

NARASI KRISIS ENERGI DALAM FRAMING VIDEO TIKTOK: Studi Kasus Pemberitaan Pertamina Oplosan

Oleh

Al Zalfa Cinta Ratu Aurellia, Ni Nyoman Sri Wisudawati²

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

²Fakultas Fakultas Pariwisata, Program Studi Destinasi Pariwisata, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

Email: ¹zaifaratu2020@gmail.com, ²Sriwisuda@undiknas.ac.id

Article History:

Received: 09-11-2025

Revised: 29-11-2025

Accepted: 12-11-2025

Keywords:

Pertamax Oplosan,
TikTok, Framing,
Opini Publik, Media
Sosial.

Abstract: Penelitian ini menganalisis bagaimana isu Pertamina oplosan dibingkai dalam konten TikTok pada periode Februari–Maret 2025. Sebagai platform berbasis video pendek, TikTok memiliki peran signifikan dalam membentuk opini publik melalui penyebaran konten yang cepat dan visual yang persuasif. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan observasi konten, wawancara informan, serta studi dokumentasi. Analisis framing Robert Entman digunakan untuk mengidentifikasi empat elemen utama, yaitu pendefinisian masalah, penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi solusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok membingkai isu ini sebagai masalah serius terkait kualitas dan keamanan BBM. Publik menilai bahwa penyebab munculnya dugaan oplosan berkaitan dengan kelalaian SPBU serta kurangnya pengawasan pemerintah dan Pertamina. Narasi TikTok juga memperlihatkan penilaian moral berupa kecaman terhadap pihak yang dianggap bertanggung jawab. Sementara itu, rekomendasi solusi yang muncul mencakup peningkatan transparansi, pengawasan distribusi BBM, serta edukasi literasi digital. Penelitian ini menegaskan peran TikTok sebagai ruang pembentukan persepsi publik dalam isu strategis

PENDAHULUAN

Fenomena mengenai dugaan Pertamina oplosan dalam beberapa waktu terakhir menjadi perhatian besar masyarakat Indonesia. Berbagai keluhan muncul dari konsumen yang merasakan performa kendaraan menurun setelah menggunakan Pertamina, seperti mesin cepat panas, tarikan melemah, dan potensi kerusakan komponen kendaraan. Kondisi ini menimbulkan keresahan publik serta memunculkan pertanyaan mengenai integritas dan transparansi rantai distribusi energi di Indonesia. Kekhawatiran masyarakat mencerminkan lemahnya pengawasan dan perlunya akuntabilitas dari pihak yang berwenang, termasuk Pertamina sebagai penyedia BBM nasional (LPEM UI, 2023). Ketika masyarakat tidak mendapatkan jawaban resmi yang cepat, mereka beralih ke media sosial sebagai ruang pencarian informasi alternatif. TikTok, sebagai platform yang berkembang pesat, menjadi

salah satu media paling berpengaruh dalam penyebaran isu ini. Berdasarkan DataReportal, TikTok telah mencapai lebih dari 2 miliar pengguna secara global, dan Indonesia menjadi negara dengan pengguna terbanyak, yakni sekitar 165,1 juta pada tahun 2024 (DataReportal, 2024; Statista, 2023). Hal ini menegaskan posisi TikTok sebagai arena komunikasi massa yang kuat dan efektif dalam memengaruhi persepsi masyarakat.

Konten TikTok mengenai Pertamina oplosan tersebar dalam berbagai bentuk, mulai dari testimoni individu, eksperimen sederhana, komentar publik, hingga video parodi. Namun, sebagaimana dijelaskan dalam konsep *citizen journalism*, informasi yang beredar di media sosial tidak selalu melalui proses verifikasi yang ketat (Allan, 2013; Gillmor, 2017). Oleh karena itu, narasi yang terbentuk lebih banyak dipengaruhi oleh opini personal, visual emosional, dan *framing* kreator konten. Dalam konteks ini, Teori *Framing* Robert Entman (1993) berperan penting. Entman menjelaskan bahwa *framing* merupakan proses penonjolan aspek tertentu dari realitas untuk membentuk persepsi publik melalui empat elemen, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgments*, dan *suggest remedies* (Entman, 1993). Di TikTok, *framing* tidak lagi dimonopoli oleh jurnalis profesional, melainkan dilakukan oleh kreator konten, influencer, dan pengguna umum, yang secara kolektif mengonstruksi narasi mengenai Pertamina oplosan.

Selain menjadi ruang berkembangnya isu publik, TikTok juga memperlihatkan bagaimana dinamika penyebaran informasi di era digital membentuk persepsi masyarakat secara *real-time*. Apa yang awalnya keluhan individual berubah menjadi diskursus nasional karena mekanisme algoritmik TikTok yang memperkuat viralitas konten (Medina et al., 2020; Wulandari et al., 2025). Konten-konten serupa muncul berulang di beranda pengguna dan menciptakan persepsi bahwa isu tersebut terjadi secara luas dan berbahaya. Fenomena ini selaras dengan konsep *ambient journalism* yang menyatakan bahwa arus informasi tak henti di media sosial dapat membentuk persepsi kedaruratan bahkan sebelum fakta terverifikasi (Hermida, 2010). Keterlambatan klarifikasi resmi dari pemerintah atau Pertamina memperkuat kecenderungan masyarakat mempercayai narasi TikTok, terutama yang dilengkapi visual dramatis, seperti pembakaran bahan bakar, perbandingan warna, atau uji endapan tertentu. Visualisasi semacam ini meskipun tidak ilmiah, namun sangat efektif dalam membentuk opini karena mudah dipahami dan memicu respons emosional (Hasanah & Zuhriah, 2024).

Isu Pertamina oplosan tidak hanya menjadi persoalan teknis, tetapi berkembang menjadi persoalan sosial yang melibatkan kritik terhadap pemerintah dan penyedia energi. Publik memaknai isu ini sebagai representasi dari ketidakpastian layanan publik, minimnya transparansi, dan ketidakmampuan institusi memberikan jaminan kualitas (Aulia et al., 2025). Hal ini menciptakan ruang diskusi yang lebih luas, di mana masyarakat secara aktif saling menanggapi, membagikan, dan memperkuat narasi. Dengan demikian, TikTok berfungsi sebagai *public sphere* baru, ruang publik digital di mana masyarakat bukan hanya mengonsumsi informasi tetapi juga memproduksi. Komentar, *stitching* video, dan *duets* menciptakan percakapan kolektif yang memperkuat opini publik (Cervi et al., 2023). Oleh karena itu, *framing* pada fase awal sangat menentukan persepsi masyarakat pada fase berikutnya. Narasi viral memiliki efek domino yang membentuk opini dan bahkan perilaku konsumsi BBM masyarakat. Dari perspektif komunikasi digital, fenomena ini menegaskan bahwa otoritas informasi telah berubah dari media tradisional ke ruang digital yang bersifat

partisipatif (Hayatunlupus, 2025) . Ketika respons institusi lambat, ruang kosong tersebut akan diisi oleh interpretasi publik yang disebarkan melalui TikTok. Repetisi konten menciptakan *truth effect*, yaitu keyakinan publik bahwa sesuatu benar karena sering dilihat (Mawardi, 2025).

Fenomena ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana media sosial dapat mengonstruksi realitas publik secara cepat, emosional, dan masif. Penelitian *framing* terhadap isu Pertamina oplosan di TikTok bertujuan memahami bagaimana masalah didefinisikan, siapa yang dianggap sebagai penyebab, nilai moral apa yang dilekatkan, serta solusi apa yang ditawarkan melalui narasi digital. Penelitian ini tidak hanya relevan bagi dunia akademik, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi pemerintah, Pertamina, dan masyarakat umum. Pemerintah dan penyedia energi perlu memahami bahwa dalam era digital, kecepatan komunikasi sangat menentukan kepercayaan publik. Ketika informasi resmi terlambat, narasi tidak terverifikasi yang muncul dari media sosial akan dengan cepat membentuk opini. Oleh karena itu, pemahaman mengenai *framing* di TikTok dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi komunikasi krisis yang lebih efektif, responsif, dan sesuai dengan karakteristik media sosial.

LANDASAN TEORI

A. Teori *Framing* Robert Entman

Teori *framing* dari Robert Entman (1993) menjadi dasar utama penelitian ini. Entman menjelaskan bahwa *framing* merupakan proses seleksi aspek-aspek tertentu dari suatu realitas dan membuatnya lebih menonjol untuk membentuk interpretasi publik. *Framing* dilakukan melalui empat fungsi utama:

1. **Define Problems** – bagaimana masalah didefinisikan.
2. **Diagnose Causes** – siapa atau apa yang dianggap sebagai penyebab masalah.
3. **Make Moral Judgement** – nilai moral atau penilaian etis yang dilekatkan.
4. **Suggest Remedies** – tindakan atau solusi yang disarankan.

Dalam konteks isu Pertamina oplosan, empat unsur ini banyak terlihat dalam berbagai konten TikTok. Kreator konten maupun pengguna biasa menyoroti masalah kualitas bahan bakar, menyalahkan pengawas distribusi, memberi penilaian moral terhadap perilaku oknum, serta mengusulkan solusi seperti audit BBM atau peningkatan kontrol pemerintah. Sebagaimana disebut oleh Effendy (2023) dan Entman (1993), media tidak hanya menyampaikan informasi tetapi mengarahkan publik terhadap makna tertentu melalui pemilihan kata, visual, dan narasi tertentu. Pada TikTok, *framing* ini terlihat lebih kuat karena pengaruh algoritma dan efek viralitas, sehingga narasi yang paling sering muncul berpotensi menjadi persepsi dominan publik. Hal ini sesuai dengan sifat TikTok sebagai media yang cepat, emosional, dan sangat visual.

B. *Citizen Journalism*

Konsep citizen journalism sangat relevan dalam menjelaskan mengapa isu Pertamina oplosan berkembang begitu luas di TikTok. Citizen journalism merujuk pada aktivitas warga biasa yang ikut menjadi produsen informasi tanpa harus menjadi jurnalis profesional (Allan, 2013; Gillmor, 2017). Mereka dapat mengunggah video, membagikan pengalaman pribadi, dan menafsirkan isu secara mandiri.

Berkat perkembangan teknologi digital, aktivitas ini semakin mudah dilakukan. TikTok

menjadi salah satu ruang paling aktif bagi jurnalisme warga karena sifatnya yang partisipatif, terbuka, dan memungkinkan informasi menyebar secara instan. Namun, sebagaimana dicatat Nielsen dan Graves (2017), praktik citizen journalism juga memiliki kelemahan, yakni tidak adanya proses verifikasi yang kuat sehingga konten yang viral sering kali bercampur antara fakta, opini, dan persepsi emosional. Dalam isu Pertamina oplosan, fenomena *citizen journalism* sangat jelas terlihat:

1. Pengguna mengunggah video eksperimen BBM,
2. Memberikan testimoni,
3. Menampilkan bukti visual sederhana, serta
4. Memicu diskusi luas.

Hal ini membuat narasi mengenai isu tersebut berkembang secara organik dan kolektif di ruang digital.

C. TikTok sebagai Media Komunikasi Massa

Pada masa kini, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi telah menjadi media komunikasi massa modern. TikTok memiliki karakteristik unik, yaitu algoritma yang memprioritaskan video berdurasi pendek, penekanan pada visual, dan sifat interaktif yang memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi melalui duet, *stitch*, dan komentar (Medina et al., 2020). TikTok juga sangat populer terutama di kalangan generasi muda, sehingga konstruksi opini publik banyak terbentuk di *platform* ini (HayatunNupus, 2025). Sebagai media komunikasi massa, TikTok memiliki kapasitas untuk:

1. Membentuk opini publik,
2. Memperkuat narasi tertentu,
3. Menciptakan viralitas isu, serta
4. Memengaruhi perilaku masyarakat.

Hal ini terlihat jelas pada kasus Pertamina oplosan, di mana konten viral tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga membentuk persepsi kolektif mengenai institusi energi, kualitas BBM, dan akuntabilitas pemerintah. TikTok menjadi ruang wacana yang lebih demokratis dibanding media tradisional karena siapa pun dapat berpartisipasi, tetapi juga lebih rawan disinformasi karena kurangnya filter editorial.

D. Originalitas Penelitian

Bagian originalitas penelitian membandingkan penelitian ini dengan berbagai penelitian terdahulu yang menggunakan analisis *framing*. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada:

1. Pemberitaan bencana,
2. Kebijakan pemerintah,
3. Isu politik,
4. Kekerasan seksual,
5. Kasus kriminal publik figur, serta
6. *Framing* media online.

Sementara itu, penelitian ini memiliki keunikan karena:

1. Objeknya adalah konten TikTok, bukan media berita konvensional.
2. Isunya adalah Pertamina oplosan, topik yang jarang dianalisis secara akademik.
3. *Platform*-nya adalah media sosial berbasis video pendek, yang memiliki karakteristik *framing* berbeda dari media teks.

4. Subjek penyebar informasinya adalah *citizen journalist*, bukan jurnalis profesional.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru pada kajian komunikasi digital, terutama dalam memahami bagaimana *framing* bekerja di era media sosial berbasis algoritma.

E. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian yang digunakan merujuk pada model Robert Entman. Penelitian ini menelaah bagaimana empat elemen *framing* muncul dalam konten TikTok mengenai Pertamina oplosan:

1. **Problem Definition:** bagaimana masalah didefinisikan oleh kreator dan pengguna TikTok.
2. **Causal Interpretation:** siapa yang dianggap bertanggung jawab atas dugaan oplosan.
3. **Moral Evaluation:** bagaimana nilai moral dan etika dilekatkan pada isu.
4. **Treatment Recommendation:** solusi apa yang disarankan oleh pengguna TikTok.

Model ini digunakan untuk mengidentifikasi pola naratif yang dominan dan kecenderungan arah *framing* di TikTok selama isu tersebut berlangsung.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional disusun agar variabel penelitian dapat diukur secara jelas:

1. **Isu Pertamina Oplosan**
Fenomena viral berupa dugaan adanya campuran atau penurunan kualitas Pertamina yang menimbulkan keresahan masyarakat.
2. **Penyiaran Opini atau Informasi di TikTok**
Seluruh bentuk konten video, komentar, dan interaksi yang membahas isu Pertamina oplosan di TikTok.
3. **Analisis Framing Entman**
Empat elemen *framing* digunakan sebagai alat ukur untuk menilai konstruk narasi di TikTok.
4. **Hasil Framing TikTok**
Kesimpulan yang ditarik dari pola narasi, visual, dan retorika konten TikTok mengenai isu ini.

METODE PENELITIAN

A. Sumber Data

Penelitian menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer diperoleh melalui:

1. Wawancara dengan pengguna TikTok yang pernah melihat konten terkait Pertamina oplosan,
2. Wawancara dengan konsumen BBM yang terdampak isu ini,
3. Wawancara dengan pakar komunikasi,
4. Observasi langsung terhadap konten TikTok.

Sumber data primer ini memberikan pemahaman tentang bagaimana

masyarakat memaknai isu Pertamina oplosan dan bagaimana narasi tersebut menyebar di TikTok. Pendekatan ini sesuai dengan pandangan Sujarweni (2023) bahwa data primer adalah data langsung dari informan, baik berupa pengalaman maupun persepsi.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari:

1. Jurnal ilmiah,
2. Buku teori media,
3. Berita *online*,
4. Laporan resmi lembaga pemerintah terkait energi,
5. Penelitian terdahulu yang relevan.

Menurut Sujarweni (2023), data sekunder berfungsi sebagai pelengkap dan penguat analisis utama yang diperoleh dari data lapangan.

B. Jenis Data

Penelitian menggunakan data kualitatif, yaitu data dalam bentuk deskripsi naratif, visual, atau bahasa yang tidak diukur dengan angka. Data kualitatif memungkinkan peneliti memahami makna, persepsi, dan konstruksi sosial yang terbentuk dalam konten TikTok. Sugiyono (2022) menjelaskan bahwa data kualitatif bertujuan untuk memahami konteks dan interpretasi masyarakat terhadap suatu fenomena. Dalam isu Pertamina oplosan, data kualitatif mencakup komentar pengguna, narasi kreator, visual dalam video, serta opini yang berkembang di TikTok.

C. Teknik Penentuan Informan

Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik memilih informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian. Sujarweni (2015) menyatakan bahwa *purposive sampling* digunakan ketika peneliti membutuhkan responden dengan pengalaman atau pemahaman spesifik. Kriteria informan dalam penelitian ini mencakup:

1. Pengguna aktif TikTok yang terpapar konten isu Pertamina oplosan.
2. Konsumen BBM yang merasakan dampak atau terpengaruh oleh isu ini.
3. Pakar komunikasi massa.
4. Kreator TikTok yang memproduksi konten *framing* terkait Pertamina oplosan.

Pemilihan informan ini bertujuan memastikan data yang diperoleh benar-benar relevan dan representatif.

D. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Denpasar karena kota ini memiliki jumlah penduduk tinggi dan tingkat penggunaan TikTok yang sangat besar. Selain itu, Denpasar merupakan wilayah urban dengan masyarakat yang aktif mengikuti perkembangan informasi digital. Menurut BPS, Denpasar memiliki lebih dari 760 ribu penduduk dan merupakan kota dengan tingkat akses internet sangat tinggi.

E. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah konten TikTok yang membahas isu Pertamina oplosan, termasuk video *trending*, komentar pengguna, dan konten kreator. Penelitian difokuskan pada konten yang diunggah selama Februari–Maret 2025, yaitu periode ketika isu tersebut mencapai viralitas tertinggi. Objek dianalisis melalui elemen *framing* Robert Entman:

1. *Define problems*,

2. *Diagnose causes,*
3. *Make moral judgement,*
4. *Suggest remedies.*

Data yang diamati meliputi jumlah *views*, *likes*, komentar, serta narasi visual yang digunakan dalam konten.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan mengikuti panduan dari Sugiyono (2022), yaitu:

1. Pengumpulan Data

Dilakukan melalui:

- a. Observasi konten TikTok,
- b. Wawancara,
- c. Dokumentasi,
- d. Pencatatan komentar publik.

2. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan memilih data yang relevan dengan fokus penelitian. Mengingat konten TikTok sangat banyak, peneliti menyeleksi video berdasarkan:

- a. *Engagement* tinggi,
- b. Relevansi isu,
- c. Kesesuaian dengan model *framing*.

Hanya konten dengan dampak besar (viral atau berinteraksi tinggi) yang dipertahankan dalam analisis.

3. Penyajian Data

Data disajikan dalam bentuk tabel, narasi, dan kategori *framing*. Penyajian ini mempermudah peneliti melihat pola naratif yang dominan.

4. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan ditarik setelah data diverifikasi melalui triangulasi. Kesimpulan bukan interpretasi spontan, tetapi hasil pengamatan berulang dan analisis mendalam.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data diperiksa menggunakan triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

1. Triangulasi Sumber

Membandingkan data dari pengguna TikTok, konsumen BBM, kreator, dan pakar.

2. Triangulasi Teknik

Membandingkan hasil wawancara, observasi konten, dan dokumentasi.

3. Triangulasi Waktu

Analisis dilakukan berulang selama periode dua bulan untuk memastikan konsistensi narasi.

Teknik ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar mencerminkan realitas, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan.

H. Batasan Penelitian

Penelitian memiliki batasan berikut:

1. Fokus hanya pada isu Pertamina oplosan, bukan isu BBM lain.

2. Platform yang dianalisis hanya TikTok, bukan media sosial lainnya.
3. Periode analisis dibatasi Februari–Maret 2025.
4. Analisis hanya mencakup *framing*, tidak menilai validitas teknis BBM.

I. Pedoman Wawancara

Wawancara disusun untuk menggali persepsi dan pengalaman informan terkait:

1. Penggunaan TikTok,
2. Paparan terhadap isu Pertamina oplosan,
3. Dampak emosional dan perilaku,
4. Evaluasi terhadap media sosial,
5. Pandangan terhadap pemerintah dan Pertamina.

Pertanyaan berbeda diberikan untuk pengguna TikTok, konsumen BBM, pakar komunikasi, dan kreator konten, sesuai dengan kebutuhan data primer. Pedoman wawancara ini memastikan pengumpulan data berjalan terstruktur dan relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Geografis Kota Denpasar

Kota Denpasar merupakan ibu kota Provinsi Bali yang terletak di bagian selatan pulau Bali dengan luas wilayah sekitar 127,78 km². Secara geografis, Denpasar berada pada posisi 8°35'–8°44' Lintang Selatan dan 115°10'–115°16' Bujur Timur. Wilayah kota ini didominasi dataran rendah dengan ketinggian rata-rata di bawah 75 meter di atas permukaan laut, sehingga aktivitas masyarakat dan pembangunan infrastruktur dapat berlangsung secara optimal sepanjang tahun. Denpasar berbatasan dengan Kabupaten Badung di bagian barat dan utara, serta Kabupaten Gianyar di bagian timur. Akses yang mudah serta mobilitas masyarakat yang tinggi menjadikan kota ini sebagai pusat berbagai aktivitas ekonomi, pemerintahan, pendidikan, dan pariwisata. Kondisi geografis yang strategis membuat Denpasar menjadi simpul informasi yang dinamis. Kota ini memiliki infrastruktur telekomunikasi yang sangat memadai, sehingga memungkinkan arus informasi menyebar cepat, termasuk informasi yang beredar di media sosial seperti TikTok. Lingkungan geografis inilah yang mendukung penyebaran isu Pertamina oplosan secara luas melalui media digital.

B. Kondisi Demografis Kota Denpasar

Kota Denpasar memiliki populasi besar dan didominasi oleh penduduk usia produktif. Berdasarkan data BPS, jumlah penduduk Denpasar mencapai lebih dari 760 ribu jiwa. Demografi ini berperan penting karena kelompok usia produktif, khususnya generasi muda, merupakan pengguna aktif media sosial, termasuk TikTok. Dalam konteks penelitian *framing*, komposisi penduduk muda sangat berpengaruh pada cepatnya penyebaran isu Pertamina oplosan di kota ini. Selain itu, tingkat pendidikan masyarakat Denpasar tergolong tinggi. Banyak penduduk yang bekerja di sektor pariwisata, pendidikan, dan jasa profesional. Keberagaman latar belakang sosial dan ekonomi juga membuat masyarakat Denpasar lebih terbuka terhadap perubahan teknologi dan perkembangan informasi digital. Hal ini menjelaskan mengapa konten TikTok tentang Pertamina oplosan dapat dengan mudah diterima, dibahas, bahkan diviralkan oleh masyarakat setempat.

C. Digitalisasi dan Penggunaan Media Sosial

Tingkat digitalisasi masyarakat Indonesia, termasuk Denpasar, mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Laporan We Are Social (2025) menunjukkan

bahwa Indonesia memiliki 212 juta pengguna internet, setara dengan 74,6% populasi nasional. Selain itu, terdapat 356 juta koneksi perangkat digital aktif, yang menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat memiliki lebih dari satu perangkat. Dengan sekitar 143 juta pengguna aktif media sosial, Indonesia menjadi salah satu negara dengan tingkat penetrasi digital tertinggi di dunia. Fenomena ini terlihat jelas di Denpasar yang memiliki infrastruktur internet kuat dan masyarakat yang adaptif terhadap teknologi. Pengguna TikTok di Denpasar termasuk yang paling aktif, menjadikan kota ini lingkungan ideal untuk meneliti *framing* isu di media digital. Keterhubungan digital ini menjelaskan penyebaran isu Pertamina oplosan yang sangat cepat. TikTok, dengan format video pendek dan algoritma berbasis minat, membuat isu apa pun berpotensi viral hanya dalam hitungan jam. Masyarakat Denpasar yang terhubung secara digital menjadi bagian penting dari arus penyebaran informasi tersebut.

D. Platform TikTok sebagai Media Berpengaruh di Denpasar

TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang diskusi publik. TikTok memungkinkan pengguna melihat, memproduksi, dan membagikan konten dengan sangat cepat. Dalam isu Pertamina oplosan, TikTok menjadi saluran utama penyebaran testimoni, opini, eksperimen sederhana, dan klarifikasi tidak resmi dari masyarakat. Dengan karakteristik video pendek yang mudah dicerna, TikTok memiliki daya pengaruh kuat dalam membentuk opini publik. Pengguna Denpasar, terutama generasi muda, memanfaatkan TikTok sebagai sumber informasi alternatif.

E. Isu Pertamina Oplosan Februari–Maret 2025

Isu Pertamina oplosan mencuat pada Februari–Maret 2025 setelah adanya klaim dari masyarakat mengenai perubahan performa kendaraan. Berbagai video yang menunjukkan perbedaan warna BBM, kerusakan kendaraan, serta pengalaman negatif pengguna viral di TikTok. Isu ini berkembang menjadi diskusi luas, tidak hanya mengenai kualitas Pertamina, tetapi juga mengenai pengawasan pemerintah, kredibilitas Pertamina, dan keamanan konsumen. Lingkungan digital Denpasar yang sangat aktif menjadikan isu ini menyebar secara cepat. Warga Denpasar yang sering mengandalkan TikTok sebagai sumber referensi turut memperbesar viralitas isu tersebut. Fenomena ini menunjukkan bagaimana arus informasi digital dapat memperluas dan memperkuat persepsi publik dalam waktu singkat.

F. Konten TikTok Terkait Pertamina Oplosan

Konten TikTok terkait isu ini sangat beragam:

1. Testimoni pengguna,
2. Eksperimen visual yang menguji kualitas bahan bakar,
3. Komentar publik,
4. Penyampaian opini kritis atau satire,
5. Klarifikasi dari kreator tertentu.

Konten-konten tersebut membentuk pola *framing* tertentu, seperti *framing* negatif terhadap institusi, *framing* edukatif, *framing* konspiratif, hingga *framing* berbasis humor. Variasi konten ini menjadi sumber utama untuk memahami bagaimana isu Pertamina oplosan dibingkai oleh masyarakat. TikTok menyediakan ruang bagi pengguna untuk membangun narasi sendiri, memperlihatkan bukti visual, atau menyampaikan kritik. Narasi yang viral kemudian mempengaruhi persepsi publik secara kolektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat mengenai isu Pertamina oplosan. Dalam proses pendefinisian masalah, mayoritas konten TikTok membingkai isu ini sebagai permasalahan serius yang berdampak langsung pada keselamatan dan kenyamanan konsumen. Video-video yang menampilkan perubahan warna bahan bakar, hasil pembakaran yang dianggap tidak wajar, hingga testimoni mengenai kerusakan mesin memperkuat persepsi bahwa Pertamina yang beredar tidak memenuhi standar kualitas. Informan yang diwawancarai juga mengakui bahwa reaksi pertama mereka terhadap isu tersebut adalah rasa khawatir dan cemas. Misalnya, Dimaz (24 tahun) menyatakan bahwa ia mengetahui isu ini pertama kali dari TikTok dan langsung merasa performa kendaraannya berbeda ketika mengisi Pertamina. Hal serupa dirasakan oleh Vito (21 tahun), yang menilai bahwa paparan konten di TikTok menimbulkan kepanikan karena berkaitan dengan kebutuhan dasar masyarakat, yaitu bahan bakar. Bahkan, informan berusia 45 tahun seperti Defy merasa khawatir bahwa Pertamina yang selama ini mereka percayai justru mungkin telah mengedarkan BBM yang tidak sesuai standar. Hal ini memperlihatkan bahwa TikTok menjadi *platform* utama yang mendefinisikan isu Pertamina oplosan sebagai ancaman serius dan fenomena berskala nasional, bukan sekadar keluhan individual.

Dalam mendiagnosis penyebab isu, penelitian menemukan bahwa konten TikTok mengarahkan tuduhan ke beberapa pihak. Banyak pengguna meyakini bahwa dugaan oplosan terjadi akibat kelalaian atau kecurangan pada tingkat SPBU. Hal ini diperkuat oleh eksperimen sederhana seperti perbandingan warna bahan bakar dari SPBU berbeda yang viral di TikTok. Selain itu, sebagian besar informan berpendapat bahwa pemerintah dan Pertamina lambat memberikan klarifikasi resmi, sehingga publik menganggap lemahnya pengawasan sebagai penyebab utama munculnya dugaan oplosan. Persepsi publik semakin diperkuat oleh algoritma TikTok yang menampilkan konten serupa secara berulang, sehingga memperkuat keyakinan bahwa masalah tersebut sistematis. Pakar komunikasi yang diwawancarai juga menilai bahwa *framing* negatif di TikTok dapat membuat masyarakat membangun asumsi penyebab tanpa data valid karena terbawa arus narasi viral.

Pada aspek penilaian moral, publik cenderung mengecam keras praktik oplosan yang dianggap sebagai tindakan tidak etis, merugikan, dan membahayakan konsumen. Banyak komentar di TikTok mengecam kemungkinan adanya pihak yang sengaja mencampur BBM demi keuntungan pribadi. Reaksi emosional seperti marah, kecewa, dan kehilangan kepercayaan muncul hampir di seluruh konten terkait isu ini. Informan seperti Defy mengungkapkan bahwa praktik semacam ini sangat merugikan konsumen yang sudah membayar harga tinggi untuk kualitas Pertamina. Selain mengecam SPBU, pengguna juga melayangkan kritik moral kepada Pertamina dan pemerintah karena dianggap lambat bertindak. Menurut informan, lambatnya klarifikasi membuat masyarakat merasa tidak dilindungi. Di sisi lain, beberapa informan juga menilai bahwa kreator TikTok harus lebih bertanggung jawab karena sebagian konten justru memperkeruh keadaan dengan narasi dramatis demi viralitas.

B. Pembahasan Penelitian

Pembahasan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *framing* isu Pertamina oplosan di

TikTok berlangsung melalui mekanisme yang sangat sesuai dengan konsep *framing* Robert Entman. Pada tahap pendefinisian masalah, TikTok berfungsi sebagai ruang digital yang mampu memperbesar persepsi ancaman melalui penyebaran visual dramatis, testimoni emosional, dan eksperimen sederhana yang tampak meyakinkan. Oleh karena itu, TikTok bekerja berbasis algoritma yang memprioritaskan konten yang mendapat interaksi tinggi, pengguna akhirnya terus-menerus terpapar video serupa sehingga persepsi mereka terbentuk secara konsisten. Fenomena ini selaras dengan konsep *ambient journalism* di mana arus informasi digital menciptakan kesan darurat bahkan tanpa adanya verifikasi resmi (Hermida, 2010). Dengan demikian, TikTok tidak hanya menyampaikan informasi tetapi aktif membentuk konstruksi masalah melalui cara penyajian konten yang repetitif dan emosional.

Pada elemen kedua yaitu penyebab masalah, penelitian menemukan bahwa atribusi penyebab tidak sepenuhnya berasal dari data objektif, melainkan dibentuk dari interpretasi publik yang dipengaruhi pola konsumsi konten digital. Pengguna lebih cenderung menunjuk oknum SPBU, pemerintah, atau Pertamina sebagai penyebab meskipun bukti konkret tidak tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa *framing* dalam media sosial sangat rentan dipengaruhi oleh asumsi kolektif. Dalam konteks teori Entman, *diagnose causes* dalam media sosial tidak bersifat investigatif seperti pada jurnalisme profesional, tetapi lebih bersifat spekulatif dan emosional, terutama ketika informasi resmi terlambat muncul.

Aspek penilaian moral menunjukkan pola yang sangat kuat. Sejalan dengan teori Entman yang menyatakan bahwa *framing* berfungsi memberi nilai moral terhadap isu yang diangkat, pengguna TikTok menunjukkan kecaman keras terhadap pihak yang dianggap bertanggung jawab atas isu ini. Tindakan oplosan dipersepsikan sebagai tindakan tidak bermoral, merugikan publik, dan melanggar etika distribusi energi. Hal ini diperkuat oleh komentar-komentar publik yang bernada marah dan kecewa, serta kemunculan wacana ketidakpercayaan terhadap pemerintah dan perusahaan energi. Viralitas narasi negatif memperkuat *moral judgement* ini secara kolektif, sehingga menciptakan persepsi umum bahwa konsumen adalah korban dalam isu ini.

Pada elemen keempat, yaitu solusi, publik tidak hanya mengeluhkan masalah, tetapi juga menawarkan usulan perbaikan. Transparansi informasi menjadi solusi yang paling dominan, disusul dengan pengawasan ketat terhadap SPBU dan edukasi literasi digital. Fakta bahwa publik mengajukan solusi menunjukkan bahwa TikTok bukan hanya ruang keluhan, tetapi juga ruang diskusi publik yang menghasilkan gagasan perbaikan. Pakar komunikasi juga menekankan bahwa institusi resmi harus hadir aktif di TikTok untuk memberikan klarifikasi langsung dan menyeimbangkan narasi. Hal ini menunjukkan bahwa dalam era digital, strategi komunikasi krisis tidak lagi cukup dilakukan melalui media tradisional, melainkan harus masuk ke platform yang digunakan masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian mengenai *framing* isu Pertamina oplosan di TikTok menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam membentuk persepsi publik. Melalui teori *framing* Robert Entman, ditemukan bahwa TikTok secara aktif mengonstruksi isu melalui empat aspek, yaitu pendefinisian masalah, penentuan penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi solusi. Konten TikTok mendefinisikan isu Pertamina oplosan sebagai ancaman serius yang berdampak pada keamanan konsumen. Penyebab masalah banyak diarahkan pada dugaan

kelalaian SPBU, lemahnya pengawasan pemerintah, serta kurangnya transparansi dari Pertamina. Penilaian moral muncul melalui kecaman publik terhadap pihak yang dianggap bertanggung jawab. Sementara itu, rekomendasi yang muncul menyoroti perlunya transparansi, peningkatan pengawasan, literasi digital, dan kehadiran aktif institusi dalam memberikan klarifikasi. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa TikTok bukan hanya platform hiburan, tetapi juga ruang pembentukan opini yang kuat dalam isu publik.

SARAN

1. Bagi Pertamina dan Pemerintah

Diperlukan respons yang lebih cepat, terbuka, dan informatif dalam menghadapi isu viral agar tidak terjadi kesimpangsiuran. Pengawasan distribusi BBM perlu diperketat untuk mencegah terulangnya dugaan praktik oplosan.

2. Bagi Pengguna TikTok dan Konsumen

Masyarakat perlu meningkatkan literasi digital dengan memverifikasi informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Pengambilan keputusan sebaiknya tetap berdasarkan sumber resmi.

3. Bagi Kreator Konten

Kreator diharapkan lebih bertanggung jawab dengan menyajikan informasi yang akurat dan tidak hanya mengejar viralitas, terutama ketika membahas isu sensitif.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk memperluas studi ke *platform* media sosial lain atau menggunakan pendekatan *mixed methods* untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika *framing* isu publik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Allan, S. (2013). *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York: Peter Lang.
- [2] Aulia, R., Prasetyo, A., & Mahendra, D. (2025). Public trust and crisis communication in Indonesia's energy sector. *Jurnal Komunikasi Publik*, 9(1), 45–60.
- [3] Becker, G. S. (2020). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- [4] Cervi, L., Tejedor, S., & Marín, L. (2023). Social media as a digital public sphere: Participation and political discourse. *Communication & Society*, 36(2), 1–17.
- [5] DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Singapore: We Are Social & Meltwater.
- [6] Effendy, O. U. (2023). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [7] Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- [8] Gillmor, D. (2017). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol: O'Reilly Media.
- [9] Hasanah, U., & Zuhriah, R. (2024). Visual persuasion and emotional framing on TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 133–147.

- [10] Hayatunlupus, M. (2025). Algorithmic media and opinion formation in Indonesia. *Asian Journal of Digital Communication*, 4(1), 21–36.
- [11] Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297–308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- [12] LPEM UI. (2023). *Kajian Tata Kelola Energi dan Kepercayaan Publik*. Jakarta: LPEM Universitas Indonesia.
- [13] Mawardi, R. (2025). Truth effect and repetition in social media narratives. *Jurnal Media dan Masyarakat*, 7(1), 55–69.
- [14] Medina, S., Shah, D. V., & Gil de Zúñiga, H. (2020). Social media and opinion formation. *New Media & Society*, 22(12), 2243–2261. <https://doi.org/10.1177/1461444820924632>
- [15] Nielsen, R. K., & Graves, L. (2017). “News you don’t believe”: Audience perspectives on fake news. *Reuters Institute Report*. Oxford: University of Oxford.
- [16] Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Organizational Behavior*. 18th ed. Harlow: Pearson Education.
- [17] Statista. (2023). *Number of TikTok users worldwide*. Hamburg: Statista GmbH.
- [18] Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [19] Sujarweni, V. W. (2023). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [20] Wulandari, N., Putra, A. P., & Sari, D. (2025). Viral narratives and algorithmic amplification on TikTok. *Jurnal Studi Media Digital*, 3(1), 1–15.
- [21] World Health Organization (WHO). (2019). *Risk Communication and Community Engagement*. Geneva: WHO Press.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN