

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penjualan kendaraan bermotor di Indonesia baik roda dua maupun roda empat, mengalami pertumbuhan yang pesat dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah kendaraan ini berdampak langsung pada konsumsi bahan bakar minyak yang juga kian meningkat. Dengan kondisi ini, para produsen kendaraan bermotor berlomba-lomba menawarkan produk unggulan mereka yang dilengkapi mesin berperforma tinggi. Teknologi mesin yang semakin canggih mengharuskan pemilik kendaraan untuk memahami cara perawatan yang tepat dan jenis bahan bakar yang sesuai.

Bahan bakar minyak kini menjadi salah satu komponen yang semakin esensial dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini tercermin dari jumlah kendaraan bermotor yang terus meningkat, yang mengandalkan BBM sebagai sumber energi. Berdasarkan data pada Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kendaraan bermotor di Indonesia pada tahun 2010 mencapai 76. 907. 127 unit. Jumlahnya melonjak menjadi 104. 118. 969 sampai dengan di tahun 2025 lebih tepatnya pada 25 maret, total kendaraan di Indonesia mencapai 168.212.993. Peningkatan yang signifikan ini Tentunya berimbas pada konsumsi BBM yang semakin tinggi sumber tersebut di catat oleh Korps Lalu Lintas Kepolisian Republik Indonesia dilansir dari Kompas.com (26 Maret 2025).

Lalu kampanye adalah kegiatan komunikasi untuk menyampaikan informasi yang direncanakan secara, progresif yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, seseorang. Menurut Herbert Siemens mengatakan kampanye diselenggarakan oleh serangkaian berita dari orang-orang yang menyampaikan aspirasi atau pendapat, kampanye sendiri merupakan kegiatan yang terorganisir melalui serangkaian berita. Serta tindakan dan juga kampanye bertujuan mencapai efek yang spesifik dari sejumlah besar kelompok ataupun target biasanya berpusat dalam periode waktu tertentu (Basri 2020 : 1).

Selain itu audiens sangat penting dalam strategi kampanye karna. Secara umum, audiens adalah titik awal untuk semua kegiatan kampanye. Pengetahuan audiens mendesain kita saat merancang "pesan", untuk siapa media apa yang cocok untuk menyampaikannya. Berbagai penelitian tentang kampanye atau informasi kemungkinan kampanye tidak efektif. Kurangnya perhatian penuh sebagai objek penyampainya (Basri 2020 : 6).

Penyampaian kampanye dapat dipahami sebagai pandangan umum atau holistik mengenai suatu objek, yang ditinjau dari berbagai aspek yang mudah dipahami oleh individu. Memahami pesan melalui Kampanye terhadap suatu lembaga pemerintah merupakan langkah penting untuk menggali keinginan atau harapan masyarakat terhadap PT. Pertamina Persero, sebagai institusi sosial yang berkembang untuk melayani masyarakat, mampu dapat memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh masyarakat itu sendiri. Penelitian ini dilakukan untuk

menggali sikap komunitas *metro scoots* terhadap kasus pertamax oplosan.

Kasus ini bermula saat kantor jaksa penuntut telah menunjukkan bahwa pencampuran Ron 92 dilakukan dengan mencampur kualitas yang lebih rendah dari terminal dan pengusaha minyak Muhammad Riza Chalid, yaitu Muhammad Kerry Andriano Andriano Riza (MKAR) yang mencurigakan. Pemeriksaan ini terjadi di terminal PT. Orbit terminal Merak, yang ditemukan bersama dalam kepemilikan tersangka Kerry dan GRJ hal ini terungkap ketika Kantor Kejaksaan Agung menggambarkan peran dari dua tersangka baru, yaitu peran Direktur Pemasaran Pusat dan bisnis perdagangan PT. Pertamina Patra Niaga, Maya Kusmaya dan Edward corne dalam kasus dugaan korupsi Kelola tata minyak mentah serta produk kilang pada PT Pertamina Patra Niaga periode 2018-2023.

Dilansir dari Kompas.com (Rabu 26 Febuari 2025). “Kemudian tersangka Maya Kusmaya (MK) memerintahkan atau memberikan persetujuan kepada EC untuk melakukan blending produk kilang pada jenis RON 88 dengan RON 90 agar dapat menghasilkan RON 92 di terminal PT Orbit Terminal Merak milik tersangka MKAR dan tersangka GRJ atau yang dijual dengan harga RON 92,” ujar Direktur Penyidikan Jaksa Agung Muda Pidana Khusus Kejaksaan Agung Abdul Qohar saat konferensi pers di Gedung Kartika Kejaksaan Agung, Jakarta.

Di satu sisi, PT. Pertamina Patra Niaga dengan tegas menyatakan bahwa mereka tidak mencampur bahan bakar impor dengan Ron 90 menjadi Ron 92. Produk yang mereka terima dari kilang dan pabrik impor sudah memiliki kualitas nilai oktan standar, dan di terminal BBM hanya menambahkan pewarna. dan penambahan zat aditif serta sudah sesuai dengan standar nilai oktan, sebagaimana pelaksana tugas harian (Pth) Presiden PT. Pertamina Patra Niaga Mars Ega Legowo, mengklaim bahwa penambahan aditif ke Pertamina atau Ron 92 adalah untuk meningkatkan efisiensi dan performa.

Kasus ini diperkirakan menyebabkan kerugian negara sebesar Rp. 193,7 miliar (pada tahun 2023), sehingga diperkirakan jumlah tersebut terus tumbuh dengan perkiraan Rp. 968,5 miliar. Karena hal tersebut kendaraan konsumen yang diisi dengan BBM kualitas rendah akan menyebabkan kerusakan mesin. Selain itu biaya pemeliharaan meningkat, dikarenakan kendaraan mengkonsumsi kualitas Ron BBM yang rendah. Hal tersebut juga memiliki keberlanjutan mesin menjadi berkurang dalam hal performa, padahal yang lebih besar, hal ini berdampak pada daya beli, kepercayaan Masyarakat ataupun komunitas dan produktivitas Masyarakat menjadi menurun kepada Pertamina pasca kasus Pertamina oplosan. Dilansir dari Monitor Depok.com (Kamis 27 Februari 2025).

Selain itu Sikap merupakan pengetahuan dan emosi, yang mampu menciptakan perilaku tertentu. Yang memiliki objek dalam pengaturan saat ini secara langsung terkait dengan pemikiran sehingga komponen kognitif dapat menggambarkan objek. hal ini menyatakan bahwa dalam suatu objek mengenai sifat -sifat argumen dari objek termasuk. sebagai contoh orang melihat kerja sama antar etnis dan antara kelompok dalam kegiatan pembangunan pedesaan. Dalam penelitian ini objek yaitu komunitas motor *metro scoots* untuk melihat sikap yang dialami pasca isu pertamax oplosan (Hernawan dkk 2021 : 26).

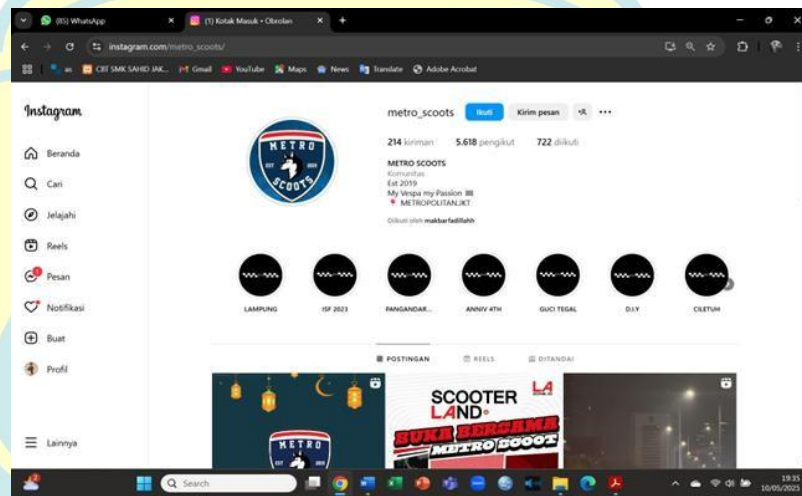
Dalam konteks diatas penelitian ini menggunakan metode kuantitatif mengenai sikap komunitas motor *metro scoots* terhadap kualitas BBM Pertamina pasca isu oplosan, teori yang dipakai adalah atribusi. Hal ini digunakan untuk menganalisis bagaimana konsumen mengatasi ketidaknyamanan akibat konflik antara kepercayaan mereka terhadap kualitas Pertamina dan informasi negatif yang diterima.

Definisi singkat dari teori atribusi adalah suatu proses di mana individu memberikan arti pada tindakan orang lain atau berusaha menjelaskan alasan di balik perilaku tersebut. Pemahaman dan interpretasi ini dibentuk oleh cara pandang dan pengelompokan individu terhadap dunia di sekitar mereka, maupun diri sendiri, serta orang lain. Dengan demikian, atribusi sangat dipengaruhi oleh konteks spesifik serta pengalaman psikologis dan interaksi sosial seseorang. Respons terhadap tindakan orang lain dapat terpengaruh oleh atribusi

yang tidak tepat, yang dapat menghambat komunikasi yang efektif antar individu maupun antar kelompok. Teori atribusi memperluas ruang lingkup pengelompokan dan pemahaman saat menginterpretasikan tindakan orang lain (Wang & Kulich 2015 : 3).

Gambar 1.1.

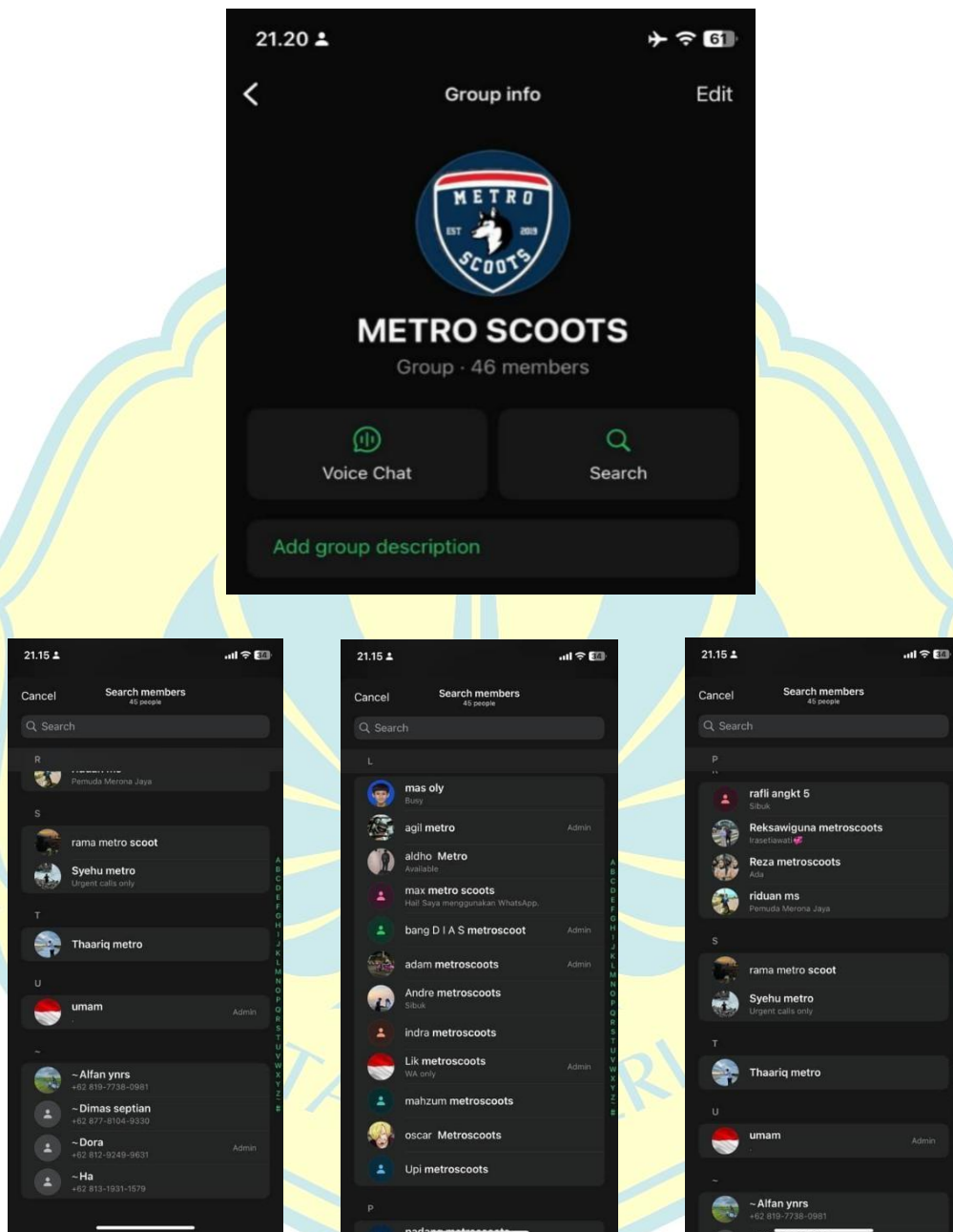
Profil Instagram

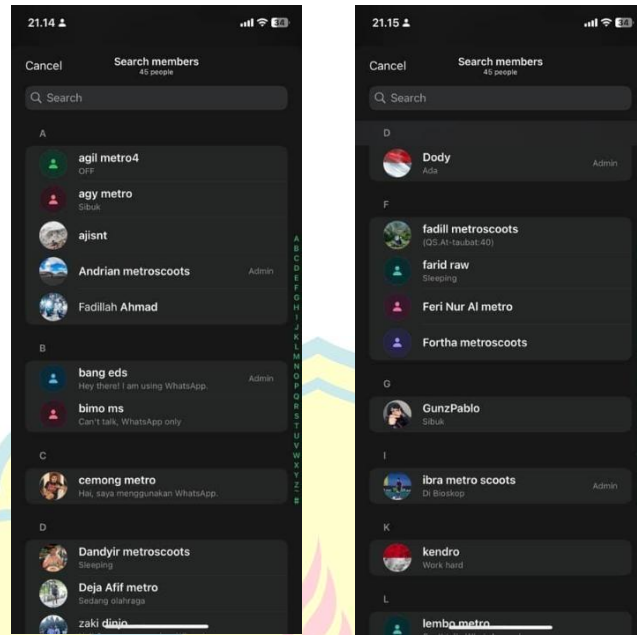


Sumber : Gambar Instagram Metro Scoot 2025

Pada tahun 2019 Kendro memperkenalkan komunitas motor bernama *Metro Scoots* dan menjabat sebagai ketua komunitas. Fokus utama dari komunitas *Metro Scoots* ialah mengumpulkan para skuteris khususnya untuk vespa matic yang berperan aktif dalam kegiatan positif, bersosialisasi, dan mengekspresikan hobi otomotif dengan nuansa kekeluargaan. *Metro Scoots* sendiri berlokasi di Jakarta Selatan, dan berada di kawasan Bintaro dimana tempat ini dijadikan tempat bernaung dan markas untuk melangsungkan gaya hidup seperti mengikuti pertemuan berkala, touring, dan berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan sosial.

Gambar 1.2
Grup Whatsapp Metro Scoots





Sumber: Tangkapan layar grup Whatsapp metro scoots 2025

Dengan langkah yang konsisten *Metro Scoots* sangat cepat berkembang dan langsung di identikkan dengan komunitas pecinta skuter matic asal italia yang bersifat ramah, inklusif, dan memiliki tingkat keaktifan yang tinggi. Selain itu penelitian ini melibatkan komunitas motor @metro_scoots yang. Dimana memerlukan data untuk pengambilan survei dengan cara menyebar kuesioner dengan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah populasi sebanyak 46 responden dengan sampel sebanyak 46 orang untuk memahami sikap komunitas tersebut pasca kasus bbm pertamax oplosan selain itu alasan penulis melakukan penelitian ini adalah karna komunitas tersebut merupakan konsumen dari produk pertamax.

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan pada deskripsi di atas peneliti mengidentifikasi masalah yang dikaji pada penelitian ini, yaitu dengan melihat sikap komunitas *metro scoots* terhadap kasus pertamax oplosan. Dan pengaruh kampanye Pertamina terkait bahan bakar pertamax. Pasca oplosan objek dalam penelitian ini adalah komunitas motor *metro scoots*. Hal ini sudah bukan rahasia tidak hanya kualitas produk pertamax dan layanan Pertamina yang dibeli oleh konsumen saat ini, tetapi juga melibatkan dampak lingkungan dari kegiatan bisnis perusahaan. Perusahaan menghadapi tekanan untuk melakukan langkah-langkah ramah lingkungan.

Hal tersebut adalah situasi yang tidak menyenangkan dan terjadi ketika individu menyadari bahwa ia memiliki beberapa sikap yang tidak sesuai dengan perilaku contoh seperti kasus Pertamina pasca pengoplosan pertamax. Yang menimbulkan sikap pada komunitas motor *metro scoots* sebagai sampel untuk. Penelitian ini didukung dengan menggunakan pendekatan kuantitatif lalu.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode sensus dan akan diolah menggunakan aplikasi SPSS. Dengan menggunakan teori atribusi untuk melihat hasil jawaban dari komunitas motor *metro scoots* pasca kasus BBM Pertamina oplosan, untuk mengetahui apa terdapat pengaruh terhadap masing – masing variable.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kampanye bbm pertamax pasca oplosan mampu dipahami melalui komunitas *metro scoots*?
2. Bagaimana sikap komunitas motor *metro scoots* terhadap kampanye bbm pertamax pasca oplosan?
3. Apa terdapat pengaruh kampanye bbm pertamax pasca oplosan terhadap sikap komunitas motor *metro scoots*?

1.4 Tujuan Penelitian

Peneliti memiliki tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui kampanye bbm pertamax melalui komunitas motor *metro scoots*.
2. Mengetahui sikap komunitas *metro scoots* terkait kampanye bbm Pertamina pasca oplosan.
3. Mengetahui tingkat antara pengaruh kampanye bbm pertamax pasca oplosan terhadap sikap komunitas motor *metro scoots*

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, diharapkan dapat mencapai tujuan yang telah disebutkan diatas dan memberi manfaat secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kampanye BBM Pertamina Pasca Oplosan Terhadap Sikap Komunitas Motor *Metro Scoots*” dengan pendekatan teori atribusi dengan menggunakan metode kuantitatif yang telah diampu oleh penulis selama menempuh studi di prodi komunikasi.

Mampu memberikan gambaran terkait cara berkampanye pertamina dan sikap komunitas motor *metro scoots* terkait kasus pertamax oplosan, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif.

Dalam penelitian ini yang memiliki pengaruh kampanye bbm pertamax pasca oplosan terhadap sikap komunitas motor *metro scoots*, penulis berharap penelitian ini mampu memperluas tentang pesan kampanye dan sikap yang dapat berpengaruh terhadap suatu organisasi dan juga individu, dalam hal kampanye serta sikap untuk menghindari kasus bbm oplosan pertamax.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini mampu memberikan masukan kepada Pertamina tentang sikap komunitas motor metro scoots menilai keamanan dan kualitas bbm pasca kasus Pertamina oplosan. Serta mengetahui sikap komunitas metro scoots terkait bbm Pertamina oplosan dengan cara menyebar kuesioner melalui *Google form*. Penelitian ini akan bermanfaat dan memberikan gambaran atau inspirasi bagi calon peneliti baru dalam meneliti kasus serupa terkait BBM Pertamina pasca oplosan

