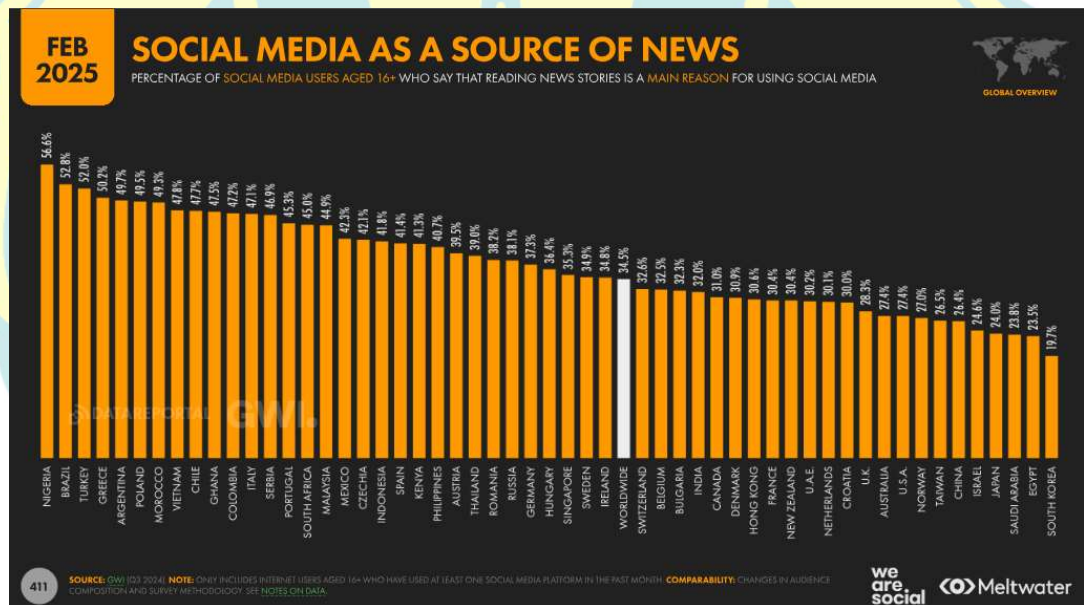


BAB 1 PENDAHULUAN

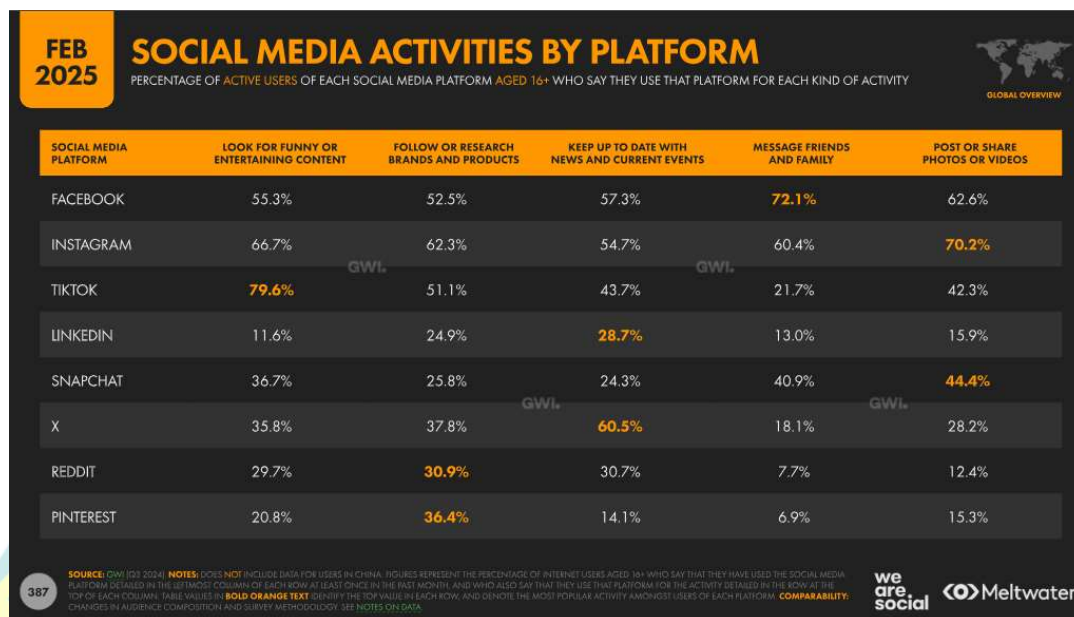
1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi kebutuhan yang tidak terpisahkan bagi semua orang (Aqilah et al., 2023). Tidak hanya menjadi sarana komunikasi massal, media sosial juga memainkan peran penting dalam menyediakan berbagai layanan yang memudahkan aktivitas sehari-hari. Media ini memberikan kesempatan bagi setiap individu untuk mengekspresikan diri secara bebas. Dalam beberapa tahun terakhir, pesatnya kemajuan teknologi telah menjadikan media sosial sebagai elemen yang sangat central dalam kehidupan masyarakat (Gunawan et al., 2022).



Gambar 1. Data Statistik Media Sosial sebagai Tempat Pencarian Berita

Media sosial telah menjadi salah satu saluran vital untuk menyebarkan informasi dan berita secara luas kepada masyarakat, baik di tingkat global maupun di Indonesia. Mengacu pada penelitian oleh We Are Social hingga Februari 2025, Indonesia menempati urutan ke-19 di antara negara-negara dengan 41,8% penduduknya yang aktif mencari dan menyebarkan berita melalui media sosial. Ini mencerminkan betapa besar faktor media sosial terhadap penyebaran informasi di Indonesia.



Gambar 2. Grafik Aktifitas Setiap Platform Media Sosial

Jika dilihat pada data yang dirilis oleh We Are Social pada Februari 2025, penggunaan media sosial kini menjadi unsur yang tak terpisahkan pada zaman modern. Media sosial tidak hanya difungsikan sebagai tempat hiburan, tetapi juga sebagai wadah informasi utama bagi banyak orang. Perkembangan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sarana yang sangat dinamis, memungkinkan masyarakat untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, dan menanggapi berbagai isu yang terjadi di sekitarnya.

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang cepat telah menjadikan media sosial sebagai salah satu pilar utama dalam penyebaran informasi (Haryani & Fauzar, 2021). Kehadiran media sosial juga telah mengubah secara signifikan lanskap dunia jurnalistik. Jurnalisme yang dulunya mengedepankan akurasi dan melalui berbagai tahapan kini bertransformasi menjadi jurnalisme yang bergerak dengan begitu cepat, seringkali mengabaikan sumber berita dan keakuratan informasi, menurut Rohmania & Rohmad Abidin, (2024). Sama halnya dengan isu mengenai bahan bakar pertamax yang dioplos atau dimodifikasi menggunakan bahan bakar pertalite dan air cukup ramai

dibicarakan hingga dapat menggeser konsumen lebih memilih menggunakan bahan bakar pertalite ataupun pertamax.

Pertamina adalah perusahaan milik negara yang didirikan sekitar tahun 1950, berfokus pada bidang usaha minyak dan gas bumi di seluruh sektor, dari hulu hingga hilir. Setelah periode perang mempertahankan kemerdekaan, pemerintah Republik Indonesia mulai mengembalikan fungsi negara dan melakukan penginventarisasian sumber-sumber pendapatan negara, termasuk di sektor minyak dan gas. Namun, pada saat itu, pengelolaan ladang-ladang minyak yang diwariskan terlihat tidak teratur dan sering kali diliputi oleh berbagai sengketa, dikutip pada Pertamina, (2023).

Pertamina memiliki peranan yang sangat penting dalam menyediakan dan mengelola bahan bakar untuk masyarakat dari berbagai kalangan, menurut Winarto, (2021). Sebagai penyedia energi terkemuka di Indonesia, Pertamina tidak hanya berperan sebagai pilar utama yang mendukung kegiatan ekonomi, tetapi menjadi pokok utama dari segala bidang kehidupan masyarakat. Berbagai jenis bahan bakar yang ditawarkan, seperti Pertamax dan Pertalite, telah menjadi kebutuhan mendasar yang esensial dalam mendukung mobilitas dan produktivitas masyarakat.

Melihat betapa pentingnya bahan bakar yang dihasilkan oleh Pertamina, tidak mengherankan jika isu-isu terkaitnya selalu hangat diperbincangkan oleh masyarakat. Salah satunya adalah isu modifikasi ilegal terhadap bahan bakar Pertamax. Dalam praktik ini, bahan bakar Pertalite dicampurkan dengan air untuk dijadikan bahan bakar Pertamax. Tindakan ini tidak hanya merugikan konsumen yang membayar harga lebih untuk mendapatkan kualitas bahan bakar yang diharapkan, tetapi juga berpotensi merusak kendaraan dan membahayakan keselamatan. Isu ini pun menjadi topik hangat di media sosial, menarik perhatian banyak orang dan memicu beragam reaksi dari masyarakat.

Most active sites

	SITE	MENTIONS
1	youtube.com	5873
2	tiktok.com	5414
3	twitter.com	2691
4	detik12.com	598
5	bsky.app	499
6	facebook.com	484

Gambar 3. Data Media Sosial Paling Aktif Dalam Isu Modifikasi Pertamina By Brand24

Berdasarkan pada Brand24 yang menunjukkan bahwa sejumlah platform media sosial sangat aktif dalam membicarakan isu modifikasi Pertamina. YouTube berada di urutan teratas, diikuti oleh TikTok, Twitter, serta situs berita seperti detik12.com dan bsky. app, dengan Facebook di posisi terakhir. Meskipun begitu, dalam studi ini, peneliti memutuskan untuk fokus pada TikTok, Twitter, dan Facebook sebagai media sosial yang dijadikan objek penelitian. Keputusan ini diambil dengan mempertimbangkan bahwa ketiga platform tersebut adalah media sosial dengan *social networking site* yang paling aktif membahas isu ini, serta memiliki fitur interaksi sosial yang kuat dan cocok untuk dianalisis dalam konteks sentimen masyarakat.

(Kaplan & Haenlein, 2010) menyatakan bahwa *social networking sites* seperti TikTok, Twitter, dan Facebook berfungsi sebagai tempat utama bagi orang-orang untuk menyampaikan pendapat, berbagi informasi, dan membangun diskusi publik secara luas. Oleh karena itu, pemilihan ketiga media sosial ini sebagai fokus penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat tentang perubahan sentimen publik terkait isu modifikasi Pertamina, serta sejalan dengan karakteristik media sosial yang mendukung interaksi dua arah dan penyebaran opini secara luas di kalangan masyarakat. Komunitas konten seperti YouTube lebih berfungsi sebagai sarana untuk distribusi dan konsumsi konten. Sehingga para pengguna YouTube umumnya bertindak sebagai konsumen atau pengunggah konten, di mana interaksi yang terjadi bersifat terbatas pada komentar yang bersifat asinkron dan tidak selalu mencerminkan adanya diskusi sosial yang hidup dan berkesinambungan.

Oleh karena itu, dalam konteks analisis sentimen, YouTube kurang tepat untuk dijadikan sebagai sumber utama karena interaksi sosial yang berlangsung tidak seintens

dan secepat pada platform jejaring sosial lainnya yang mendukung pembentukan sentimen secara kolektif dan real-time.

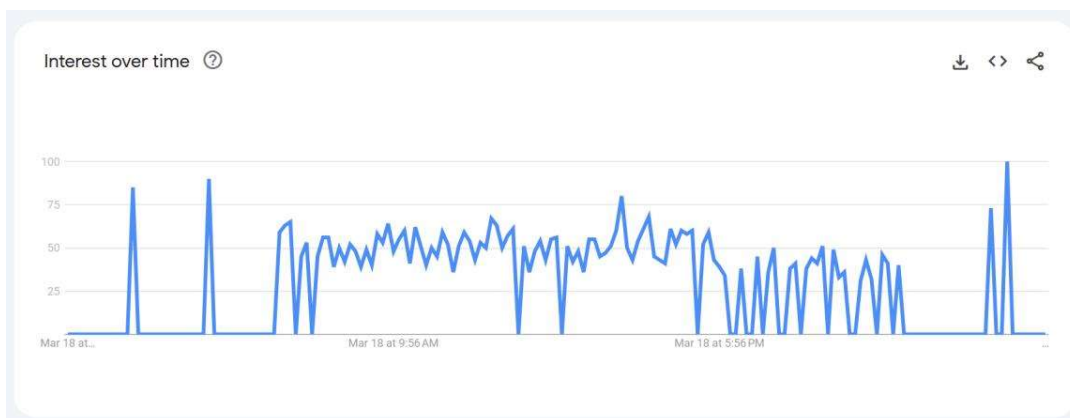
Dengan demikian, meskipun YouTube memiliki tingkat penyebutan yang tinggi, sifatnya sebagai komunitas konten menjadikannya kurang ideal untuk dijadikan objek analisis dalam penelitian yang berfokus pada interaksi sosial dan pembentukan sentimen secara langsung, sehingga platform ini tidak termasuk dalam analisis utama penelitian ini.

Berkaca pada penelitian mengenai “*Analisis Sentiment terkait Data Ulasan Pengguna MyPertamina di Twitter*” oleh Hutabarat et al, (2024), Penelitian tersebut menjelaskan bagaimana analisis sentimen digunakan untuk mengklasifikasikan tweet ke dalam berbagai kelas sentimen di media sosial Twitter (yang saat ini dikenal sebagai Media Sosial X). Dengan demikian, analisis ini memudahkan kita untuk mengidentifikasi fitur atau layanan yang mendapatkan banyak respon positif dari masyarakat, serta keluhan atau ulasan negatif yang mungkin timbul dari pengguna.

Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian lainnya terletak pada teknik analisis yang digunakan. Penelitian mengenai MyPertamina menerapkan metode teks mining, sementara penelitian mengenai modifikasi Pertamax menggunakan analisis dengan bantuan alat Brand24. Selain itu, sumber data yang diambil juga berbeda. Penelitian MyPertamina hanya memanfaatkan media sosial Twitter, sedangkan penelitian ini

Intelligentia - Dignitas

mencakup platform media sosial, yaitu Twitter, Facebook, TikTok.



Gambar 4. Grafik Isu Terkait Pertamina yang Masih Aktif Hingga Pada Bulan Maret 2025 By Google Trends

Dapat terlihat pada grafik yang dikutip pada *Google trends*, penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana tanggapan publik mengenai isu yang ternyata terus berkembang di Masyarakat mengenai modifikasi Pertamina di media sosial ini masih aktif dibicarakan masyarakat luas, sampai saat penelitian ini dibuat.

Melihat dinamika yang terjadi, menarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai sentimen masyarakat terhadap isu modifikasi Pertamina. Analisis terhadap sentimen publik dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai perspektif masyarakat terhadap isu ini, serta faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mereka. Diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Pertamina dalam usaha meningkatkan kualitas layanan dan menjaga kepercayaan publik.

Analisis terhadap berbagai pendapat seseorang dalam memberikan komentar disebut sebagai analisis sentiment menurut, Wijaya et al., (2022). Dalam penelitian ini, memanfaatkan Brand24 untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan sentimen publik yang muncul di media sosial. Tujuan dari analisis sentimen adalah untuk mengungkapkan sikap atau emosi yang terkandung dalam berbagai bentuk teks, seperti ulasan, komentar, dan postingan di media sosial. Sentimen-sentimen ini kemudian dapat dikelompokkan ke dalam kategori positif, negatif, atau netral.

Tanggapan masyarakat yang bervariasi terhadap isu ini menunjukkan pentingnya melakukan analisis mengenai pendapat publik terkait masalah tersebut. Selain itu, kita perlu memahami bagaimana masyarakat bereaksi terhadap kebijakan yang berkaitan dengan isu yang tengah diperbincangkan (Rohmania & Rohmad Abidin, 2024). Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan mengenai cara publik berkomunikasi dan menyampaikan pendapat di media sosial, terutama di media sosial, yang menjadi faktor besar terhadap persepsi dan sikap masyarakat.

1.2 Perumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang maka penulis melakukan pengembangan rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu *“Bagaimana sentimen publik terhadap isu modifikasi bahan bakar pertamax pertamina di Media Sosial?”*

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa batasan masalah yang perlu diperhatikan, sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya fokus pada analisis data Indonesia yang diperoleh dari beberapa platform media sosial, Twitter, Facebook, dan TikTok
2. Penelitian ini menganalisis data dihitung dalam periode tertentu mulai dari 09 Februari – 15 April 2025
3. Penelitian ini dibatasi oleh kemampuan alat Brand24 yang hanya dapat mengumpulkan data dari 30 hari terakhir, sehingga pengambilan data dilakukan secara berkala setiap periode.

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Mengetahui analisis sentiment terkait isu modifikasi bahan bakar pertamax pertamina melalui media sosial
2. Mendeskripsikan dinamika sentiment publik terhadap isu modifikasi bahan bakar pertamax pertamina.

1.5 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini:

1. Manfaat Akademis
 - a. Memberikan pengetahuan mengenai peran media dalam memengaruhi sentimen publik terkait penyebaran isu modifikasi bahan bakar pertamax pertamina
2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan gambaran sentimen publik terhadap isu modifikasi bahan bakar pertamax yang dapat dijadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan strategi komunikasi.
 - b. Hasil analisis dapat menjadi dasar untuk melakukan perbaikan, seperti meningkatkan pengawasan terhadap distribusi bahan bakar atau memastikan kualitas produk yang sesuai standar.

Intelligentia - Dignitas