

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Energi merupakan kebutuhan utama dalam kehidupan manusia modern yang menjadi penopang seluruh aktivitas ekonomi dan sosial. Bahan bakar minyak (BBM) sebagai salah satu sumber energi utama memiliki peran vital dalam mendukung keberlangsungan transportasi, industri, dan aktivitas masyarakat sehari-hari. Oleh sebab itu, keberadaan perusahaan penyedia BBM seperti PT Pertamina (Persero) memiliki posisi strategis dalam menjaga ketahanan energi nasional. Namun, peran penting tersebut juga menuntut tanggung jawab besar terhadap kualitas produk, transparansi distribusi, dan kepercayaan masyarakat. Ketika masyarakat menilai bahwa penyedia BBM tidak menjaga integritas dalam pelayanan dan mutu produk, maka muncul krisis kepercayaan publik yang dapat berdampak luas. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana opini publik terbentuk dan sejauh mana opini publik tersebut memengaruhi kepercayaan mahasiswa terhadap Pertamina, khususnya dalam isu BBM oplosan yang menjadi perhatian publik beberapa tahun terakhir.

Di era digital saat ini, transparansi dan akuntabilitas lembaga publik menjadi tuntutan sosial global yang semakin tinggi. Arus informasi yang cepat melalui media massa dan media sosial memungkinkan opini publik terbentuk dan menyebar secara luas dalam waktu singkat. Opini publik terhadap institusi strategis seperti perusahaan energi sering kali berkaitan dengan isu etika, keamanan produk, serta tanggung jawab sosial perusahaan. Di tingkat global, kepercayaan publik terhadap perusahaan energi sangat dipengaruhi oleh opini publik yang berkembang di ruang publik, karena opini tersebut dapat memperkuat maupun meruntuhkan legitimasi kelembagaan (Fukuyama, 2019). Kepercayaan publik (*public trust*) merupakan elemen fundamental yang menjaga stabilitas sosial dan legitimasi kelembagaan, karena tanpa kepercayaan, reputasi dan keberlanjutan lembaga dapat runtuh (Luhmann, 2018).

Opini publik merupakan pandangan kolektif masyarakat yang terbentuk melalui proses komunikasi sosial, interaksi media, dan diskursus publik terhadap suatu isu tertentu. Dalam kajian komunikasi massa, opini publik tidak lahir secara individual, melainkan dibentuk melalui pemberitaan media, narasi elite, serta perbincangan di media sosial yang bersifat dinamis dan persuasif. Sementara itu, kepercayaan masyarakat didefinisikan sebagai keyakinan publik terhadap kredibilitas, integritas, dan konsistensi suatu lembaga dalam memberikan pelayanan publik (McKnight & Chervany, 2016). Hubungan antara opini publik dan kepercayaan masyarakat bersifat kausal dan saling memengaruhi; ketika opini publik berkembang ke arah negatif, tingkat kepercayaan masyarakat cenderung menurun. Sebaliknya, opini publik yang positif dapat memperkuat legitimasi dan loyalitas masyarakat terhadap lembaga. Dalam konteks isu BBM oplosan, opini publik yang menilai Pertamina tidak transparan atau lalai dalam menjaga kualitas produk berpotensi menurunkan kepercayaan masyarakat secara signifikan. Oleh karena itu, hubungan antara opini publik dan tingkat kepercayaan masyarakat perlu diteliti secara empiris untuk memahami dinamika komunikasi publik dan reputasi lembaga negara.

Fenomena kepercayaan publik terhadap lembaga penyedia energi menjadi isu strategis di berbagai negara, terutama ketika menyangkut integritas perusahaan milik negara. Secara global, munculnya berbagai skandal korporasi yang melibatkan manipulasi produk energi telah memicu krisis kepercayaan publik terhadap perusahaan-perusahaan minyak. Opini publik yang berkembang di media sosial sering kali diperkuat oleh narasi emosional dan moral outrage, sehingga memperpanjang krisis reputasi korporasi energi (Jayanto, 2025). Dalam konteks globalisasi informasi, penyebaran isu-isu seperti pengoplosan bahan bakar dengan cepat dapat membentuk persepsi negatif yang sulit dipulihkan tanpa strategi komunikasi yang tepat.

Di Indonesia, isu BBM oplosan menjadi salah satu topik hangat yang menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Pertamina sebagai badan usaha milik negara yang mengelola energi nasional. Kasus dugaan

pengoplosan bahan bakar jenis Pertamina pada tahun 2022 hingga 2024 menimbulkan reaksi publik yang luas, terutama karena masyarakat merasa dikhianati oleh institusi yang selama ini dianggap memiliki tanggung jawab moral dan sosial tinggi (Alvito & Gono, 2025). Opini publik terhadap kredibilitas Pertamina pun diuji, karena munculnya isu ini tidak hanya menimbulkan kerugian ekonomi tetapi juga mengikis kepercayaan sosial yang telah dibangun selama puluhan tahun. Berdasarkan grafik di bawah, mayoritas responden menyatakan tetap membeli BBM meskipun isu beredar, dengan persentase sekitar 54%. Sementara itu, sekitar sepertiga responden menyatakan tidak akan membeli, dan sebagian kecil lainnya memilih tidak membeli sampai ada jaminan kualitas atau tidak memiliki kendaraan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat keraguan di masyarakat, sebagian besar konsumen masih tetap melakukan pembelian BBM. Berikut visualisasi datanya :



Gambar 1.1 Tingkat Keraguan Publik terhadap Kualitas BBM Pertamina (2025)

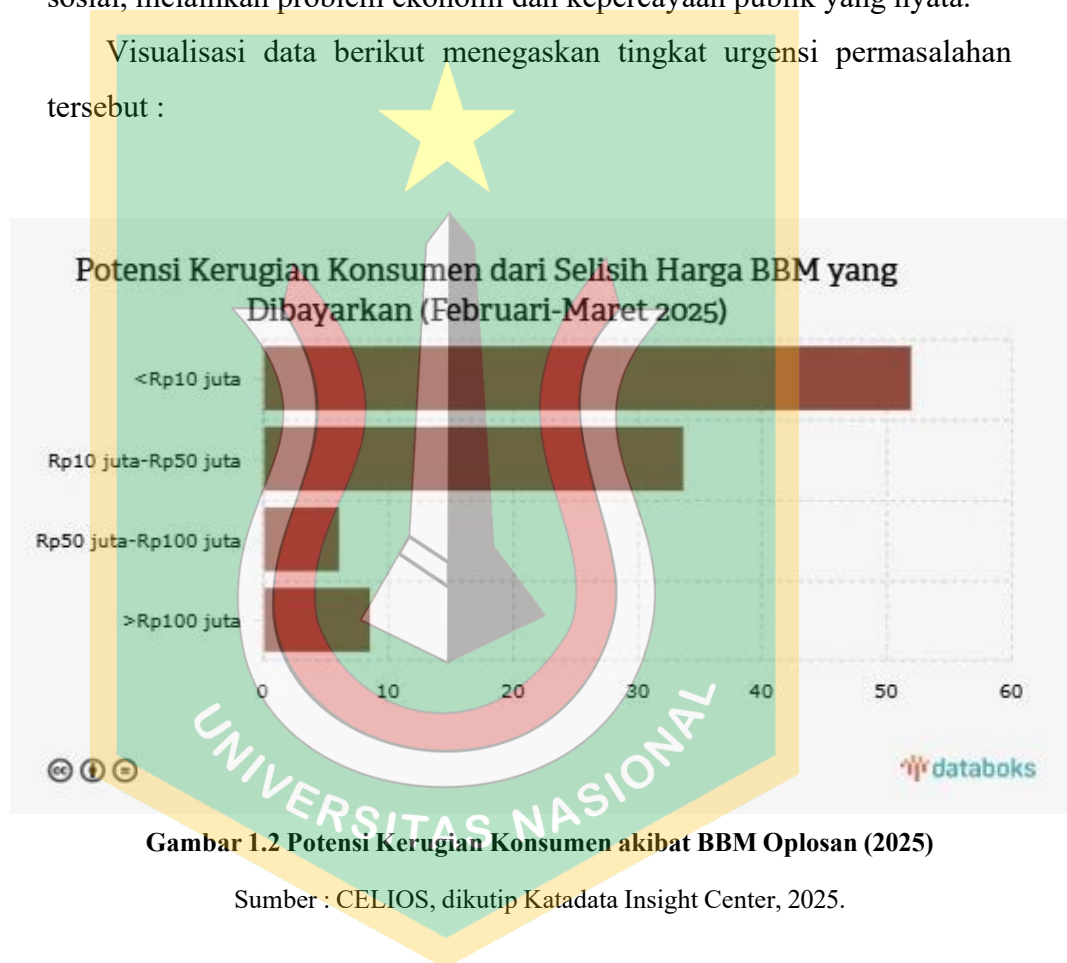
Sumber : Katadata Insight Center, 2025.

Di sisi lain, Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) juga melaporkan bahwa tingkat kepuasan publik terhadap layanan BBM nasional pada tahun 2024 mengalami penurunan sebesar 12% dibanding

tahun sebelumnya (ESDM, 2024). Penurunan ini tidak hanya menunjukkan masalah teknis pada distribusi dan kualitas, tetapi juga berkaitan erat dengan opini publik terhadap transparansi dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Fenomena ini diperkuat oleh laporan *Center of Economic and Law Studies* (CELIOS) yang memperkirakan potensi kerugian konsumen akibat peredaran BBM oplosan mencapai Rp17,4 triliun per tahun (Katadata, 2025). Hal ini menandakan bahwa isu “BBM oplosan” bukan sekadar rumor sosial, melainkan problem ekonomi dan kepercayaan publik yang nyata.

Visualisasi data berikut menegaskan tingkat urgensi permasalahan tersebut :



Gambar 1.2 Potensi Kerugian Konsumen akibat BBM Oplosan (2025)

Sumber : CELIOS, dikutip Katadata Insight Center, 2025.

Grafik menunjukkan bahwa potensi kerugian konsumen akibat selisih harga BBM pada periode Februari–Maret 2025 didominasi oleh kategori kurang dari Rp10 juta, dengan jumlah paling besar dibandingkan kategori lainnya. Posisi kedua ditempati oleh rentang Rp10 juta–Rp50 juta. Sementara itu, kerugian pada kisaran Rp50 juta–Rp100 juta dan di atas Rp100 juta jumlahnya relatif lebih sedikit. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen mengalami kerugian dalam nominal kecil hingga

menengah, sedangkan kerugian dalam jumlah besar hanya terjadi pada sebagian kecil kasus.

Fenomena turunnya kepercayaan publik terhadap Pertamina menggambarkan pentingnya publik dalam membentuk opini sosial terhadap lembaga negara. Opini publik sendiri terbentuk dari interaksi antara pengalaman langsung masyarakat, pemberitaan media massa, serta komunikasi institusional yang dilakukan oleh perusahaan. Ketika opini negatif semakin dominan, maka kepercayaan publik bisa saja menurun atau tidak mempengaruhi, yang pada akhirnya dapat berdampak pada loyalitas konsumen dan citra korporasi.

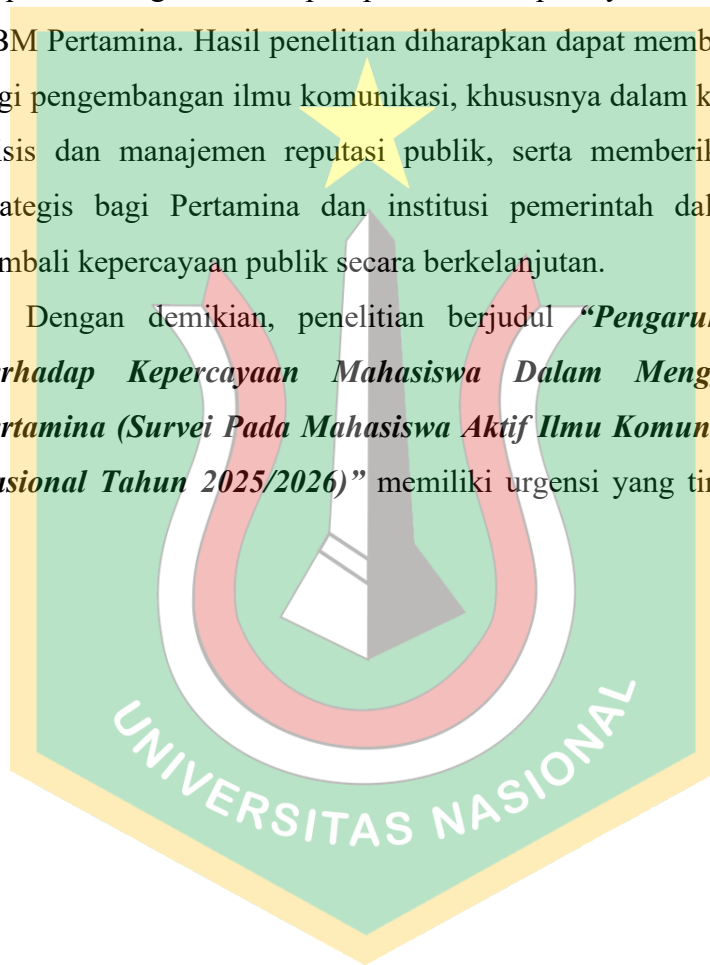
Meskipun telah banyak penelitian yang membahas isu kepercayaan publik terhadap Pertamina, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada masyarakat umum, pelanggan SPBU, atau media sosial. Namun, masih jarang penelitian yang menguji secara kuantitatif pengaruh opini publik terhadap kepercayaan di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi, kelompok yang memiliki tingkat literasi media dan kesadaran kritis tinggi terhadap isu korporasi dan komunikasi publik.

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dipilih sebagai objek dalam penelitian ini karena secara akademik mereka mempelajari berbagai kajian yang berkaitan dengan komunikasi massa, media, opini publik, serta analisis pesan media. Melalui proses pembelajaran tersebut, mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki pemahaman mengenai bagaimana informasi diproduksi, disebarkan, dan dimaknai oleh khalayak. Selain itu, mahasiswa sebagai bagian dari kelompok masyarakat yang aktif menggunakan media massa maupun media sosial memiliki intensitas yang cukup tinggi dalam mengakses berbagai informasi yang berkembang di ruang publik. Kondisi tersebut memungkinkan mahasiswa untuk terpapar berbagai pemberitaan dan diskusi terkait isu-isu yang melibatkan institusi atau perusahaan, termasuk isu mengenai BBM Pertamina. Dalam konteks penelitian ini, opini publik merujuk pada pandangan atau penilaian mahasiswa terhadap isu mengenai BBM Pertamina yang berkembang di media massa dan media sosial. Paparan informasi tersebut berpotensi mempengaruhi cara mahasiswa membentuk persepsi serta tingkat kepercayaan mereka

terhadap BBM Pertamina sebagai perusahaan penyedia bahan bakar di Indonesia.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengisi kesenjangan penelitian terkait pengaruh opini publik terhadap kepercayaan mahasiswa dalam menggunakan BBM Pertamina. Melalui pendekatan kuantitatif dengan subjek mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris hubungan antara opini publik dan kepercayaan mahasiswa terhadap BBM Pertamina. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi krisis dan manajemen reputasi publik, serta memberikan rekomendasi strategis bagi Pertamina dan institusi pemerintah dalam membangun kembali kepercayaan publik secara berkelanjutan.

Dengan demikian, penelitian berjudul ***“Pengaruh Opini Publik Terhadap Kepercayaan Mahasiswa Dalam Menggunakan BBM Pertamina (Survei Pada Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Tahun 2025/2026)”*** memiliki urgensi yang tinggi, baik dalam



konteks akademik maupun praktis. Penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi publik dan kepercayaan sosial, tetapi juga berperan dalam membantu lembaga negara seperti Pertamina memahami pentingnya pengelolaan persepsi dan kepercayaan publik dalam menjaga legitimasi sosial di tengah tantangan era keterbukaan informasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh opini publik terhadap kepercayaan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dalam menggunakan BBM Pertamina?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menguji secara kuantitatif pengaruh opini publik terhadap kepercayaan mahasiswa dalam menggunakan BBM Pertamina.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi publik, efek media, dan pembentukan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga publik. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai hubungan antara persepsi publik terhadap isu krisis dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap institusi negara. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pengembangan model teoritis dalam studi komunikasi massa yang berfokus pada proses pembentukan opini publik dan dinamika kepercayaan sosial di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan strategi komunikasi digital bagi Pertamina dalam mengelola reputasi dan membangun kepercayaan publik. Dengan memahami pengaruh opini publik, Pertamina dapat merancang komunikasi yang lebih adaptif, transparan, dan partisipatif. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi lembaga BUMN lainnya dalam menghadapi tantangan komunikasi di tengah derasnya arus informasi digital.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan mencakup penyediaan ringkasan singkat dari poin-poin utama yang dibahas untuk memfasilitasi pemahaman antar bab. Penulis menyusun penelitian ini dengan menggunakan sistematika sederhana agar lebih mudah menerangkan semua permasalahan menjadi terarah pada sasaran. Dalam penelitian ini digunakan sistematika penulisan sebagai berikut

- **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, penulis membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

- **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini berisi penelitian terdahulu, landasan teori dan landasan konsep, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

- **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi pendekatan penelitian, metode penelitian kuantitatif, dengan 93 sampel yang sudah di uji validitas dan reliabilitas pada 30 responden pertama dan juga terdapat variabel operasional, teknik pengumpulan data, pengolahan data, teknik analisis data, waktu dan tempat penelitian.

- **BAB IV HASIL & PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, membahas tentang pengolahan data dengan menggunakan data deskriptif dan juga inferensial yang dibagi dalam beberapa hal seperti uji regresi linear sederhana, koefisien korelasi, uji determinasi, dan uji T (hipotesis)

- **BAB V KESIMPULAN & SARAN**

Di bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari isi penelitian yang sudah mencakup semua informasi.

