

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan sektor transportasi di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya aktivitas dan mobilitas masyarakat. Salah satu indikator utama dari tren ini adalah lonjakan jumlah kendaraan bermotor yang beredar di jalan raya. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, tercatat bahwa populasi sepeda motor di Indonesia mencapai angka 132 juta unit, mengalami kenaikan signifikan dibandingkan tahun 2018 yang berada pada angka 106 juta unit. Sementara itu, jumlah mobil yang beroperasi juga turut bertambah dari 14 juta unit menjadi 18 juta unit dalam periode yang sama (<https://www.bps.go.id/>, diakses pada 15 Mei 2025). Lonjakan tersebut mencerminkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap kendaraan pribadi, yang pada gilirannya mendorong peningkatan permintaan terhadap bahan bakar minyak (BBM) dengan kualitas yang sesuai untuk performa mesin kendaraan modern.

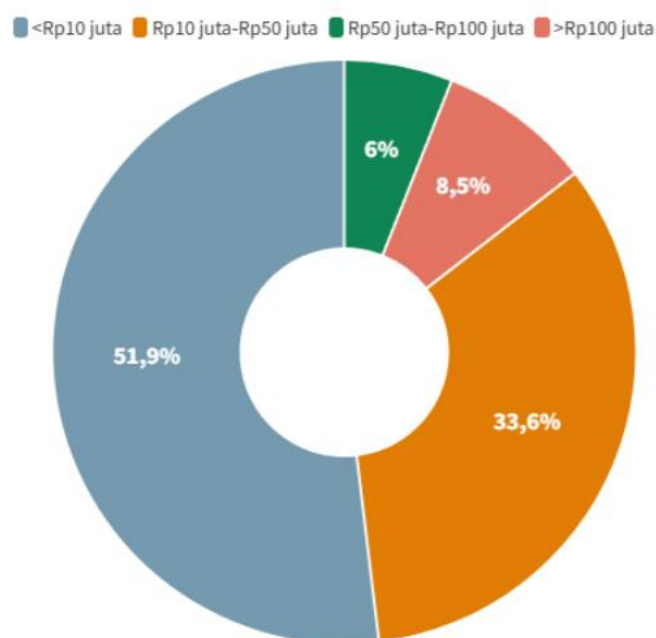
Sebagai perusahaan energi milik negara yang berperan penting dalam penyediaan BBM nasional, PT Pertamina (Persero) menawarkan beragam produk BBM guna memenuhi spesifikasi mesin kendaraan yang beragam. Jenis-jenis BBM yang disediakan antara lain Pertalite, Pertamax, Pertamax Turbo, Dexlite, Pertamina Dex, dan Solar. Pertalite dengan Research Octane Number (RON) 90 diperuntukkan bagi kendaraan bermesin kompresi menengah, sedangkan Pertamax dengan RON 92 cocok untuk mesin berkompresi tinggi. Pertamax Turbo memiliki RON 98 yang diformulasikan khusus untuk kendaraan dengan performa tinggi.

Untuk kendaraan diesel, Pertamina menghadirkan Dexlite dengan Cetane Number (CN) 51 untuk kebutuhan mesin diesel ringan, serta Pertamina Dex yang memiliki CN 53 dan digunakan untuk kendaraan diesel dengan teknologi *common rail*. Solar, dengan CN 48, diperuntukkan bagi mesin diesel konvensional. Setiap varian BBM tersebut dirancang berdasarkan kebutuhan spesifik mesin kendaraan, sehingga pemilihan BBM yang sesuai tidak hanya mempengaruhi efisiensi tetapi juga ketahanan mesin kendaraan dalam jangka panjang.

Pada awal tahun 2025, perhatian publik tertuju pada kasus yang mencuat mengenai dugaan pencampuran atau pengoplosan BBM jenis Pertamina dengan bahan bakar berkualitas lebih rendah seperti Pertalite tanpa pemberitahuan kepada konsumen. Praktik semacam ini menyebabkan penurunan kualitas BBM yang beredar di pasaran, meskipun masyarakat tetap membayar dengan harga Pertamina yang lebih tinggi. Fenomena ini menimbulkan sejumlah dampak negatif, terutama kerusakan mesin yang meliputi gejala *knocking*, peningkatan konsumsi bahan bakar, hingga gangguan serius pada komponen kendaraan. Dampak kerusakan yang timbul tidak hanya mengganggu kenyamanan berkendara tetapi juga menambah beban pengeluaran bagi pemilik kendaraan.

Hasil kajian yang dilakukan oleh Center of Economic and Law Studies (Celios) bekerja sama dengan Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta mengungkapkan bahwa kerugian yang ditanggung masyarakat akibat pencampuran bahan bakar ini sangat besar. Kerugian ditaksir mencapai Rp47,6 miliar setiap harinya, yang jika diakumulasi selama satu tahun dapat mencapai angka Rp17,4 triliun. Dalam penelitian ini, dari total 619 individu yang melaporkan dampak negatif yang dialami, sebanyak 86,4% menyatakan mengalami gangguan finansial

karena merasa membayar BBM dengan harga tinggi namun memperoleh kualitas lebih rendah. Selain itu, sebanyak 55,25% dari responden melaporkan bahwa kendaraan mereka mengalami kerusakan setelah menggunakan BBM Pertamina yang telah dicampur, dan 45,5% di antaranya mengeluarkan biaya perbaikan antara Rp1 juta hingga Rp5 juta. Bahkan, 37% responden mengakui bahwa dana yang mereka habiskan untuk memperbaiki kendaraan semestinya dapat dialokasikan untuk kebutuhan pokok sehari-hari (<https://bantuanhukum.or.id/>, diakses pada 15 Mei 2025).



Gambar 1.1 Potensi kerugian konsumen akibat kasus oplosan BBM Pertamina

Sumber: Survei Celios, Goodstats

Survei yang dilakukan oleh Celios terhadap 619 orang yang mengajukan pengaduan ke Lembaga Bantuan Hukum (LBH) antara tanggal 26 Februari hingga 5 Maret 2025 mengungkapkan kondisi keuangan masyarakat yang terdampak secara signifikan. Sebanyak 86,4% responden menyatakan bahwa mereka mengalami keterpurukan finansial yang serius akibat terpaksa membeli bahan bakar

minyak (BBM) dengan harga tinggi namun memiliki kualitas yang buruk. Fenomena ini menunjukkan adanya ketimpangan antara nilai ekonomi yang dibayarkan dan kualitas produk yang diterima oleh konsumen. Dalam konteks perlindungan konsumen, kondisi tersebut menimbulkan potensi kerugian yang cukup besar dan menunjukkan lemahnya pengawasan terhadap distribusi BBM.

Sebagian besar masyarakat, yakni 51,9%, melaporkan mengalami kerugian finansial tahunan di bawah Rp10 juta, yang diakibatkan oleh dugaan pencampuran BBM. Namun, terdapat pula 33,6% masyarakat yang menyatakan mengalami kerugian dalam rentang Rp10 juta hingga Rp50 juta per tahun, sedangkan 6% responden mengaku kehilangan antara Rp50 juta hingga Rp100 juta per tahun. Bahkan, sebanyak 8,5% masyarakat mengalami kerugian yang melebihi Rp100 juta setiap tahunnya. Rentang kerugian ini mencerminkan dampak luas yang tidak hanya dirasakan oleh individu, tetapi juga berdampak terhadap keberlangsungan ekonomi rumah tangga dan produktivitas masyarakat pengguna kendaraan bermotor.

Selain kerugian dari sisi pengeluaran untuk pembelian BBM, mayoritas masyarakat juga mengalami kerusakan pada kendaraan mereka akibat penggunaan BBM yang diduga telah tercampur. Berdasarkan hasil survei tersebut, sebanyak 55,3% masyarakat mengalami kerugian ekonomi yang bersumber dari kerusakan kendaraan, dan 62,7% mengaku mengalami kerusakan mesin secara langsung setelah menggunakan Pertamina 92 dalam periode 2018 hingga 2023. Ini menjadi indikator penting bahwa kualitas bahan bakar memiliki korelasi langsung terhadap performa dan daya tahan kendaraan yang digunakan oleh masyarakat.

Biaya perbaikan kendaraan pun tidak dapat diabaikan. Sebanyak 45,5% masyarakat diketahui pernah mengeluarkan dana antara Rp1 juta hingga Rp5 juta

untuk memperbaiki kerusakan akibat konsumsi Pertamina yang tercampur. Di sisi lain, terdapat 16,4% responden yang menghabiskan dana perbaikan antara Rp500 ribu hingga Rp1 juta, serta 13,3% lainnya yang harus mengeluarkan biaya berkisar antara Rp100 ribu hingga Rp500 ribu. Kondisi ini memperlihatkan beban tambahan yang harus ditanggung masyarakat, terutama bagi kelompok ekonomi menengah ke bawah yang tidak memiliki alokasi anggaran mendesak untuk biaya perawatan kendaraan akibat kelalaian pihak produsen atau distributor BBM.

Dampak lanjutan dari kerugian ini turut memengaruhi kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pokok lainnya. Data menunjukkan bahwa sebanyak 37% masyarakat harus mengorbankan pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari demi menutupi biaya kerugian akibat penggunaan BBM oplosan. Sebanyak 23,2% masyarakat bahkan terpaksa menggunakan tabungan pribadi untuk menutupi kerusakan tersebut, yang sejatinya bisa digunakan untuk keperluan darurat lainnya. Tidak hanya itu, 20,5% dari mereka mengalami kehilangan alokasi dana untuk biaya pendidikan, dan 17,2% kehilangan anggaran untuk kebutuhan kesehatan. Fakta ini mencerminkan bahwa kasus pencampuran BBM bukan hanya sekadar masalah teknis, melainkan berdampak sistemik terhadap kesejahteraan ekonomi rumah tangga.

Kasus dugaan pengoplosan Pertamina dengan Paltalite tidak hanya merugikan secara material, tetapi juga secara langsung memengaruhi citra perusahaan penyedia energi nasional, yaitu Pertamina. Kepercayaan publik terhadap Pertamina menjadi terancam, terutama karena masyarakat menilai bahwa upaya komunikasi perusahaan belum efektif dalam menjawab keresahan publik. Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Mufti Mubarak,

menyampaikan bahwa jika tudingan tersebut dapat dibuktikan, maka konsumen memiliki hak hukum untuk mengajukan gugatan kepada Pertamina melalui mekanisme *class action*, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pernyataan ini mempertegas pentingnya akuntabilitas dan transparansi dalam tata kelola perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan pelayanan publik dan produk strategis nasional.

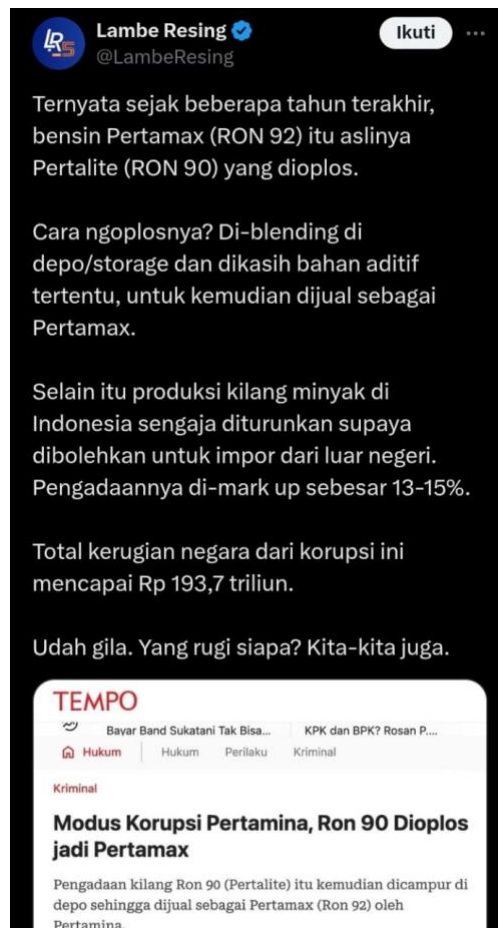
Dalam kasus Pertamina, upaya komunikasi dalam menghadapi krisis yang dilakukan oleh tim humas terlihat belum efektif dalam meredakan kekhawatiran masyarakat. Sebaliknya, hal ini justru menimbulkan beragam asumsi di *platform* media sosial baik itu media utama maupun media sosial seperti Twitter, TikTok, dan Instagram. Ratusan ribu unggahan masyarakat menunjukkan kritikan terhadap Pertamina dan meningkatnya keraguan terhadap kualitas BBM yang digunakan masyarakat.



Gambar 1.2 Respon Masyarakat di Media Sosial



Gambar 1.3 Respon Masyarakat di Media Sosial



Gambar 1.4 Respon Masyarakat di Media Sosial

Persepsi masyarakat terhadap kasus ini dibentuk secara bersamaan oleh isi pemberitaan yang mereka baca serta narasi yang berkembang di ruang digital. Berbagai keluhan dan kritik oleh masyarakat menyebar dengan cepat yang menunjukkan bagaimana *platform digital* kini menjadi ruang untuk memperkuat emosi kolektif masyarakat.

Kurangnya respon dan klarifikasi dari pihak pemerintah dan Pertamina memperburuk krisis komunikasi yang terjadi, membuat masyarakat cenderung lebih mempercayai pada informasi yang berkembang di media sosial dan

menimbulkan krisis kepercayaan terhadap Pertamina. Krisis kepercayaan ini memiliki dampak nyata pada perilaku masyarakat. Di berbagai daerah seperti Kudus dan Bengkulu penjualan Pertamax mengalami penurunan yang signifikan hingga 40% dalam waktu yang relatif singkat. Dan di wilayah Malang, penjualan Pertamax mengalami penurunan rata-rata sebesar 20% di SPBU yang berdekatan dengan SPBU pesaing sementara di SPBU yang tidak memiliki pesaing penurunan berkisar antara 3–5%. (<https://surabaya.kompas.com/> , diakses 16 Mei 2025)

Secara nasional, PT Pertamina Patra Niaga mencatat adanya penurunan penjualan Pertamax sebesar 5% pada 25 Februari 2025, meskipun penurunan ini diklaim hanya terjadi selama satu hari. (<https://katadata.co.id/> , diakses 16 Mei 2025)

Fenomena ini menunjukkan bahwa kasus Pertamax oplosan tidak hanya mempengaruhi persepsi dari masyarakat, tetapi juga pada tindakan nyata dari masyarakat dalam memilih produk BBM. Turunnya tingkat kepercayaan masyarakat terlihat dalam pemberitaan media, di mana sejumlah SPBU mengalami penurunan drastis dalam volume penjualan Pertamax. SPBU di beberapa daerah seperti Kalimantan Timur mulai menyediakan botol transparan sebagai sarana transparansi bagi masyarakat sehingga mereka dapat langsung melihat warna dan kejernihan BBM sebelum membeli sebagai upaya untuk mengembalikan kepercayaan pelanggan.

Tak hanya di kota besar, dampak atas isu Pertamax oplosan juga dirasakan di Kota Magelang. Banyaknya masyarakat Kota Magelang yang menggunakan kendaraan untuk mobilitasnya merasa dirugikan dan dikecewakan atas berita yang

muncul di media sosial. Tak sedikit masyarakat yang mulai beralih menggunakan Pertalite karena merasa telah ditipu. Hal ini juga terlihat dari padatnya antrian yang memenuhi SPBU di Jalan A Yani, Potrobangsari, Magelang Utara. Lorong pengisian Pertamina di sejumlah SPBU tampak kosong, sementara antrian pengisian Pertalite mengular hingga ke luar kompleks SPBU. Masyarakat enggan mengisi kendaraan mereka dengan Pertamina karena khawatir terhadap kualitas BBM tersebut. Hal ini menunjukkan adanya penurunan kepercayaan masyarakat terhadap produk Pertamina. Dampak yang dihasilkan tidak hanya rasa kecewa dan ditipu, namun masyarakat juga merasa rugi atas kerusakan kendaraan yang dialami pada saringan bahan bakar yang disebabkan oleh penggunaan Pertamina oplosan yang terlalu sering (<https://magelangekspres.disway.id/>, dikutip pada 16 Mei 2025).

Dalam konteks perilaku masyarakat, persepsi risiko dan kepercayaan merupakan dua faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian. Masyarakat akan menghindari risiko dari produk yang dianggap tidak transparan atau berpotensi menimbulkan kerugian. Dalam konteks perilaku konsumen, menurut Sugandini (2019) persepsi risiko dan kepercayaan merupakan dua faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen akan menghindari risiko dari produk yang dianggap tidak transparan atau berpotensi menimbulkan kerugian. Persepsi negatif yang tidak ditangani dengan baik akan berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis (*sustainability*) perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi Pertamina untuk memahami dan mengelola persepsi masyarakat guna menjaga kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Persepsi negatif yang tidak ditangani dengan baik akan berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis perusahaan. Penilaian risiko yang dirasakan dapat

mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat, karena persepsi risiko yang dirasakan adalah gabungan dari dampak negatif dan ketidakpastian. Kusumawati & Tiarawati (2022) juga menyatakan bahwa persepsi risiko yang dirasakan masyarakat terhadap sebuah produk sangat dipengaruhi oleh dampak negatif dan ketidakpastian dari produk tersebut. Ini memperkuat alasan mengapa isu Pertamina oplosan begitu cepat mengubah pola konsumsi masyarakat.

Dalam memahami pembentukan persepsi masyarakat terhadap isu Pertamina oplosan, teori komunikasi memberikan kerangka konseptual yang relevan. Stephen W. Littlejohn dalam *Theories of Human Communication* (2008) menekankan bahwa persepsi dibentuk melalui proses semiotik, di mana makna dikonstruksi melalui tanda dan simbol dalam konteks sosial dan budaya. Dalam kasus Pertamina oplosan, simbol-simbol seperti warna BBM yang berubah, testimoni kerusakan kendaraan, dan narasi di media sosial menjadi tanda-tanda yang membentuk makna negatif terhadap produk Pertamina. Proses ini menunjukkan bagaimana persepsi masyarakat tidak hanya dibentuk oleh informasi faktual, tetapi juga oleh interpretasi simbolik dalam konteks sosial tertentu.

Dalam konteks isu Pertamina oplosan, kebutuhan masyarakat akan BBM berkualitas dan kepercayaan terhadap penyedia layanan energi menjadi faktor yang mempengaruhi interpretasi mereka terhadap informasi yang diterima yang pada akhirnya membentuk persepsi negatif terhadap Pertamina.

1.2 Perumusan Permasalahan

Isu dugaan pengoplosan Pertamina oleh PT Pertamina (Persero) telah menimbulkan kekhawatiran di kalangan masyarakat mengenai kualitas bahan bakar

yang mereka gunakan. Kejadian ini tidak hanya berdampak pada aspek teknis kendaraan, seperti kerusakan mesin dan peningkatan konsumsi bahan bakar, tetapi juga memengaruhi persepsi dan kepercayaan masyarakat terhadap Pertamina sebagai penyedia energi nasional. Di berbagai daerah seperti Kudus dan Bengkulu penjualan Pertamax mengalami penurunan yang signifikan hingga 40% dalam waktu yang relatif singkat. Dan di wilayah Malang, penjualan Pertamax mengalami penurunan rata-rata sebesar 20% di SPBU yang berdekatan dengan SPBU pesaing sementara di SPBU yang tidak memiliki pesaing penurunan berkisar antara 3–5%. (<https://surabaya.kompas.com/> , diakses 16 Mei 2025)

Secara nasional, PT Pertamina Patra Niaga mencatat adanya penurunan penjualan Pertamax sebesar 5% pada 25 Februari 2025, meskipun penurunan ini diklaim hanya terjadi selama satu hari. (<https://katadata.co.id/> , diakses 16 Mei 2025)

Stephen W. Littlejohn dalam *Theories of Human Communication* (2008) menekankan bahwa persepsi dibentuk melalui proses semiotik, di mana makna dikonstruksi melalui tanda dan simbol dalam konteks sosial dan budaya. Dalam kasus Pertamax oplosan, simbol-simbol seperti warna BBM yang berubah, testimoni kerusakan kendaraan, dan narasi di media sosial menjadi tanda-tanda yang membentuk makna negatif terhadap produk Pertamax. Proses ini menunjukkan bagaimana persepsi masyarakat tidak hanya dibentuk oleh informasi faktual, tetapi juga oleh interpretasi simbolik dalam konteks sosial tertentu.

Kebutuhan masyarakat akan BBM berkualitas dan kepercayaan terhadap penyedia layanan energi menjadi faktor yang mempengaruhi interpretasi mereka

terhadap informasi yang diterima, yang pada akhirnya membentuk persepsi negatif terhadap Pertamina. Dalam konteks masyarakat, persepsi mencerminkan bagaimana kelompok sosial memahami dan menilai suatu fenomena berdasarkan pengalaman, nilai, dan informasi yang mereka terima.

Dalam penelitian mengenai persepsi masyarakat fokus utama adalah pada bagaimana masyarakat menerima dan menafsirkan persepsi mereka. Hal ini melibatkan analisis terhadap:

1. Sumber informasi: media massa, media sosial, dan komunikasi antarpribadi yang menyampaikan informasi tentang Pertamina oplosan.
2. Proses kognitif: bagaimana individu dalam masyarakat menyeleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasi informasi yang mereka terima.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi: pengalaman pribadi, tingkat pendidikan, nilai-nilai budaya, dan kepercayaan terhadap institusi seperti PT Pertamina.

Dengan demikian, penelitian ini ingin mengetahui persepsi masyarakat mengenai isu Pertamina oplosan. Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana persepsi masyarakat mengenai Pertamina oplosan yang diduga dilakukan oleh PT Pertamina (Persero)?**

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis persepsi masyarakat mengenai isu Pertamina oplosan yang melibatkan PT Pertamina (Persero) dengan

fokus pada aspek pengetahuan, menerima isu, penafsiran dan penilaian masyarakat mengenai peristiwa tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoriti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami bagaimana persepsi masyarakat terbentuk dan berubah akibat isu-isu krisis yang melibatkan perusahaan besar. Dengan mengacu pada teori persepsi yang dikemukakan oleh Stephen W. Littlejohn penelitian ini dapat memperkaya kajian tentang dinamika persepsi publik dalam konteks persepsi masyarakat terbentuk dan berubah akibat isu Pertamina oplosan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi PT Pertamina (Persero) hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk memahami persepsi masyarakat dalam merumuskan strategi komunikasi dan manajemen krisis yang lebih efektif. Dengan memahami persepsi masyarakat terhadap isu Pertamina oplosan, Pertamina dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk memulihkan kepercayaan publik dan mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar BBM di Indonesia. Upaya yang dapat diharapkan seperti meningkatkan transparansi dalam proses distribusi dan kualitas BBM untuk mencegah terulangnya isu serupa, mengembangkan strategi komunikasi yang proaktif dan responsif mengenai persepsi yang berkembang di masyarakat, melakukan edukasi kepada masyarakat mengenai kualitas dan spesifikasi BBM yang diproduksi

oleh Pertamina dan meningkatkan pelayanan di SPBU termasuk kebersihan, kenyamanan, dan kecepatan layanan, serta memanfaatkan teknologi digital untuk mempermudah transaksi dan membangun loyalitas pelanggan .

1.4.3 Manfaat Sosial

Secara sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya memahami kualitas BBM yang digunakan serta dampaknya terhadap kinerja kendaraan dan lingkungan. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat, diharapkan mereka dapat membuat keputusan yang lebih bijak dalam memilih BBM serta mendorong perusahaan untuk lebih bertanggung jawab dalam menyediakan produk yang berkualitas.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Dalam sebuah penelitian, membutuhkan adanya paradigma sebagai sudut pandang untuk menggambarkan bagaimana peneliti melihat, menjelaskan, dan memaknai terhadap fenomena sosial tertentu. Paradigma menyusun kerangka dasar yang membimbing peneliti dalam menentukan metode, pendekatan, serta teori yang akan diterapkan dalam penelitian. Menurut Guba dalam Creswell (2007), paradigma ini terdiri dari sekumpulan keyakinan mendasar (*basic set of beliefs*) yang berfungsi sebagai pedoman tindakan dalam proses penelitian, termasuk asumsi ontologis, epistemologis, dan metodolog yang akan diadopsi oleh peneliti.

Penelitian ini mengadopsi paradigma konstruktivisme, yang memiliki pandangan bahwa realitas sosial tidak bersifat tunggal dan objektif, melainkan karna dibentuk melalui proses konstruksi oleh individu berdasarkan pengalaman, interaksi sosial, dan pemaknaan terhadap lingkungan. Paradigma ini berupaya memahami tentang cara individu memahami suatu fenomena secara subjektif. Creswell et al. (2014) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme mengedepankan tentang proses pembentukan makna (*meaning-making process*) dari pengalaman sosial dengan interpretasi pribadi dan sosial, bukan sekadar mencari kebenaran tunggal yang bersifat universal.

Dalam konteks penelitian ini, paradigma konstruktivisme diterapkan untuk mengkaji persepsi masyarakat mengenai Pertamina oplosan. Persepsi yang muncul di masyarakat sangat dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, interaksi sosial, serta media sebagai sarana penyebaran informasi. Masing-masing individu atau kelompok masyarakat akan memiliki konstruksi makna yang berbeda tergantung pada bagaimana mereka menerima, mengorganisasi, menafsirkan, dan menilai informasi yang berkembang. Oleh karena itu, pendekatan konstruktivisme sangat penting untuk memahami makna subjektif dari masyarakat mengenai isu tersebut.

Lebih lanjut, penelitian ini juga menggunakan teori persepsi komunikasi yang dikembangkan oleh Stephen W. Littlejohn. Dalam bukunya *Theories of Human Communication*, Littlejohn menyebutkan

bahwa persepsi merupakan proses aktif di mana individu menyeleksi, mengorganisasi, dan menafsirkan stimulus untuk membentuk pemahaman terhadap dunia sekitarnya (Littlejohn & Foss, 2009). Artinya, setiap individu akan memaknai informasi mengenai isu Pertamina oplosan berdasarkan latar belakang sosial, tingkat pendidikan, pengalaman sebelumnya, serta konteks budaya yang melingkupinya.

Dengan demikian, pemilihan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat menerima isu, menafsirkan dan memberikan penilaian mengenai isu Pertamina oplosan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang mendalam mengenai cara berpikir, pandangan masyarakat dalam membentuk persepsi mengenai isu yang ada.

1.5.2 State Of The Art

1. Persepsi Masyarakat Kota Banda Aceh Terhadap Trans Advertisment sebagai Media Promosi Pariwisata oleh Bagus Arief Julianda, Hamdani M. Syam, Uswatun Nisa, Novi Susilawati pada tahun 2024
Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana masyarakat Kota Banda Aceh memandang iklan transit yang dipasang pada armada bus Trans Koetaradja. Fokus utama studi diarahkan pada keefektifan media luar ruang dengan mempertimbangkan beberapa indikator, yaitu jangkauan audiens, frekuensi tayang, kontinuitas pemasangan, ukuran iklan, desain visual, serta pengaruh yang

ditimbulkan terhadap masyarakat. Metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif, sehingga memungkinkan peneliti menggambarkan persepsi masyarakat secara rinci. Landasan teori yang digunakan adalah teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response), yang menjelaskan bagaimana individu merespons stimulus berupa pesan iklan yang mereka terima, lalu memberikan reaksi berdasarkan interpretasi pribadi. Hasil penelitian mengungkap adanya beragam persepsi yang muncul di kalangan penduduk Banda Aceh terkait pemasangan iklan transit tersebut, yang mencakup sudut pandang positif maupun negatif. Secara keseluruhan, penerimaan masyarakat terhadap keberadaan iklan pada bus Trans Koetaradja menunjukkan berbagai respon, menandakan bahwa media ini berhasil menyampaikan pesan promosi pariwisata dengan baik, walaupun ada juga kritik dan saran terkait tampilannya. Fenomena ini mengindikasikan bahwa keberadaan iklan transit tidak hanya sebagai alat promosi, melainkan juga sebagai media komunikasi yang mampu mempengaruhi opini publik dalam konteks pembangunan sektor pariwisata daerah.

2. Persepsi Masyarakat tentang Fenomena Penggunaan Pembatasan Pengeras Suara Masjid Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kab. Kampar oleh Rosmala pada tahun 2022.

Penelitian ini berfokus pada pemahaman dan analisis persepsi masyarakat terhadap kebijakan pembatasan volume pengeras suara masjid di Desa Kubang Jaya, Kecamatan Siak Hulu. Hasil yang

diperoleh menunjukkan bahwa masyarakat memiliki pemahaman kognitif yang positif terkait pengaturan volume suara, yang dinilai perlu disesuaikan dengan kebutuhan agar tidak mengganggu kenyamanan lingkungan. Pendekatan yang dipakai adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi lapangan. Analisis data dilakukan dengan tahapan pengumpulan, reduksi, penyajian, hingga penarikan kesimpulan secara sistematis. Landasan teori yang digunakan mengacu pada psikologi komunikasi menurut Jalaludin Rakhmat, yang menekankan bagaimana komunikasi memengaruhi persepsi dan sikap individu. Informan dipilih secara purposive sebanyak lima orang yang mewakili berbagai pandangan di masyarakat. Dalam dimensi afektif, penelitian ini mengungkapkan adanya rasa ketidakpuasan di kalangan warga terkait larangan tersebut, meskipun secara kognitif mereka memahami urgensi pembatasan. Dari aspek konatif, tidak ditemukan tindakan protes atau demonstrasi, yang menandakan adanya toleransi dan adaptasi sosial dalam menghadapi kebijakan ini. Konteks sosial Desa Kubang Jaya yang plural dengan keberagaman agama dan kepercayaan turut menjadi faktor penunjang terciptanya sikap toleran dan harmonis antarwarga meskipun ada perbedaan pendapat.

3. Persepsi Masyarakat pada Program Studi Ilmu Komunikasi oleh Dina Dianti, Witri Cahyati pada tahun 2021.

Studi ini bertujuan memahami tingkat pengetahuan, faktor-faktor yang mempengaruhi, minat, serta penyebab terjadinya perbedaan persepsi masyarakat Kampung Pasir Jati terhadap keberadaan Program Studi Ilmu Komunikasi. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan pengaplikasian teori psikologi persepsi serta efek halo untuk mengkaji persepsi secara menyeluruh. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sehingga mampu menggambarkan realitas sosial yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat menyadari keberadaan program studi ini dan menganggap komunikasi sebagai hal yang penting dalam kehidupan, walaupun mereka tidak memandangnya sebagai disiplin ilmu yang esensial untuk dipelajari di tingkat perguruan tinggi. Stereotip yang berkembang di masyarakat cenderung mengasosiasikan program ini dengan karakter ekstrovert, kemampuan berbicara yang cekatan, dan kemudahan bersosialisasi. Faktor ekonomi, seperti pendapatan rendah dan kondisi finansial keluarga, turut memengaruhi tingkat minat masyarakat terhadap program studi ini. Ketidakminatan juga dipengaruhi oleh kurangnya motivasi belajar dan latar belakang pengalaman pendidikan sebelumnya. Perbedaan pandangan ini dilatarbelakangi oleh berbagai aspek fungsional, seperti kebutuhan aktual, pengalaman masa lalu, serta karakteristik sosial budaya masyarakat yang heterogen, sehingga

menimbulkan variasi persepsi yang signifikan terhadap Program Studi Ilmu Komunikasi di kampung tersebut.

4. Peran Komunikasi Melalui Media Sosial dalam Membentuk Persepsi Masyarakat tentang Citra Perusahaan PT. PLN (Persero) UID S2JB oleh Aisyah Khairiah Sanida, Henny Yusalia pada tahun 2024

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana komunikasi melalui media sosial berkontribusi dalam membentuk dan memelihara persepsi masyarakat terhadap PT PLN Persero UID Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu. Fokus utama penelitian ini adalah pemanfaatan platform Instagram sebagai media komunikasi strategis. Pendekatan yang dipakai adalah deskriptif kualitatif, yang menelaah penggunaan Instagram melalui kerangka teori Agenda Setting, yang mengkaji bagaimana media menentukan isu yang dianggap penting oleh publik. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa Instagram efektif dalam menjangkau beragam lapisan masyarakat dengan menyediakan informasi terkini dan relevan. Penyajian konten yang interaktif dan komunikatif menjadi faktor utama yang membuat masyarakat menerima dan mempertahankan persepsi positif terhadap PT PLN Persero. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai arena interaksi yang memungkinkan perusahaan membangun kedekatan emosional dengan pengguna, memperkuat citra positif, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pelayanan publik.

5. Persepsi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UNISRI pada Tayangan Infotainment Silet RCTI oleh Desi Puspitasari, Dian Esti Nurati, Nurnawati Hindra Hastuti pada tahun 2020.

Penelitian ini menguraikan dan menganalisis bagaimana mahasiswa transfer Program Studi Ilmu Komunikasi di UNISRI memandang tayangan infotainment Silet RCTI. Studi ini menggunakan teori persepsi dari Daddy Mulyana (2011), yang membahas komponen sensasi (stimulus), perhatian (atensi), dan interpretasi dalam memahami fenomena media. Metode yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sampel dipilih menggunakan purposive sampling untuk mendapatkan responden yang relevan. Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman, yang memungkinkan peneliti memahami dinamika persepsi mahasiswa secara mendalam. Hasilnya memperlihatkan bahwa tayangan Silet dipandang positif, terutama didukung oleh elemen sensasi berupa pembawa acara selebritis, variasi konten menarik, dan latar belakang set dengan tema gothic yang unik. Faktor eksternal yang memicu atensi adalah segmen Silet Viral dan intensitas siaran langsung Live Report, sementara faktor internal berakar pada kebutuhan biologis dan sosiopsikologis mahasiswa untuk mendapatkan informasi terbaru tentang kehidupan selebritis yang investigatif. Interpretasi mahasiswa menunjukkan bahwa penyampaian informasi oleh pembawa acara mudah dipahami, jelas,

dan terpercaya, sehingga meningkatkan daya tarik tayangan infotainment tersebut di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, isu yang diteliti umumnya berfokus pada persepsi masyarakat terhadap isu-isu sosial yang memengaruhi kehidupan sehari-hari, baik dalam ranah budaya, ekonomi, maupun komunikasi media.

Persepsi publik terhadap informasi yang tersebar, khususnya berkaitan dengan produk kebutuhan pokok seperti bahan bakar minyak, menjadi perhatian penting dalam kajian komunikasi. Salah satu isu yang menarik untuk diteliti lebih lanjut adalah isu Pertamina oplosan, yang menimbulkan berbagai macam persepsi di kalangan masyarakat, terutama menyangkut rasa percaya, kekhawatiran, dan konstruksi realitas terhadap informasi yang diterima.

Penelitian ini merujuk pada persepsi masyarakat dalam kajian terdahulu yang kemudian peneliti membahas bagaimana persepsi masyarakat dalam menerima isu, menafsirkan, memberikan penilaian mengenai isu Pertamina oplosan. Dengan demikian, persepsi masyarakat terhadap kebenaran informasi, motif penyebar isu, hingga sikap terhadap lembaga terkait menjadi bagian penting untuk dianalisis secara mendalam.

Mengacu pada teori komunikasi dari Stephen W. Littlejohn, terutama dalam konteks persepsi dan penafsiran pesan dalam proses komunikasi, penelitian ini mencoba melihat bagaimana masyarakat sebagai komunikan dalam menanggapi, menerima isu serta memberikan penafsiran maupun penilaian. Dalam kerangka ini, persepsi tidak hanya dipahami sebagai tanggapan sesaat, tetapi juga sebagai hasil

dari proses interaksi antara individu dengan pesan yang diterima melalui pengalaman, latar belakang, dan interpretasi personal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk mendalami bagaimana persepsi masyarakat dari berbagai latar belakang dalam menerima isu, menafsirkan, memahami, dan menilai mengenai isu Pertamina oplosan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai persepsi masyarakat yang berhubungan langsung dengan kebutuhan publik, serta memperkaya khazanah literatur komunikasi terkait proses pembentukan persepsi masyarakat. Lebih jauh, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi pihak-pihak terkait dalam membangun komunikasi publik yang lebih transparan dan kredibel.

1.5.3 Persepsi

Dalam konteks ilmu komunikasi, persepsi merupakan proses penting yang menjembatani antara pesan yang diterima dan makna yang dibentuk oleh individu. Menurut Stephen W. Littlejohn, persepsi adalah bagian dari proses komunikasi interpersonal yang kompleks, di mana individu tidak sekadar menerima informasi, tetapi juga secara aktif menyaring, menafsirkan, dan membentuk makna berdasarkan pengalaman, pengetahuan sebelumnya, serta konteks sosial yang mengelilinginya (Littlejohn & Foss, 2009). Persepsi dalam hal ini tidak bersifat objektif, melainkan merupakan konstruksi sosial dan psikologis yang unik pada tiap individu.

Persepsi juga menentukan bagaimana seseorang memahami realitas di sekitarnya membedakan mana informasi yang dianggap penting serta membentuk sikap dan respons terhadap suatu fenomena. Dalam proses komunikasi, persepsi berperan sebagai filter utama dalam pembentukan makna dari pesan yang diterima sehingga perbedaan persepsi antarindividu seringkali menimbulkan perbedaan interpretasi atas pesan yang sama.

Littlejohn menekankan bahwa persepsi terjadi melalui tiga proses utama, yaitu:

1. Seleksi yaitu individu memilih informasi yang dianggap relevan.
2. Organisasi yaitu individu mengelompokkan informasi ke dalam pola atau struktur tertentu.
3. Interpretasi yaitu individu memberikan makna terhadap informasi yang telah diseleksi dan diorganisasi.

Dengan demikian, persepsi bukan hanya sekadar proses pasif, melainkan aktif dan dinamis, yang membentuk cara pandang seseorang terhadap realitas sosial yang dihadapinya.

1.5.4 Persepsi Masyarakat

Persepsi masyarakat merupakan gambaran kolektif yang terbentuk dari penilaian dan tanggapan sejumlah individu terhadap suatu objek, kejadian, atau fenomena yang ada dalam lingkungan sosial mereka. Santika (2020) menjelaskan bahwa persepsi masyarakat adalah evaluasi yang dilakukan oleh masyarakat terhadap suatu objek atau kejadian yang

berlangsung di lingkungan sosialnya. Persepsi ini muncul sebagai hasil interaksi sosial antara individu-individu yang hidup bersama dan berbagi nilai-nilai, norma, cara, serta prosedur tertentu yang menjadi bagian dari sistem adat istiadat yang berkelanjutan. Sistem tersebut memiliki kekhasan identitas yang diperoleh melalui proses interpretasi terhadap rangsangan indera. Dalam konteks ini, persepsi masyarakat dapat dipahami sebagai cara pandang yang khas dalam menilai suatu permasalahan, di mana sudut pandang tersebut terbentuk berdasarkan kerangka interpretasi tertentu yang digunakan untuk memahami fenomena yang terjadi. Pemahaman ini penting dalam kajian sosial karena persepsi memengaruhi sikap, keputusan, dan tindakan kolektif yang diambil oleh masyarakat dalam menghadapi berbagai isu.

Persepsi ini tidak dibangun secara individual, melainkan merupakan hasil dari interaksi sosial, komunikasi interpersonal, media massa, budaya, dan pengalaman kolektif yang membentuk cara berpikir suatu kelompok. Menurut pendekatan konstruktivisme yang juga sejalan dengan pemikiran Littlejohn, persepsi masyarakat adalah hasil konstruksi sosial yang terbentuk melalui proses komunikasi berkelanjutan dalam masyarakat. Artinya, masyarakat membangun realitas sosialnya sendiri berdasarkan pemahaman bersama yang terbentuk dari pengalaman, diskusi, simbol budaya, dan narasi publik. Dalam konteks penelitian ini, persepsi masyarakat mengenai isu Pertamina oplosan terbentuk melalui

1. Paparan informasi dari media massa dan media sosial,

2. Diskusi antartetangga atau antaranggota masyarakat,
3. Pengalaman langsung atau tidak langsung terhadap kualitas bahan bakar,
4. Kepercayaan terhadap lembaga resmi seperti pemerintah atau Pertamina.

Dengan kata lain, persepsi masyarakat mengenai Pertamax oplosan tidak terjadi secara instan, tetapi melalui proses sosial yang kompleks dan dipengaruhi oleh faktor internal (pengetahuan, nilai-nilai, pengalaman pribadi) maupun eksternal (media, opini publik, kebijakan pemerintah).

1.5.5 Teori Komunikasi Persepsi oleh Littlejohn

Teori persepsi komunikasi menurut Stephen W. Littlejohn menempatkan proses persepsi sebagai bagian sentral dalam komunikasi antarpribadi dan sosial. Dalam buku *Theories of Human Communication*, Littlejohn & Foss (2009) menjelaskan bahwa setiap individu dan kelompok sosial memiliki cara masing-masing dalam membangun makna atas realitas melalui proses komunikasi yang subjektif. Proses ini dipengaruhi oleh budaya, pengalaman, konteks, dan hubungan sosial yang melingkupinya.

Menurut teori ini, komunikasi bukanlah proses linier yang hanya melibatkan pengirim dan penerima pesan, tetapi merupakan proses transaksional di mana penerima pesan secara aktif mengonstruksi makna. Littlejohn menekankan bahwa komunikasi adalah *interpretive process*, bukan hanya *transfer of information*. Oleh karena itu, persepsi yang

terbentuk pada masing-masing individu maupun kelompok sosial sangat bergantung pada bagaimana mereka menginterpretasikan pesan yang diterima dalam konteks tertentu.

Dalam konteks persepsi masyarakat mengenai isu Pertamina oplosan, teori Littlejohn dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana masyarakat menyusun makna atas informasi yang diterima dari berbagai sumber (misalnya media atau lingkungan sosial), bagaimana mereka membentuk keyakinan atau sikap terhadap isu tersebut, dan bagaimana persepsi tersebut memengaruhi respon serta tindakan mereka.

Teori ini juga sangat relevan dengan paradigma konstruktivisme, di mana individu dan kelompok sosial dianggap sebagai *active meaning makers*, bukan penerima informasi yang pasif. Maka dari itu, teori komunikasi persepsi Littlejohn digunakan dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana masyarakat menerima isu, menafsirkan, memaknai, dan memberikan penilaian terhadap isu sosial yang berkembang di lingkungan mereka dalam hal ini adalah Pertamina oplosan.

1.5.6 Manajemen Krisis

Manajemen krisis merupakan suatu proses strategis yang dilakukan oleh organisasi untuk menghadapi situasi tidak terduga yang berpotensi membahayakan keberlangsungan operasional, reputasi, maupun kepercayaan publik terhadap organisasi tersebut. Manajemen krisis tidak hanya berfokus pada penanganan teknis terhadap masalah yang muncul,

tetapi juga mencakup bagaimana organisasi mengelola persepsi publik dan komunikasi secara efektif selama dan setelah terjadinya krisis.

Menurut Coombs (2014), manajemen krisis manajemen krisis bukan hanya tentang mengatasi masalah yang terjadi, tetapi juga mencakup bagaimana organisasi mengelola persepsi dan komunikasi dengan publik secara tepat, cepat, dan transparan agar dampak negatif dapat diminimalisir.

Pernyataan ini menegaskan bahwa krisis tidak selalu bergantung pada besar atau kecilnya dampak nyata, tetapi pada bagaimana peristiwa tersebut dipersepsikan oleh publik atau pemangku kepentingan.

Lebih lanjut, Coombs (2014) menjelaskan bahwa manajemen krisis mencakup tiga tahap utama, yaitu:

1. Pra Krisis, yang meliputi identifikasi risiko, pencegahan, dan kesiapsiagaan organisasi terhadap potensi krisis;
2. Krisis, yaitu fase saat peristiwa krisis terjadi dan organisasi harus memberikan respon cepat, transparan, serta menunjukkan empati terhadap pihak terdampak;
3. Pasca-Krisis, berupa evaluasi, pemulihan reputasi, serta perbaikan sistem agar krisis serupa tidak terulang kembali.

Dalam konteks pelayanan publik, seperti perusahaan BUMN penyedia bahan bakar, manajemen krisis menjadi penting karena menyangkut hubungan kepercayaan antara organisasi dan masyarakat. Ketika persepsi negatif berkembang di tengah masyarakat dan tidak direspons secara terbuka serta empatik, maka krisis tersebut dapat bereskalasi menjadi kerusakan reputasi jangka Panjang.

1.6 Operasionalisasi Konsep

Dalam konteks ini, peneliti ingin mengetahui dan menggali lebih jauh tentang penerimaan isu, pemahaman, dan penilaian masyarakat mengenai isu oplosan berdasarkan atas informasi yang masyarakat terima dari lingkungan sekitar, pengalaman pribadi maupun pembicaraan dengan orang lain dan bagaimana masyarakat menafsirkan informasi tersebut melalui proses penyaringan personal dan sosial yang panjang. Kemudian menciptakan dinamika persepsi yang beragam tergantung dari pengalaman, nilai, dan cara masyarakat mengakses serta menginterpretasi informasi.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai pengalaman apa saja yang telah dialami oleh masyarakat, pemahaman dari masyarakat itu sendiri, pendapat pribadi mengenai isu Pertamina oplosan, kesan pertama yang muncul dibenak masyarakat, tingkat keraguan atau keyakinan masyarakat, tingkat kepercayaan dalam menanggapi kebenaran isu, reaksi spontan dari masyarakat dan penilaian dari masyarakat. Oleh karena itu, persepsi masyarakat sangat berpengaruh dalam memberikan citra serta penilaian baik buruknya kepada Pertamina mengenai isu Pertamina oplosan yang akan diteliti lebih lanjut oleh peneliti.

1.7 Argumen Penelitian

Dalam penelitian ini, diasumsikan bahwa persepsi masyarakat mengenai isu Pertamina oplosan terbentuk melalui proses yang kompleks, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Isu Pertamina oplosan yang sempat menjadi perhatian publik tidak hanya membentuk pemahaman spontan dari masyarakat,

tetapi juga menciptakan dinamika persepsi yang beragam tergantung dari pengalaman, nilai, dan cara masyarakat mengakses serta menginterpretasi informasi.

Masyarakat sebagai penerima pesan tidak pasif dalam merespons isu ini, melainkan secara aktif membentuk makna berdasarkan stimulus yang diterima dari media, lingkungan sekitar, maupun pengalaman pribadi. Dalam proses ini, informasi mengenai dugaan oplosan Pertamina bukan hanya dilihat sebagai sebuah fakta, melainkan sebagai bahan konstruksi persepsi yang kemudian dapat membentuk opini publik, sikap konsumen, bahkan potensi ketidakpercayaan terhadap instansi tertentu seperti Pertamina.

Peneliti mengasumsikan bahwa persepsi yang terbentuk di tengah masyarakat tidak tunggal, melainkan bervariasi tergantung pada konteks sosial, tingkat literasi media, kepercayaan terhadap institusi, serta pengalaman konsumsi bahan bakar. Dalam konteks ini, persepsi bukan hanya soal benar atau salahnya isu tetapi juga tentang bagaimana masyarakat menafsirkan informasi tersebut melalui proses penyaringan personal dan sosial yang panjang.

Mengacu pada teori persepsi Littlejohn (2008), proses ini melibatkan tahap penerimaan stimulus, pengorganisasian informasi, interpretasi, evaluasi, hingga pembentukan makna sosial yang pada akhirnya membentuk sikap masyarakat mengenai isu Pertamina oplosan. Maka, penelitian ini berangkat dari argumen bahwa persepsi masyarakat mengenai isu tersebut bukan semata-mata terbentuk karena fakta media, melainkan melalui proses komunikasi yang aktif dan dipengaruhi oleh konstruksi sosial yang terus berkembang.

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara rinci dan mendalam mengenai persepsi masyarakat mengenai isu Pertamina oplosan. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pandangan, pengalaman, dan makna yang dibentuk oleh masyarakat melalui proses komunikasi sosial yang kompleks.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini berlandaskan pada teori persepsi dari Stephen W. Littlejohn, yang menyatakan bahwa persepsi merupakan proses aktif di mana individu mengorganisasi dan menafsirkan stimulus sensorik untuk menciptakan makna (Littlejohn, 2008).

Dalam teori ini, persepsi tidak hanya ditentukan oleh stimulus eksternal seperti berita atau informasi yang diterima masyarakat, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengalaman, nilai, dan harapan masing-masing individu. Oleh karena itu, pendekatan ini menempatkan pengalaman subjektif dan interaksi sosial masyarakat sebagai inti dalam memahami persepsi mengenai isu Pertamina oplosan.

Melalui pendekatan ini, peneliti ingin menggali bagaimana masyarakat menerima informasi seputar isu Pertamina oplosan, bagaimana mereka mengorganisasikan informasi tersebut berdasarkan pengalaman atau pengetahuan sebelumnya, serta bagaimana mereka menafsirkan dan membentuk penilaian sosial tentang baik buruknya mengenai isu Pertamina oplosan.

Dalam hal ini, persepsi masyarakat mengenai Pertamina oplosan bukan hanya dinilai dari sisi logika atau fakta yang beredar, tetapi dari cara mereka membentuk realitas sosial melalui proses komunikasi. Misalnya, masyarakat mungkin menilai Pertamina telah tercemar atau diragukan kualitasnya, bukan hanya karena bukti langsung, melainkan karena pengaruh media, percakapan sehari-hari, dan ketidakpercayaan yang telah terbentuk sebelumnya terhadap lembaga penyedia bahan bakar.

1.8.2 Situs Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan sekitaran daerah di Kota Magelang, Jawa Tengah.

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki persepsi mengenai isu Pertamina oplosan, khususnya mereka yang menggunakan BBM jenis Pertamina, atau aktif dalam diskusi publik terkait isu ini, baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Pemilihan subjek penelitian dilakukan secara *purposive* atau bertujuan, di mana informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan kebutuhan penelitian.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah

1. Berusia minimal 18 tahun, sebagai representasi individu yang telah memiliki kapasitas pemahaman dan pengalaman dalam mengakses serta menanggapi informasi publik.

2. Pernah menggunakan atau mengetahui produk BBM jenis Pertamina, baik secara rutin maupun sesekali.
3. Mengetahui atau pernah menerima informasi mengenai isu Pertamina oplosan, baik dari media massa, media sosial, maupun pengalaman pribadi.
4. Bersedia untuk diwawancarai secara mendalam dan terbuka mengenai pemahaman mengenai isu, penafsiran secara pribadi, bagaimana penilaian masyarakat serta pengalamannya terkait isu tersebut.

Subjek penelitian tidak dibatasi oleh profesi atau latar belakang sosial tertentu agar dapat menangkap keragaman persepsi yang muncul dari berbagai kalangan masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendekatan konstruktivis dalam penelitian kualitatif, di mana realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang dibentuk melalui pengalaman dan interpretasi subjektif masing-masing individu.

1.8.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data verbal hasil dari wawancara dengan narasumber tentang persepsi masyarakat.

1.8.5 Sumber Data

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari responden hasil dari wawancara. Sedangkan untuk data sekunder adalah data yang

didapatkan dari referensi buku, jurnal, artikel, berita, dan yang lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

1.9 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam untuk mendapatkan penjelasan mengenai persepsi dari masyarakat selaras dengan tujuan dari penelitian. Wawancara mendalam merupakan proses dalam pencarian informasi dengan tanya jawab antara narasumber dengan pewawancara secara langsung atau bertatap muka. Pada tahap wawancara akan menggunakan *interview guide* supaya mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data.

1.10 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan teori persepsi menurut Stephen W. Littlejohn dalam *Theories of Human Communication* (2008). Menurut Littlejohn, persepsi merupakan proses aktif yang dilakukan individu dalam mengorganisasi dan menafsirkan stimulus sensorik untuk menciptakan makna. Proses persepsi ini terdiri atas beberapa tahapan, yaitu penerimaan stimulus, organisasi informasi, interpretasi dan evaluasi, serta pembentukan makna sosial.

Penelitian ini mengacu pada tahapan-tahapan tersebut untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan subjek penelitian. Berikut penjabaran tahapan analisisnya

1. Penerimaan Stimulus

Data yang terkumpul dianalisis untuk melihat bagaimana informan pertama kali menerima informasi mengenai isu Pertamina oplosan. Analisis

ini mencakup sumber informasi (media sosial, berita, komunikasi antarpribadi), bentuk stimulus (berita viral, opini publik, pengalaman pribadi), serta reaksi awal masyarakat saat menerima informasi tersebut.

2. Organisasi Informasi

Pada tahap ini, peneliti mengkaji bagaimana informan mengelompokkan, menyusun, dan menghubungkan informasi yang diterima dengan pengalaman atau pengetahuan sebelumnya. Proses ini mencerminkan cara informan membangun struktur pemahaman mengenai isu Pertamina oplosan.

3. Interpretasi dan Evaluasi

Peneliti kemudian menelaah bagaimana informan memberikan penafsiran dan menilai informasi yang telah mereka organisasikan. Analisis ini mencakup penilaian, kepercayaan, serta kondisi emosional yang memengaruhi cara informan menilai kebenaran.

4. Pembentukan Makna Sosial

Tahap akhir dari analisis adalah mengamati bagaimana makna sosial terbentuk melalui proses komunikasi dan interaksi antarindividu. Peneliti melihat bagaimana persepsi informan mengenai isu Pertamina oplosan diperkuat, ditentang, atau dibentuk ulang dalam konteks sosial mereka seperti penerimaan isu, pemahaman, dan penilaian informan.

Melalui analisis berdasarkan teori Littlejohn ini, peneliti dapat memahami bahwa persepsi masyarakat mengenai isu Pertamina oplosan tidak terbentuk secara instan, melainkan merupakan hasil konstruksi aktif yang dipengaruhi oleh stimulus eksternal dan internal, serta proses sosial yang berlangsung di sekitarnya.

Analisis ini memberikan gambaran yang menyeluruh tentang bagaimana masyarakat membentuk persepsi mereka terhadap isu Pertamina oplosan yang kemudian akan memberikan gambaran bagaimana masyarakat dalam menerima isu, memberikan penilaian baik buruk, penafsiran masyarakat dan pemahaman masyarakat.

1.10.1 Kualitas Data

Untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan dan memiliki validitas yang tinggi, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2015) yaitu pengumpulan dan penggabungan data dari berbagai sumber, teknik, dan waktu guna menguji konsistensi data yang diperoleh. Triangulasi ini digunakan untuk meningkatkan akurasi, kredibilitas, dan keandalan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan empat standar keabsahan data yaitu

1. Credibility

Uji kredibilitas dilakukan untuk mengukur tingkat keaslian dan kebenaran data yang dikumpulkan.

Dalam konteks penelitian ini *credibility* diperoleh melalui

- a. Wawancara mendalam dengan masyarakat mengenai isu Pertamina oplosan.
- b. Observasi lapangan terhadap respons masyarakat dalam menanggapi isu tersebut.

- c. Pemeriksaan ulang (*cross check*) terhadap data hasil wawancara dengan informasi yang beredar di media massa, serta analisis terhadap persepsi masyarakat secara umum guna memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan realitas.

2. *Transferability*

Transferability atau keteralihan berkaitan dengan sejauh mana temuan dari penelitian ini dapat diterapkan dalam konteks yang lebih luas atau situasi serupa. Untuk menjamin *transferability*

- a. Peneliti memberikan deskripsi yang detail mengenai latar belakang subjek, konteks sosial tempat tinggal, serta media yang menjadi saluran penyebaran isu.
- b. Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi isu serupa yang berkaitan dengan persepsi publik terhadap isu produk dan kebijakan BUMN atau perusahaan besar lainnya, sehingga memberikan manfaat untuk studi komunikasi, persepsi masyarakat, penerimaan masyarakat dan penilaian masyarakat.

3. *Dependability*

Dependability atau keterandalan diuji dengan memastikan bahwa proses penelitian dilakukan secara konsisten dan dapat ditelusuri kembali oleh peneliti lain. Dalam penelitian ini

- a. Peneliti mencatat secara sistematis semua tahapan proses mulai dari pengumpulan data, proses wawancara, teknik

analisis berbasis teori persepsi Littlejohn, hingga penyusunan hasil.

- b. Penggunaan teori yang jelas dan kerangka analisis yang konsisten menjamin bahwa proses penelitian dapat direplikasi jika diperlukan.

4. *Confirmability*

Confirmability berkaitan dengan objektivitas hasil penelitian. Penelitian dikatakan memenuhi unsur *confirmability* apabila data yang diperoleh benar-benar berasal dari informasi yang disampaikan oleh subjek dan tidak dipengaruhi oleh persepsi pribadi peneliti. Dalam konteks ini

- a. Peneliti menjaga posisi sebagai pengamat netral dan tidak mengarahkan jawaban subjek wawancara.
- b. Data hasil wawancara dicocokkan dengan sumber sekunder seperti dokumentasi berita dan pernyataan resmi dari lembaga terkait (seperti Pertamina atau pemerintah), serta tidak menyimpang dari proses analisis berdasarkan tahapan persepsi menurut Littlejohn.

Dengan memenuhi keempat aspek ini, hasil penelitian diharapkan memiliki kualitas data yang kuat, dapat dipercaya, dan mampu memberikan kontribusi yang valid terhadap studi komunikasi serta pemahaman tentang persepsi masyarakat dalam konteks isu sosial korporat.

1.11 Keterbatasan Penelitian

Dalam setiap pelaksanaan penelitian, tentu terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui oleh peneliti sebagai bagian dari upaya menjaga transparansi dan kejujuran akademik. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini meliputi

1. Keterbatasan Subjek dan Wilayah Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada sekelompok masyarakat tertentu yang sesuai dengan kriteria penelitian dan tidak bisa menyeluruh untuk dilakukan penelitian dan penelitian ini hanya dilakukan di satu wilayah saja sehingga tidak dapat menyeluruh dalam mengetahui persepsi masyarakat secara luas.

2. Keterbatasan Waktu Pengumpulan Data

Waktu yang tersedia untuk pengumpulan data bersifat terbatas, sehingga peneliti hanya mampu melakukan wawancara secara mendalam kepada beberapa informan saja. Hal ini berpotensi membatasi keragaman persepsi yang muncul dari masyarakat secara lebih luas dan mendalam.

3. Keterbatasan Kedalaman Informasi

Tidak semua responden dapat menjelaskan persepsi mereka secara mendalam. Beberapa informan hanya menyampaikan pendapat secara singkat atau cenderung mengikuti narasi yang berkembang di media tanpa refleksi pribadi yang kuat. Hal ini membuat proses analisis perlu dilakukan secara hati-hati agar tidak terjadi *over* generalisasi.

4. Keterbatasan Akses terhadap Data Sekunder Resmi

Peneliti mengalami keterbatasan dalam mengakses data atau dokumen resmi dari pihak PT Pertamina maupun instansi pemerintah terkait

mengenai penanganan isu Pertamina oplosan. Hal ini membuat triangulasi data dari pihak institusional menjadi terbatas dan bergantung pada data sekunder dari media atau publikasi yang telah beredar di ruang publik.

5. Penggunaan Satu Teori sebagai Dasar Analisis

Penelitian ini secara spesifik menggunakan teori persepsi dari Stephen W. Littlejohn tanpa menggabungkan pendekatan teori komunikasi lainnya. Meskipun teori ini memberikan kerangka yang kuat dalam memahami proses persepsi, namun pendekatan teori lain seperti *framing* atau agenda *setting* bisa memberikan dimensi tambahan terhadap analisis persepsi masyarakat mengenai isu ini.