

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri bahan bakar minyak (BBM) merupakan sektor strategis yang memiliki peran vital dalam menunjang aktivitas perekonomian dan mobilitas masyarakat. Ketersediaan dan kualitas BBM yang optimal menjadi syarat penting dalam mendukung berbagai sektor, mulai dari transportasi, industri, hingga rumah tangga. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat sangat bergantung pada SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) Pertamina sebagai penyedia BBM. Oleh karena itu, kepercayaan terhadap SPBU Pertamina menjadi aspek fundamental dalam menjamin kelancaran distribusi energi.

Kasus pencampuran bahan bakar minyak (BBM) jenis Pertalite dan Pertamax telah menjadi perhatian serius di tengah masyarakat Indonesia. Isu ini bukan hanya berdampak pada performa mesin kendaraan, tetapi juga mengguncang rasa aman konsumen terhadap kualitas produk yang dijual di SPBU Pertamina. Masyarakat merasa dirugikan, terutama karena tidak memiliki kemampuan untuk secara langsung memverifikasi keaslian BBM yang mereka beli. Sebagaimana dikatakan oleh Kotler dan Keller (2016), *“kepercayaan konsumen adalah fondasi dalam hubungan antara perusahaan dan pasar. Sekali rusak, pemulihannya memerlukan waktu dan transparansi yang luar biasa.”* Ketika produk publik seperti BBM dicurigai tidak sesuai standar, dampaknya sangat luas, termasuk potensi penurunan loyalitas dan munculnya spekulasi liar di ruang publik.

Dalam kasus ini media memegang peranan penting dalam membentuk opini dan persepsi masyarakat terhadap isu pencampuran BBM. Media tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga membingkai cara pandang masyarakat terhadap suatu peristiwa. Dennis McQuail (2011) menyebutkan bahwa *“media dapat memberikan tekanan pada aspek tertentu dari realitas dan membuatnya lebih menonjol dibandingkan aspek lain, sehingga membentuk persepsi kolektif masyarakat.”* Perbedaan cara penyampaian informasi oleh media menjadi titik krusial dalam melihat bagaimana isu BBM oplosan dipahami oleh publik. MetroTVNews.com, misalnya, lebih menekankan pada sisi kerugian teknis dan keresahan konsumen, sementara Kompas.com menitikberatkan pada klarifikasi institusi dan pelurusan informasi.

Kondisi ini menunjukkan pentingnya literasi media di tengah masyarakat, agar informasi yang dikonsumsi tidak langsung diterima begitu saja tanpa proses verifikasi. Seperti yang ditegaskan oleh Noam Chomsky dan Edward S. Herman dalam *Manufacturing Consent* (1988), *“media sering kali tidak netral, melainkan merupakan alat dominan dalam membentuk opini publik yang menguntungkan kepentingan tertentu.”* Oleh karena itu, memahami cara media membingkai isu pencampuran BBM sangat penting, karena *framing* yang dilakukan media bisa memperbesar atau mengecilkan dampak suatu isu. Melalui penelitian ini, diharapkan pembaca dapat melihat secara lebih kritis bagaimana realitas dibentuk oleh media, dan mengapa *framing* berita layak menjadi objek kajian ilmiah dalam konteks sosial dan informasi publik.

Dalam era digital, media online memiliki kekuatan besar dalam membentuk persepsi publik. Berdasarkan laporan We Are Social (2023), sekitar 77,5% pengguna internet di Indonesia memperoleh berita melalui media digital. Ketika kasus pencampuran Pertamax dan Pertalite mencuat, media seperti Metrotvnews.com dan Kompas.com menjadi sumber utama masyarakat dalam memahami isu ini. Namun, media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membingkai atau memaknai isu tersebut melalui pilihan narasi, diksi, dan sudut pandang tertentu. Inilah yang dikenal dengan istilah *framing*.

Media massa memiliki peranan penting dalam membentuk opini publik terhadap suatu peristiwa. Quail menyatakan bahwa media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Media juga dapat menjadi sumber dominan yang dikonsumsi oleh masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial baik secara individu maupun kolektif, dimana media menyajikan nilai-nilai dan penilaian normative yang dibaurkan dengan berita dan hiburan. (Supriana, 2017). Dengan berbagai cara, media massa terus bersaing merebut pemirsanya. Khalayak media massa yang homogen adalah satu-satunya hal yang menciptakan kondisi berbeda. (Sarasati, Winarti, Sudarsono, & Olivia, 2024).

kepercayaan masyarakat tersebut diuji ketika mencuat kasus pencampuran BBM jenis Pertamax dengan Pertalite yang dilakukan di sejumlah SPBU Pertamina di Indonesia. Praktik ini digolongkan sebagai tindakan pengoplosan BBM, di mana bahan bakar dengan nilai oktan lebih tinggi (RON 92) dicampur dengan BBM yang

kualitasnya lebih rendah (RON 90). Akibatnya, konsumen merasa sangat dirugikan karena membayar harga Pertamax namun memperoleh BBM dengan kualitas yang lebih rendah. Kasus ini memicu keresahan publik secara luas dan menimbulkan pertanyaan besar terkait pengawasan distribusi energi di Indonesia.

Parahnya lagi, kasus ini tidak berdiri sendiri sebagai kesalahan individu pelaksana di lapangan. Skandal ini menguak praktik sistematis yang diduga dilakukan oleh PT Pertamina Patra Niaga beserta beberapa anak usaha Pertamina selama periode 2018–2023. Kejaksan Agung mengungkapkan bahwa praktik pencampuran BBM tersebut menyebabkan kerugian negara mencapai Rp193,7 triliun. Direktur Utama PT Pertamina Patra Niaga, Riva Siahaan, bersama beberapa eksekutif lainnya, telah ditetapkan sebagai tersangka. Kasus ini kemudian menjadi sorotan media nasional, termasuk media online yang menyebarluaskan informasi secara cepat kepada publik. Menanggapi berkembangnya isu tersebut di masyarakat, media seperti Kompas.com kemudian menghadirkan klarifikasi dari pihak Pertamina sebagai bentuk tanggapan atas keresahan publik yang meluas.

*Gambar 1. Media Online Isu Pertalite dan Pertamax*



*Sumber : Media Online Kompas.com*

Dalam pernyataannya yang dikutip dari artikel Kompas.com berjudul "Isu Pertalite Dioplos Jadi Pertamax Tidak Benar", yang ditulis oleh Muhammad Zaenuddin dan dipublikasikan pada 26 Februari 2025 pukul 14:15 WIB, Isu mengenai pencampuran bahan bakar minyak (BBM) jenis Pertalite menjadi Pertamax sempat mencuat dan menimbulkan keresahan publik. Isu ini berkembang di tengah mencuatnya kasus dugaan korupsi tata kelola minyak di tubuh Pertamina, yang turut menyeret nama-nama penting dan memunculkan spekulasi liar di masyarakat. Dugaan tersebut menyebutkan bahwa PT Pertamina Patra Niaga membeli BBM jenis Pertalite (RON 90) lalu mencampurkannya (blending) di fasilitas penyimpanan (storage) untuk dijadikan BBM Pertamax (RON 92), yang kemudian dipasarkan ke masyarakat.

Namun, informasi tersebut segera dibantah oleh pihak Pertamina. Melalui keterangan resminya, Vice President Corporate Communication PT Pertamina (Persero), Fadjar Djoko Santoso, menegaskan bahwa informasi yang menyebutkan Pertalite dioplos menjadi Pertamax adalah tidak benar dan merupakan bentuk kesalahpahaman atas narasi yang berkembang. Dalam penjelasannya, ia menyampaikan bahwa apa yang dipermasalahkan oleh Kejaksaan Agung bukanlah soal oplosan BBM, melainkan terkait manipulasi dalam proses pengadaan—yakni pembelian BBM dengan nilai oktan RON 90 yang diklaim sebagai RON 92, yang jelas menyalahi aturan (Kompas.com, Muhammad Zaenuddin, 26 Februari 2025).

Fadjar menjelaskan bahwa memang terjadi blending RON 90 menjadi RON 92 di storage atau depo, namun hal itu dilakukan bukan dalam konteks mencampur Pertalite untuk dijadikan Pertamax yang kemudian dijual ke publik. Ia menekankan

bahwa blending tersebut justru merupakan tindakan yang tidak diperbolehkan dan menjadi salah satu poin yang tengah diusut dalam kasus korupsi yang menyeret nama Riva Siahaan sebagai tersangka. Namun demikian, ia meyakinkan bahwa BBM Pertamax (RON 92) yang beredar di masyarakat tetap sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan oleh Lembaga Minyak dan Gas Bumi (Lemigas).

Pernyataan resmi ini dimuat secara jelas dalam artikel *Kompas.com* berjudul "Isu Pertalite Dioplos Jadi Pertamax Tidak Benar" yang ditulis oleh Muhammad Zaenuddin dan dipublikasikan pada 26 Februari 2025 pukul 14:15 WIB. Artikel ini menjadi acuan penting dalam memahami bagaimana media memosisikan dirinya dalam merespons polemik yang berkembang di ruang publik. (Zaenuddin, *Kompas.com*, 26/02/2025).

Meskipun telah ada klarifikasi resmi, berita-berita dan narasi yang berseliweran di media sosial dan kanal informal lainnya tetap menimbulkan kebingungan di masyarakat. Hal ini menandakan bahwa krisis informasi dan kesenjangan literasi media masih menjadi tantangan tersendiri di tengah derasnya arus pemberitaan. Dalam konteks inilah, *framing* media menjadi sangat penting untuk diteliti guna mengetahui bagaimana media menyusun narasi terhadap kasus-kasus krusial seperti ini, serta dampaknya terhadap persepsi publik dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi.

Berbeda dengan penjelasan yang disampaikan oleh *Kompas.com* yang menekankan klarifikasi resmi dari pihak Pertamina, pemberitaan *MetroTVNews.com* justru lebih menyoroti dampak teknis dari pencampuran bahan bakar terhadap performa mesin kendaraan. Perbedaan fokus pemberitaan inilah

yang memperlihatkan bagaimana masing-masing media membungkai isu dengan pendekatan yang berbeda—Kompas.com lebih menekankan pada penangkalan isu dan pembelaan institusi, sedangkan MetroTVNews.com menggiring perhatian publik pada potensi kerugian konsumen dan risiko teknis yang timbul akibat dugaan pencampuran BBM. Hal ini menunjukkan betapa *framing* media sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap sebuah krisis.

*Gambar 2. Media Online Isu Pertalite dan Pertamax*



Sumber : Media Online Metrotvnews.com

Berdasarkan artikel MetroTVNews berjudul “7 Dampak Buruk Mencampur Pertalite dan Pertamax untuk Mesin” (Riza Aslam Khaeron, 26 Februari 2025), Kasus pencampuran bahan bakar minyak (BBM) jenis Pertalite dan Pertamax kembali mencuat ke permukaan dan menjadi perhatian publik nasional pada awal tahun 2025. Isu ini tidak hanya menyentuh aspek teknis dalam dunia otomotif, tetapi juga menimbulkan keresahan dalam ranah perlindungan konsumen dan

kepercayaan publik terhadap institusi penyedia energi nasional. Berdasarkan laporan MetroTVNews.com tanggal 26 Februari 2025, terungkap bahwa dugaan pengoplosan bahan bakar dilakukan oleh pihak SPBU Pertamina rekanan Pertamina, dan melibatkan tokoh-tokoh penting dalam struktur manajemen Pertamina Patra Niaga.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dalam hal ini mendesak agar PT Pertamina bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat pembelian bahan bakar yang tidak sesuai spesifikasi. Hal ini tidak hanya menjadi sorotan dalam konteks perlindungan konsumen, tetapi juga memperlihatkan adanya celah dalam pengawasan distribusi BBM yang selama ini dianggap sudah terstandar dan teregulasi secara ketat.

Selain dimensi hukum dan kepercayaan publik, kasus pencampuran BBM ini juga berdampak langsung terhadap teknis kendaraan bermotor. Dalam artikel MetroTVNews.com yang mengutip informasi dari AstraOtoshop, disebutkan bahwa terdapat setidaknya tujuh dampak buruk bagi mesin kendaraan yang mengonsumsi campuran bahan bakar Pertalite (RON 90) dan Pertamax (RON 92). Dampak-dampak tersebut mencakup penurunan efisiensi bahan bakar, kerusakan komponen mesin, risiko *knocking*, pembentukan kerak di ruang bakar, penurunan performa, penurunan kualitas oli, hingga pengurangan usia mesin secara keseluruhan.

Dampak-dampak teknis tersebut menjadi aspek yang tidak boleh diabaikan dalam perumusan kebijakan dan strategi komunikasi perusahaan, khususnya dalam menangani krisis kepercayaan. Konsumen yang mengalami kerugian—baik secara

ekonomi maupun teknis—memiliki hak untuk memperoleh informasi yang akurat dan transparan dari pihak penyedia layanan, dalam hal ini Pertamina. Dengan adanya dugaan keterlibatan pihak internal, termasuk Dirut Pertamina Patra Niaga, publik semakin menuntut kejelasan dan akuntabilitas dari manajemen perusahaan pelat merah tersebut.

Penting untuk dicermati bahwa *framing* media sangat berpengaruh terhadap pembentukan opini publik. Banyak pemberitaan terkait kasus BBM oplosan yang menggunakan diksi emosional dan sensasional seperti “penipuan publik”, “kerusakan mesin massal”, hingga “krisis kepercayaan terhadap Pertamina”. Pemberitaan semacam ini meskipun informatif, juga memiliki potensi membentuk stigma negatif yang melekat dan bertahan lama dalam benak Masyarakat.

Dalam konteks ini, *framing* media memainkan peran sentral dalam membentuk opini publik terhadap kasus BBM oplosan. Bagaimana media massa seperti MetroTVNews.coM dan Kompas.com menyajikan informasi, memilih narasumber, dan menekankan aspek-aspek tertentu dalam pemberitaannya akan sangat mempengaruhi persepsi public apakah kasus ini akan dilihat sebagai kesalahan sistemik, kelalaian SPBU Pertamina, atau sebagai bentuk pengkhianatan terhadap kepercayaan konsumen.

Dampak *framing* media ini dapat diukur dari respon publik. Survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada kuartal kedua 2023 menunjukkan bahwa kepercayaan publik terhadap SPBU Pertamina milik Pertamina menurun sebesar 18% setelah kasus ini mencuat. Bahkan, 54% responden mengaku ragu untuk kembali mengisi BBM di SPBU Pertamina yang

pernah dikaitkan dengan isu pencampuran bahan bakar. Hal ini menunjukkan bahwa cara media membingkai isu memiliki implikasi langsung terhadap perilaku konsumen.

Sebuah kajian dari Pusat Studi Komunikasi Universitas Indonesia (2023) juga mendukung hal tersebut. Penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar artikel media online terkait isu pencampuran BBM lebih menekankan sisi konflik dan keresahan publik daripada langkah penyelesaian atau klarifikasi dari pemerintah dan Pertamina. *Framing* yang lebih dominan pada sisi negatif ini dapat memperbesar potensi krisis kepercayaan terhadap institusi negara.

Di sisi lain, Pertamina sebenarnya telah mengambil sejumlah langkah tanggap. Dalam pernyataan resminya pada Mei 2023, Pertamina menyatakan bahwa mereka telah menindak 12 SPBU Pertamina yang terlibat, termasuk penutupan sementara dan audit menyeluruh. Mereka juga mengklaim telah meningkatkan sistem pengawasan melalui teknologi digital seperti pemantauan nozzle dan CCTV selama 24 jam. Namun, langkah ini tampaknya belum cukup membalikkan persepsi negatif yang telah terbentuk di masyarakat.

Data Litbang Kompas (2023) menunjukkan bahwa 83% masyarakat produktif di Indonesia mengakses informasi dari media online melalui perangkat seluler. Hal ini menegaskan bahwa narasi media digital menyebar sangat cepat dan mampu membentuk kesadaran kolektif dalam waktu singkat. Dalam konteks ini, *framing* pemberitaan mengenai pencampuran Pertamax dan Pertalite menjadi sangat penting untuk dikaji.

Tidak hanya media, lembaga masyarakat sipil seperti Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta juga ikut bersuara dalam isu ini. LBH membuka posko pengaduan masyarakat dan mencatat 526 laporan selama empat hari pertama. Banyak pelapor menyuarakan keraguan dan ketidakpercayaan terhadap Pertamina dan pemerintah dalam menangani kasus ini. Bahkan, terdapat dorongan dari sebagian masyarakat untuk membubarkan Pertamina sebagai bentuk protes terhadap lemahnya pengawasan dan tanggung jawab korporat.

Direktur LBH Jakarta, Muhammad Fadhil Alfathan, menyatakan bahwa kerugian yang dialami masyarakat bukan semata soal ekonomi, tetapi juga keraguan terhadap mekanisme pengawasan yang selama ini dijalankan negara. LBH Jakarta bahkan mempertimbangkan dua jalur gugatan hukum, yaitu citizen lawsuit terhadap negara dan class action terhadap Pertamina. Ini menunjukkan bahwa dampak kasus ini telah meluas ke ranah hukum dan sosial-politik.

Lebih lanjut, pernyataan resmi dari Pertamina yang membantah praktik pengoplosan tidak cukup untuk menghapus keraguan publik. LBH Jakarta menegaskan pentingnya audit independen dan keterlibatan masyarakat sipil dalam proses investigasi. Transparansi dan akuntabilitas menjadi kata kunci dalam menyelesaikan krisis kepercayaan yang muncul. Dalam konteks komunikasi, *framing* media menjadi salah satu aspek penting yang dapat memengaruhi persepsi kolektif. Yulianti dan Pratama (2019) menyatakan bahwa *framing* isu energi dan lingkungan dalam media dipengaruhi oleh nilai berita dan orientasi redaksional. Media lebih sering menyoroti konflik dan kerugian publik daripada masalah

struktural seperti lemahnya pengawasan. Akibatnya, narasi negatif terus berulang dan memperkuat ketidakpercayaan publik.

Meski demikian, *framing* media juga memiliki sisi positif. Pemberitaan konsisten dari media seperti Metrotvnews.com turut mendorong akuntabilitas dan membuka ruang bagi diskusi publik. Dalam kasus ini, media berperan sebagai pengawas sosial yang mendorong pemberian penilaian sistem tata kelola BBM. Oleh karena itu, analisis terhadap *framing* media dalam memberitakan kasus pencampuran BBM menjadi penting untuk memahami bagaimana opini publik dibentuk dan bagaimana media berkontribusi dalam dinamika komunikasi krisis.

Dengan melihat kompleksitas isu ini, penelitian terhadap *framing* media online dalam memberitakan kasus pencampuran Pertamax dengan Pertalite menjadi relevan. Penelitian ini tidak hanya akan mengungkap pola pemberitaan media, tetapi juga memberikan gambaran tentang bagaimana komunikasi krisis dijalankan dan bagaimana kepercayaan publik dapat dipulihkan melalui pendekatan komunikasi yang tepat.

Dalam konteks ini, *framing* media memainkan peran penting dalam membentuk opini publik. Media massa seperti MetroTVNews.com melalui pemberitaannya memiliki kuasa untuk menentukan bagaimana masyarakat memaknai kasus ini: apakah sebagai kesalahan teknis, pengawasan yang lemah, atau bahkan pengkhianatan terhadap kepercayaan publik. Cara media memilih narasumber, menyusun narasi, hingga menekankan aspek tertentu dari peristiwa dapat mengarahkan persepsi masyarakat terhadap pihak yang dianggap bertanggung jawab.

Sementara itu, teori agenda setting memandang bahwa media memiliki kemampuan untuk tidak secara langsung memberi tahu khalayak “apa yang harus dipikirkan”, melainkan menentukan “isu apa yang perlu dipikirkan”. Hal ini berarti media berperan dalam mengatur prioritas isu di ruang publik dengan menempatkan suatu berita di posisi strategis, meningkatkan frekuensi pemberitaan, atau memperluas ruang lingkup liputan. Dalam konteks kasus BBM oplosan, agenda setting dapat dilihat dari seberapa sering isu ini muncul di media online, apakah ditempatkan sebagai headline utama, dan atribut apa yang paling ditonjolkan.

Dari sudut pandang Ilmu Komunikasi, khususnya Public Relations, kasus ini menjadi contoh nyata dari pentingnya strategi komunikasi krisis yang terstruktur. Komunikasi krisis harus dibangun dengan pendekatan empatik, informatif, serta tepat waktu agar mampu menjaga kredibilitas perusahaan di tengah gempuran opini negatif. Klarifikasi, konferensi pers, atau publikasi resmi yang dilakukan perusahaan menjadi bagian dari upaya pemulihan citra yang harus ditangani secara profesional dan strategis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *framing* pemberitaan kasus pencampuran BBM dibentuk oleh MetroTVNews.com, serta sejauh mana konstruksi media tersebut memengaruhi persepsi masyarakat dan menantang strategi komunikasi krisis Pertamina. Artikel MetroTVNews.com berjudul “7 Dampak Buruk Mencampur Pertalite dan Pertamax untuk Mesin” menjadi bahan kajian utama dalam penelitian ini, karena artikel tersebut merepresentasikan narasi yang dominan mengenai dampak pencampuran BBM terhadap kendaraan konsumen.

Penelitian ini juga akan menggali perbedaan pendekatan *framing* yang dilakukan oleh MetroTVNews.com dibandingkan dengan Kompas.com. Dalam artikel Kompas.com berjudul “Isu Pertalite Dioplos Jadi Pertamax Tidak Benar” yang ditulis oleh Muhammad Zaenuddin dan dipublikasikan pada tanggal yang sama, 26 Februari 2025, disebutkan bahwa informasi tentang pengoplosan BBM merupakan bentuk kesalahpahaman terhadap pernyataan Kejaksaan Agung. Dalam klarifikasinya, Vice President Corporate Communication Pertamina, Fadjar Djoko Santoso, menegaskan bahwa pencampuran tidak dilakukan dalam proses distribusi ke masyarakat, melainkan terjadi dalam tahap pengadaan untuk kebutuhan kilang, sehingga BBM yang dijual tetap sesuai dengan spesifikasi resmi dari Lemigas.

Dari penjelasan tersebut, dapat dilihat adanya perbedaan yang mencolok dalam cara kedua media membingkai isu. MetroTVNews.com menekankan dampak teknis yang merugikan konsumen serta kemungkinan keterlibatan pejabat internal, sedangkan Kompas.com menekankan klarifikasi dari pihak perusahaan dan berusaha menenangkan publik dengan menegaskan bahwa tidak ada pengoplosan yang sampai ke konsumen. Perbedaan ini menjadi dasar penting dalam melihat bagaimana *framing* media berkontribusi terhadap pembentukan opini dan arah krisis komunikasi.

Dalam konteks media digital yang serba cepat dan masif, *framing* yang terbentuk dalam pemberitaan sangat memengaruhi arah opini publik. Narasi yang keliru atau disajikan secara parsial dapat menyebar jauh lebih cepat daripada klarifikasi resmi, menyebabkan informasi yang tidak utuh mendominasi persepsi masyarakat. Di era di mana setiap individu dapat menjadi distributor informasi,

media arus utama dituntut untuk lebih bertanggung jawab dalam membungkai isu secara proporsional. Sayangnya, logika clickbait dan tekanan rating sering kali membuat pemberitaan lebih menekankan aspek sensasional daripada substansi. Hal ini memperbesar potensi terjadinya krisis kepercayaan publik terhadap institusi yang diberitakan, termasuk dalam kasus pencampuran BBM.

Penelitian ini penting dilakukan karena menyangkut kepercayaan masyarakat terhadap layanan publik yang sangat vital, yaitu distribusi energi. Dalam kasus dugaan pencampuran Pertalite dan Pertamax di SPBU Pertamina, pemberitaan yang tersebar di media daring seperti MetroTVNews.com dan Kompas.com memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman dan sikap publik terhadap isu tersebut. Dengan menggunakan pendekatan teori Konstruksi Realitas Sosial, studi ini akan menelaah bagaimana pemilihan sudut pandang berita, narasi, sumber yang digunakan, serta penggunaan elemen visual dalam pemberitaan berkontribusi terhadap konstruksi realitas sosial mengenai krisis BBM oplosan ini. Perbedaan penekanan informasi di antara media dapat menciptakan persepsi yang beragam di tengah masyarakat, mulai dari keresahan, ketidakpercayaan, hingga sikap apatis terhadap otoritas.

Melalui analisis *framing* yang bersifat kualitatif, penelitian ini akan mendalami unsur-unsur dalam berita seperti judul, lead, kutipan narasumber, dan fokus isu yang diangkat. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media memproduksi makna terhadap suatu peristiwa dan dampaknya terhadap pembentukan opini publik.

Dalam konteks krisis seperti BBM oplosan, *framing* yang tidak tepat dapat memperkeruh suasana dan memperpanjang ketidakpastian di tengah masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana media berperan dalam memperkuat atau justru meredakan krisis kepercayaan yang muncul sebagai respons atas pemberitaan tersebut.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Analisis *Framing* Pemberitaan Kasus BBM Oplosan di SPBU Pertamina Pada Media Metrotvnews.com dan Kompas.com Periode 26 Februari 2025?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisis bagaimana Analisis *Framing* Pemberitaan Kasus BBM Oplosan di SPBU Pertamina Pada Media Online Indonesia.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai :

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian media dan analisis agenda setting. Dengan menggunakan teori Agenda Setting dari McCombs & Shaw serta konsep framing dari Robert N. Entman, penelitian ini menunjukkan

bagaimana media massa, terutama media online, berperan dalam membentuk perhatian publik terhadap suatu isu melalui penentuan agenda (isu utama) dan penekanan atribut tertentu dari isu tersebut.

Studi ini memperlihatkan bahwa agenda setting tidak hanya mengarahkan publik pada isu apa yang harus dipikirkan (what to think about), tetapi ketika dipadukan dengan framing juga memengaruhi bagaimana isu tersebut dipahami (how to think about it). Artinya, media tidak hanya menetapkan prioritas isu, tetapi juga membentuk opini publik mengenai siapa yang bertanggung jawab, bagaimana penilaian moral diberikan, serta solusi apa yang dianggap layak diambil.

Dalam konteks pemberitaan kasus BBM oplosan, temuan-temuan penelitian ini memperkuat posisi teori agenda setting sebagai kerangka konseptual yang relevan dan kontekstual, karena menunjukkan bagaimana Kompas.com lebih menekankan agenda klarifikasi institusional Pertamina, sedangkan MetroTVNews.com lebih menonjolkan agenda kerugian konsumen. Perbedaan penetapan agenda ini kemudian diperkuat dengan framing berita yang membentuk cara publik memaknai isu.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para praktisi Public Relations, khususnya dalam memahami bagaimana media online tidak hanya membingkai suatu isu melalui pemilihan sudut pandang tertentu, tetapi juga menempatkan isu tersebut dalam agenda pemberitaan sehingga memengaruhi tingkat perhatian publik. Dengan adanya pemahaman mengenai pola

framing dan agenda setting yang digunakan oleh media, praktisi PR dapat lebih sigap dalam merespons dinamika pemberitaan, mengantisipasi potensi krisis reputasi, serta merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan terarah. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam menyusun strategi manajemen isu (issue management), sehingga lembaga atau perusahaan mampu membangun komunikasi yang transparan, menjaga kepercayaan publik, serta memperkuat citra positif di tengah sorotan media.

