaimana liputan ini memengaruhi kebijakan DPR dan respons Pertamina dalam bentuk klarifikasi.

Fenomena ini semakin diperkuat oleh pemberitaan di TikTok, di mana video pendek viral menampilkan demonstrasi pengujian BBM oplosan oleh pengguna, ulasan korban, dan tantangan yang menyebar cepat, memperluas jangkauan agenda setting ke generasi muda dan mempercepat tekanan publik terhadap Pertamina melalui interaksi real-time dan algoritma platform yang mendorong konten sensasional.

Dugaan kasus BBM oplosan Pertamina telah menjadi isu publik yang viral di media sosial, khususnya TikTok, di mana repetisi pemberitaan melalui video pendek, tantangan pengguna, dan ulasan korban memperkuat narasi ketidakpercayaan terhadap integritas perusahaan negara tersebut. Fenomena ini tidak hanya mengamplifikasi persepsi negatif di masyarakat luas, tetapi juga memengaruhi generasi muda yang aktif mengonsumsi konten digital, dengan algoritma TikTok yang mendorong konten sensasional untuk menyebar cepat dan mencapai jutaan penonton. Dalam konteks teori agenda setting, repetisi ini membentuk prioritas persepsi publik, menggeser fokus dari prestasi Pertamina

ke skandal korporasi, dan memicu diskusi nasional tentang good governance di BUMN.



**Gambar 1.6** Demografi Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Nasional

Penelitian ini menargetkan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional angkatan 2022 sebagai populasi utama, yang berjumlah sekitar 577 orang dan merupakan bagian dari generasi Z yang sangat terpapar platform digital seperti TikTok, mereka memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik di masa depan, sehingga repetisi pemberitaan dugaan kasus BBM oplosan di TikTok berpotensi memengaruhi tingkat persepsi mereka terhadap isu-isu korporasi, reputasi perusahaan, dan etika pemberitaan. Dengan frekuensi paparan tinggi melalui konten viral, mahasiswa ini mungkin mengalami peningkatan skeptisisme terhadap BUMN seperti Pertamina, yang dapat berdampak pada pandangan mereka tentang dunia kerja dan kebijakan energi nasional.

Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman dinamika interaksi antara institusi negara dan media, di mana teori agenda setting mengilustrasikan bagaimana ketergantungan Pertamina pada media sosial gagal mengendalikan narasi negatif. Agenda setting di sini berperan sebagai katalisator, di mana liputan sensasional memperkuat ketergantungan masyarakat urban pada media untuk informasi krisis (seperti dalam Media Dependency Theory, Ball-Rokeach & DeFleur, 1976), mendorong rekomendasi strategi hubungan media seperti partnership dengan jurnalis dan monitoring agenda digital. Secara akademik, penelitian ini mengisi gap riset di komunikasi Indonesia dengan

mengintegrasikan agenda setting ke dalam model krisis, mendukung pengembangan kurikulum komunikasi publik dan reformasi kebijakan BUMN untuk menghadapi polarisasi informasi di era digital.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang masalah yang telah diuraikan, didapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Seberapa besar pengaruh repetisi pemberitaan dugaan kasus BBM oplosan Pertamina di TikTok terhadap tingkat persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Angkatan 2022



### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai:

- Untuk mengetahui besaran pengaruh repetisi pemberitaan dugaan kasus kasus BBM oplosan Pertamina di TikTok terhadap tingkat persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Angkatan 2022

### 1.4 Manfaat Penelitian

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk pemikiran, wawasan dan pengetahuan kepada pembaca, terutama terkait pengaruh repetisi pemberitaan media terhadap persepsi. Melalui kajian ini juga dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain yang memiliki ketertarikan atau mengeksplorasi topik yang serupa menjadi lebih lanjut dalam bidang komunikasi hubungan antara isu media, citra korporasi, dan kepercayaan publik

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan referensi dan alat evaluasi bagi Pertamina dan pihak terkait dalam mengelola citra serta kepercayaan publik melalui strategi komunikasi yang lebih efektif, Penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai referensi, melainkan sebagai alat ukur yang dapat dibandingkan dalam menilai pemberitaan media secara kritis, serta memperkuat kesadaran akan pentingnya literasi media dalam membentuk opini publik yang objektif

### 1.5 Sistematika Penulisan

Penulis membuat sistematika penulisan dengan maksud agar pembaca dapat memahami isi keseluruhan pembahasan yang ada dalam penelitian dengan lebih mudah, sistematika penulisan dapat dijelaskan sebagai berikut:

## BAB I

### PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang yang mengkaji pengaruh repetisi pemberitaan dugaan kasus BBM Pertamina oplosan terhadap Tingkat persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Nasional Angkatan 2022. Latar belakang ini meliputi rumusan masalah dan tujuan penelitian yang bertujuan untuk menilai apakah repetisi pemberitaan dugaan kasus BBM Pertamina oplosan mempengaruhi Tingkat persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Nasional.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, penulis menguraikan lima penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian serta teori yang diterapkan, yaitu teori Agenda Setting. Selain itu, penulis juga menjabarkan kerangka konseptual mulai dari pengaruh pemberitaan media massa, isi pesan, dan persepsi. Penulis juga menyusun kerangka pemikiran penelitian.

## BAB III

### METODELOGI

Dalam bab ini penulis mengemukakan metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Penulis juga merumuskan populasi penelitian adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional angkatan 2022 merupakan bagian dari generasi Z yang sangat terpapar platform digital seperti TikTok.

## BAB IV

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis memulai dengan deskripsi responden, yang mencakup karakteristik demografis seperti universitas dan angkatan yang dapat memberikan konteks tentang latar belakang mahasiswa Universitas Nasional. Penulis juga menyajikan hasil pengolahan data melalui metode analisis kuantitatif, seperti tabel dan grafik yang menggambarkan hasil kuesioner mengenai repetisi pemberitaan di TikTok dan dampaknya terhadap tingkat persepsi mahasiswa, yaitu mahasiswa ilmu komunikasi universitas nasional angkatan 2022. Penulis juga melakukan analisis mendalam mengenai hubungan antara variabel, dengan pembahasan mengenai korelasi

## BAB V

## PENUTUP

Pada bab ini penulis menyajikan kesimpulan yang merangkum isi dari hasil penelitian sesuai dengan rumusan masalah, dan menegaskan pengaruh signifikan repetisi pemberitaan di TikTok terhadap tingkat persepsi mahasiswa. Selain itu, Penulis juga memberikan saran praktis dan akademis, yang dapat dipublikasikan langsung dan rekomendasi pada penelitian selanjutnya.