



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 5057-5072

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Sentimen Publik Terhadap Isu Modifikasi Bahan Bakar Pertamax Pertamina di Media Sosial

Melani Dwi Khotimah^{1✉}, Anggun Nadia Fatimah², Menati Fajar Rizki³, Wina Puspitasari⁴,

Asep Soegiarto⁵

Universitas Negeri Jakarta

Email: Melanid.k05@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Pertamina memainkan peran penting dalam menyediakan bahan bakar seperti pertamax dan pertalite untuk mendukung mobilitas masyarakat, melihat betapa pentingnya bahan bakar yang dihasilkan oleh Pertamina, tidak mengherankan jika isu-isu terkaitnya selalu hangat diperbincangkan oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan analisis sentimen dan dinamika publik terkait dengan isu modifikasi pertamax melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan netnografi dan alat Brand24 untuk mengumpulkan data dari TikTok, Twitter/X, dan Facebook periode 9 Februari–15 April 2025. Hasil menunjukkan sentimen negatif mendominasi (64,7%), mencerminkan ketidakpuasan dan kekhawatiran masyarakat terhadap modifikasi bahan bakar, diikuti sentimen positif (35,3%) yang percaya modifikasi meningkatkan performa dan ramah lingkungan, serta sentimen netral yang minim. TikTok dan Twitter/X menjadi platform paling aktif dengan total 36.000 akun dan 13.000 konten terkait. Media sosial berperan penting dalam membentuk opini publik dengan algoritma dan akun besar mempercepat polarisasi sentimen. Rekomendasi mencakup peningkatan transparansi dan komunikasi Pertamina untuk memulihkan kepercayaan, serta saran penelitian lanjutan dengan cakupan data dan metode lebih luas.

Kata Kunci: *Analisis Sentimen, Media Sosial, Pertamax, Brand24, Netnografi*

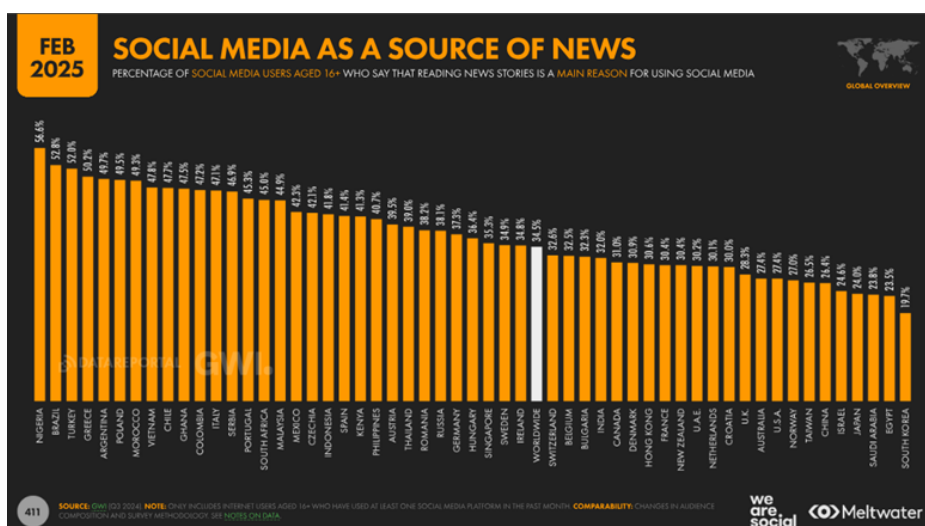
Abstract

Pertamina plays an important role in providing fuels such as pertamax and pertalite to support people's mobility, seeing how important the fuel produced by Pertamina is, it is not surprising that issues related to it are always discussed by the public. This research aims to provide knowledge of sentiment analysis and public dynamics related to the issue of firstx modification through social media. This research uses a descriptive qualitative method with a netnography approach and the Brand24 tool to collect data from TikTok, Twitter/X, and Facebook for the period February 9-April 15, 2025. The results showed that negative sentiment dominated (64.7%), reflecting people's dissatisfaction and concerns about fuel modification, followed by positive sentiment (35.3%) who believe modification improves performance and is environmentally friendly, and minimal neutral sentiment. TikTok and Twitter/X were the most active platforms with a total of 36,000 accounts and 13,000 related contents. Social media plays an important role in shaping public opinion with algorithms and large accounts accelerating sentiment polarization. Recommendations include improving Pertamina's transparency and communication to restore trust, and suggesting further research with a wider range of data and methods.

Keywords: *Sentiment Analysis, Social Media, Pertamax, Brand24, Netnography*

PENDAHULUAN

Media sosial di era digital saat ini telah menjadi kebutuhan yang esensial dan tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat Indonesia (Fatimah, 2025). Selain berfungsi sebagai sarana komunikasi, media sosial juga memainkan peran krusial sebagai sumber utama informasi dan ekspresi diri (Fatimah, 2025). Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi, menjadikan media sosial sebagai saluran utama untuk penyebaran berita dan pendapat publik (Amalina et al., 2024).



Gambar 1. Data pengguna sosial media yang menyebarkan berita di Indonesia.

Sumber: *We are social*

Menurut data We Are Social per Februari 2025, sekitar 41,8% penduduk Indonesia aktif mencari dan menyebarkan berita melalui media sosial, sehingga menempatkan Indonesia di peringkat ke-19 dunia dalam penggunaan media sosial untuk konsumsi berita. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi pilar penting dalam membentuk opini publik serta memengaruhi sikap masyarakat terhadap isu-isu terkini di sekeliling mereka.

Salah satu isu yang banyak diperbincangkan di media sosial adalah praktik modifikasi atau oplosan bahan bakar Pertamina, di mana Peralite dan air dicampurkan dan dijual sebagai Pertamina (Chaterine & Balamirrus, 2025). Tindakan ilegal ini tidak hanya merugikan konsumen secara ekonomi karena mereka membayar harga tinggi untuk produk yang tidak sesuai dengan standar, tetapi juga berpotensi merusak kendaraan dan membahayakan keselamatan (Armananta, 2025). Isu ini menjadi perbincangan hangat di berbagai platform seperti Twitter, Facebook, TikTok, dan Instagram, memicu beragam reaksi serta diskusi di kalangan masyarakat (Romadhan et al., 2025). Pertamina, sebagai perusahaan energi milik negara yang telah beroperasi sejak tahun 1950 dan menjadi tulang punggung sektor minyak dan gas nasional, memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan kualitas dan distribusi bahan bakar yang aman serta terpercaya bagi masyarakat dari berbagai kalangan (Pertamina, 2023).

Melihat betapa pentingnya bahan bakar yang dihasilkan oleh Pertamina, tidak mengherankan jika isu-isu terkaitnya selalu hangat diperbincangkan oleh masyarakat sehingga banyak masyarakat yang berpindah pada penyedia bahan bakar lainnya (Anjellina & Pratiwi, 2025). Bagaimana isu modifikasi Pertamina di media sosial ini berkembang menekankan pentingnya analisis sentimen publik untuk memahami persepsi, sikap, dan emosi masyarakat terhadap masalah ini (Bucur et al., 2024). Analisis sentimen merupakan teknik komputasional yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan opini masyarakat ke dalam kategori positif, negatif, atau netral (Mao et al., 2024).

Penelitian ini berbeda dari studi sebelumnya oleh (Rohmania, 2024) dengan menggunakan alat Brand24 yang mampu memantau dan menganalisis data dari berbagai platform media sosial secara bersamaan, seperti yang dilakukan oleh penelitian mengenai Tapera ini. Penelitian modifikasi isu Pertamina ini mendalami dari penelitian mengenai Tapera dimana penelitian tersebut mengambil dari seluruh sentiment platform yang ada mulai berita hingga media sosial. Penelitian mengenai Pertamina ini, mendalami bagaimana sentiment isu Pertamina di media sosial, dimana wadah pertama kalinya muncul isu ini di masyarakat.

Dengan berfokus pada subyek pengguna media sosial, penelitian mengenai isu pertamax ini dapat melihat bagaimana isu tersebut dapat secara spesifik berkembang serta sentiment yang dihasilkan dari perkembangan isu tersebut. Hal ini dikarenakan, dapat terlihat pada penelitian mengenai Tapera, media sosial merupakan peran dominan dalam penyebaran isu tersebut. Selain itu, penelitian Pertamax ini memanfaatkan data dari periode 9 Februari hingga 15 April 2025, lebih lama jangkauan penelitiannya dibandingkan Tapera, sehingga memperlihatkan bagaimana isu ini terus berkembang dari setiap periodenya.

Berkaca pada penelitian lain 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 mendasar antara studi ini dan studi mengenai MyPertamina terletak pada teknik analisis yang diterapkan untuk memproses data dan mengidentifikasi masalah yang muncul. Penelitian terkait MyPertamina mengadopsi metode pengolahan teks secara manual, di mana pengumpulan, pembersihan, dan analisis data dilakukan secara sistematis dengan memanfaatkan algoritma dan teknik pengolahan bahasa alami. Metode ini, prosesnya sering memakan waktu dan hanya terbatas pada satu atau beberapa platform.

Di sisi lain, penelitian yang berkaitan dengan modifikasi Pertamax memanfaatkan alat Brand24, sebuah platform pemantauan media sosial serta analisis sentimen yang didukung kecerdasan buatan, yang mampu mengumpulkan dan menganalisis data secara otomatis dari berbagai sumber sekaligus seperti media sosial, blog, forum, dan situs berita. Dengan Brand24, penelitian ini dapat mengidentifikasi masalah yang sedang berkembang secara langsung, sehingga memungkinkan untuk memberikan respons yang lebih cepat terhadap perubahan pandangan masyarakat atau tren yang muncul. Selain itu, kemampuan Brand24 untuk mengakses data dari banyak platform sekaligus menghasilkan jangkauan data yang jauh lebih luas dan beragam dibandingkan dengan metode pengolahan teks tradisional.

Keunggulan ini menjadikan penelitian yang menggunakan Brand24 tidak hanya lebih efisien dalam penggunaan waktu dan sumber daya, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang pandangan dan sentimen masyarakat terhadap modifikasi Pertamax. Dengan demikian, penerapan Brand24 dalam studi ini memungkinkan analisis yang lebih dinamis dan menyeluruh, yang dapat menangkap isu-isu terkini dengan cakupan data yang lebih besar dan beragam dibandingkan dengan metode pengolahan teks yang

diterapkan pada penelitian MyPertamina. Selain itu, sumber data yang diambil juga berbeda. Penelitian MyPertamina hanya memanfaatkan media sosial Twitter, sedangkan penelitian ini mencakup platform media sosial, yaitu Twitter, Facebook, dan TikTok, sehingga menunjukkan bagaimana media sosial bertindak sebagai forum komunitas yang luas dan efektif untuk mengekspresikan pendapat, bertukar informasi dan menjadi relevan secara dinamis dengan isu modifikasi pertamax ini.

Selain itu pada penelitian oleh (Rayyana, 2024) yang mencari bagaimana sentimen negatif pada isu Starbuck terhadap isu pemboikotan dan juga (Maharani, 2024) mengenai sentimen positif terhadap brand Avoskin. Hal ini membuka peluang untuk penelitian ini, di mana dinamika dari sentimen publik yang lebih rumit, seperti isu ini berkembang dan menjadi pembahasan dari positif ke negatif atau sebaliknya, belum banyak diteliti. Dalam hal isu modifikasi Pertamax, tanggapan masyarakat juga tidak terbagi jelas, melainkan dipengaruhi oleh berbagai elemen seperti, kualitas produk yang diragukan, dan efek pada kendaraan, sehingga penelitian ini berusaha untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji bagaimana polarisasi dan perubahan sentimen muncul di platform media sosial. Dengan cara ini, studi ini bukan hanya memperluas wawasan tentang perasaan publik terkait isu bahan bakar, tetapi juga menyediakan kerangka analisis yang lebih lengkap dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya yang cenderung bersifat satu sisi.

Dalam penelitian ini, analisis sentimen publik memiliki peranan penting dalam memahami persepsi masyarakat terhadap isu modifikasi Pertamax. Analisis sentimen publik berfungsi untuk mengidentifikasi sikap atau emosi yang terkandung dalam teks, seperti ulasan, komentar, dan postingan di media sosial, apakah bersifat positif, negatif, atau netral (Ratna Rohmania & Abidin, 2024)

Proses ini melibatkan penggunaan teknik crawling data untuk menganalisis kata-kata dan frasa dalam teks, sehingga dapat mengkategorikan sentimen secara akurat. Pada penelitian ini memanfaatkan alat Brand24 yang mampu memantau berbagai platform media sosial, seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan TikTok, melalui hashtag, komentar, maupun postingan di media sosial.

Media Sosial tentunya memiliki peranan dalam penyebaran isu. Dalam jurnal yang ditulis oleh A.Rafiq (2020), Media sosial telah membuktikan kemampuannya untuk mendorong siapa saja yang tertarik untuk terlibat dalam partisipasi aktif. Pengguna dapat memberikan kontribusi, memberikan umpan balik secara terbuka, serta berbagi informasi dengan cepat dan tanpa batasan. Selain itu, media sosial merupakan sebuah komunitas

daring yang memungkinkan para penggunanya untuk berinteraksi, berpartisipasi, dan saling bertukar informasi tanpa ada hambatan oleh ruang dan waktu (Suryaningsih, 2020).

Isu tentang modifikasi Pertamina pertama kali muncul di berbagai platform media sosial seperti X, TikTok, Instagram, dan beberapa saluran lainnya. Namun, perbincangan yang paling signifikan terjadi di media sosial X dan TikTok, di mana kedua platform ini dikuasai oleh pandangan negatif terkait masalah ini. Di media sosial X, pembahasan berkembang dengan sangat cepat melalui banyak cuitan yang mengemukakan dugaan pencampuran Pertamina, menyatakan kekecewaan konsumen yang merasa tertipu karena membayar harga premium tetapi mendapatkan kualitas yang meragukan. Isu ini menjadi topik yang ramai dibicarakan dan memicu sejumlah protes serta tuntutan boikot terhadap Pertamina. Sementara itu, di TikTok, video-video yang mengangkat skandal ini menjadi viral dan menerima banyak komentar negatif, dengan pengguna aktif berbagi pengalaman dan pandangan mereka tentang dampak buruk modifikasi Pertamina terhadap kinerja kendaraan dan kepercayaan publik. Secara keseluruhan, meskipun isu modifikasi Pertamina tersebar di banyak media sosial, intensitas dan karakter pembahasan isu sangat bervariasi, dengan X dan TikTok sebagai pusat utama gelombang kritik dan sentimen negatif yang paling kuat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan analisis sentimen publik terhadap isu modifikasi bahan bakar Pertamina di media sosial. Dengan melakukan analisis sentimen, diharapkan dapat diperoleh pemahaman mengenai kecenderungan opini masyarakat apakah lebih banyak yang bersikap positif, negatif, atau netral serta faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mereka terhadap isu ini. Penelitian ini juga memberikan kontribusi akademis dengan menerapkan ilmu komunikasi dalam konteks analisis sentimen di media sosial, sekaligus memperkaya pemahaman tentang peran media dalam membentuk opini publik di Indonesia. Dari segi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi Pertamina untuk memperbaiki strategi komunikasi, meningkatkan pengawasan distribusi, dan menjamin kualitas produk agar sesuai standar, sehingga kepercayaan publik terhadap Pertamina tetap terjaga. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi pemerintah dan pemangku kebijakan dalam merumuskan langkah-langkah strategis untuk mengatasi isu serupa di masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode netnografi (Xi, 2024). Metode ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang muncul dari permasalahan sosial atau kemanusiaan, berdasarkan perspektif individu atau kelompok menurut (Suyadi, 2024). Penelitian kualitatif pada dasarnya adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sistematis dengan tujuan untuk mengungkapkan teori yang berkaitan dengan realitas sosial, alih-alih hanya menguji teori atau hipotesis yang telah ada (Safarudin, 2023). Netnografi sendiri adalah metode penelitian antropologi yang dilakukan di lingkungan digital, dengan memanfaatkan informasi yang tersedia secara publik (Kozinets & Gambetti, 2021). Dalam perkembangannya, netnografi dimanfaatkan untuk menentukan polaritas opini khususnya dengan melalui media sosial (Xi, 2024). Dimana yang kita ketahui media sosial dapat digunakan oleh setiap individu masyarakat serta setiap individu memiliki kebebasan untuk berbagi pengalamannya melalui media sosial (Suryadi Bakry, 2017).

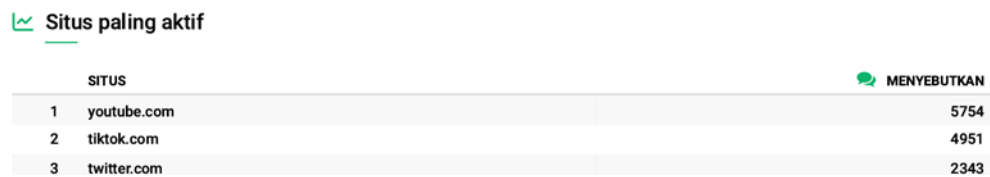
Analisis sentimen publik berfungsi untuk mengidentifikasi sikap atau emosi yang terkandung dalam teks, seperti ulasan, komentar, dan postingan di media sosial, apakah bersifat positif, negatif, atau netral (Ratna Rohmania & Abidin, 2024). Proses ini melibatkan penggunaan teknik crawling data untuk menganalisis kata-kata dan frasa dalam teks, sehingga dapat mengkategorikan sentimen secara akurat.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan secara daring dengan memanfaatkan media monitoring analytical tools, yakni Brand24. Brand24 memungkinkan peneliti memantau percakapan di berbagai platform digital, termasuk di media sosial. Selain itu, analisis sentimen berbasis kecerdasan buatan dapat membantu mengidentifikasi kecenderungan emosi dari perbincangan (Bambang Sri Hartono & Herni Nursetiana, 2025).

Penelitian dilakukan selama periode 9 Februari hingga 15 April 2025. Proses ini melibatkan teknik pengambilan data melalui Brand24 untuk mengidentifikasi serta mengumpulkan komentar, ulasan, dan postingan yang relevan dengan isu yang diteliti berdasarkan hastag yang diberikan yaitu *#Pertamaxoplosan* dan *#Pertamina*. Data yang terkumpul lantas dianalisis secara kualitatif dengan observasi non-partisipatif menggunakan data sekunder melalui media sosial serta mengelompokkannya ke dalam kategori sentimen positif, negatif, dan netral menggunakan teori (Liu, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

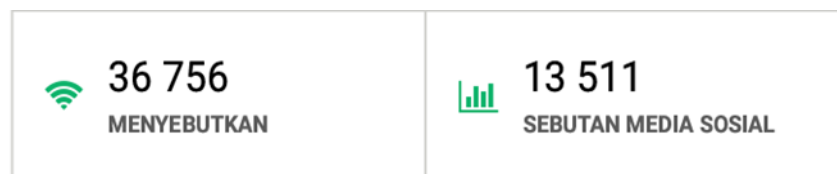
Peneliti mengumpulkan data melalui tools Brand24 yang menunjukkan bahwa TikTok dan Twitter/X adalah platform yang paling aktif dalam membahas isu modifikasi Pertamax.



SITUS	MENYEBUTKAN
1 youtube.com	5754
2 tiktok.com	4951
3 twitter.com	2343

Gambar 2. Situs paling aktif yang membicarakan isu ini Sumber: Brand24

Peneliti menemukan sebanyak 4.951 penyebutan berasal dari media sosial Tiktok, tertinggi kedua setelah Youtube sebesar 5754, sementara Twitter/X mencapai 2.343 sebutan. Angka-angka ini adalah cerminan peran kedua platform sebagai ruang diskusi yang aktif, di mana konten dapat menyebar dengan cepat melalui fitur seperti tantangan viral, duet, dan thread (Staab & Thiel, 2022). Dengan format video singkat yang mudah dicerna, TikTok memungkinkan informasi baik yang berbasis fakta maupun spekulasi disampaikan dengan cara yang menarik dan mudah dibagikan (Guzman, 2021). Di sisi lain, Twitter/X menjadi arena yang ideal untuk berkembangnya opini dan debat secara real-time berkat interaktivitasnya (Al Harkan et al., 2021).



Gambar 3. Data Sebutan Isu Modifikasi Pertamax

Sumber: Brand24

Peneliti menambahkan temuan, banyaknya sebutan mengenai isu modifikasi bahan bakar di media sosial menggambarkan betapa cepatnya informasi meskipun belum tentu akurat dapat menyebar dan memicu diskusi yang luas. Data yang diperoleh dari Brand24 pada gambar 8 pada waktu terakhir di tanggal 18 Maret – 15 April mencatat lebih dari 36.000 akun dan 13.000 sebutan terkait isu ini, menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam mengangkat narasi hingga menjadi viral. Algoritma media sosial yang cenderung memperluas konten terkait yang kontroversial dan emosional semakin mempercepat penyebaran isu tersebut, sehingga dalam waktu singkat, perbincangan tidak hanya terbatas pada kalangan tertentu, tetapi juga menjangkau masyarakat luas. Untuk

memberikan penjelasan secara lengkap peneliti memberikan beberapa hasil temuan dalam penelitian mengenai analisis sentimen terhadap isu modifikasi pertamax ini.

Hasil Analisis Sentimen Publik Terhadap Isu Modifikasi Pertamax Pertamina

Data yang diperoleh kemudian dikelompokkan ke dalam periode-periode, di mana setiap periode mencakup pemantauan selama 7 hari.

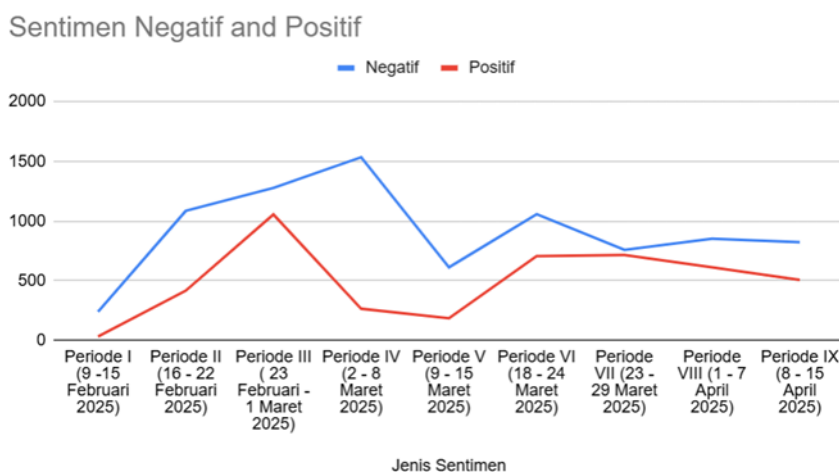
Table 1. Data Sentimen Publik dalam Setiap Periode Sumber: Peneliti (2025)

Jenis Sentimen	Periode								
	I (9 – 15 Februari)	II (16-22 Februari)	III (23 Feb – 1 Maret)	IV (2 – 8 Maret)	V (9 -15 Maret)	VI (16-22 Maret)	VII (23-29 Maret)	VIII (1 – 7 April)	IX (8 – 15 April)
Negatif	241	1085	1278	1535	613	1058	759	852	823
Positif	32	417	1056	265	186	707	715	613	507

Berdasarkan data yang terdapat dalam Tabel 1, isu tentang modifikasi bahan bakar Pertamax terus menjadi perbincangan hangat di media sosial sejak kemunculannya pada 9 Februari 2025 hingga pertengahan April 2025. Terdapat peningkatan dalam sentimen negatif dan positif, di mana puncak sentimen positif terjadi antara 23 Februari hingga 1 Maret 2025 (1.056 positif dan 1.278 negatif). Sebaliknya, puncak sentimen negatif tercatat antara 2 hingga 8 Maret 2025 (1.535 negatif dan 265 positif). Pasca periode tersebut, sentimen negatif dan positif saling bergantian naik turun, yang menandakan adanya dinamika opini publik yang tetap tinggi terhadap isu ini. Jika peneliti urutkan dari awal mula muncul isu tersebut tercatat bahwa terdapat 241 sentimen negatif dan 32 sentimen positif yang ada di media sosial pada periode pertama, pada periode kedua dikumpulkan data 1085 sentimen negatif dan 417 sentimen positif yang menunjukkan angka kenaikan yang cukup signifikan, menandakan isu tersebut ramai dibicarakan publik.

Pada periode ketiga, dengan hasil 1278 sentimen negatif, dan 1056 sentimen positif. Selanjutnya pada periode ke empat, terjadi puncak sentiment negatif sebesar 1535 dan 265 sentimen positif, terjadi penurunan yang sangat signifikan pada sentiment positif pada periode ini menunjukkan adanya alihan sentiment positif ke negatif dari periode sebelumnya. Pada periode kelima, terjadi penurunan sentiment pada isu ini sebesar 613 sentimen negatif dan 186 sentimen positif. Meski sempat turun, isu ini kembali naik pada periode ke-enam dengan ditunjukkan pada 1058 sentimen negatif dan 707 sentimen positif, menunjukkan isu ini masih menjadi pokok pembicaraan publik di media sosial.

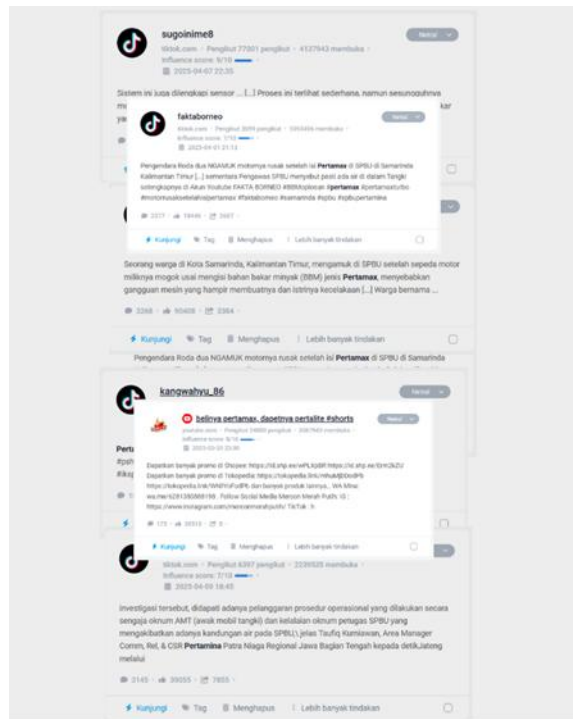
Pada periode ke-tujuh, sentimen yang ada di masyarakat terkait isu ini kembali turun dengan angka, 759 sentimen negatif dan 715 sentimen positif. Periode ke-delapan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan, dengan angka 852 sentimen negatif dan 613 sentimen positif. Dan pada periode terakhir sentimen negatif dapat terlihat turun pada 823 sentimen dan 507 sentimen positif. Meski demikian, dari banyaknya media sosial yang membicarakan mengenai isu, media sosial yang aktif didominasi oleh media sosial tiktok dan twitter/X.



Gambar 4. Grafik Isu modifikasi Pertamina Sumber: Peneliti (2025)

Dalam Grafik pada gambar 3 terlihat bahwa dengan lebih tingginya sentimen negatif yang dibicarakan banyak orang, menunjukkan bahwa sentiment negatif memberikan efek kepada banyak orang untuk berpikir secara logika (Mukherjee et al., 2021), serta melihat bahwa pada kasus ini, dibuktikan dengan banyaknya kasus-kasus yang berkaitan, seperti mogoknya kendaraan setelah mengisi bensin Pertamina, bahkan terdapat akun-akun yang secara langsung menampilkan bensin Pertamina tersebut yang terlihat dicampur oleh air (Tempo.co, 2025).

Meskipun menurut (Liu, 2010) analisis sentimen umumnya mengelompokkan respons masyarakat ke dalam tiga kategori positif, negatif, dan netral, kasus modifikasi Pertamina menunjukkan bahwa sentimen netral sangat minim, bahkan tidak tercatat akumulasi jumlah datanya dalam data Brand24.



Gambar 4. Sentimen netral isu modifikasi pertamax Sumber: Brand24

Brand24 dapat mengidentifikasi konten atau akun-akun yang menyampaikan sentimen netral. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna media sosial cenderung mengekspresikan pendapat dengan jelas, baik yang mendukung (positif) maupun yang menentang (negatif). Hanya sedikit suara netral yang terdeteksi, menunjukkan bahwa pengguna lebih suka untuk bersikap vokal dengan pendirian yang tegas ketimbang bersikap ambigu atau tidak berkomitmen. Fenomena ini mencerminkan polarisasi opini di dunia digital, di mana audiens lebih termotivasi untuk mengemukakan sikap pro atau kontra, sementara respons netral hampir tidak terdengar dalam percakapan online. Hal ini juga menegaskan bahwa media sosial menjadi arena bagi pengguna untuk mengekspresikan emosi dan keyakinan mereka secara terbuka, sementara ruang untuk ekspresi yang moderat atau netral semakin menyusut.



Gambar 5. Reaction dan Mention Isu Modifikasi Pertamina Sumber: Brand24

peneliti menampilkan grafik volume penyebutan dan jangkauan media sosial terkait isu modifikasi bahan bakar pertamax pada akhir pertengahan periode hingga periode akhir penelitian (18 Maret – 15 April 2025) untuk menunjukkan sebanyak apa publik masih membicarakan kasus ini. Semakin sering isu ini dibahas di platform digital, semakin besar pula pengaruhnya dalam membentuk sentimen publik (Gorodnichenko et al., 2021).

Dengan jumlah jangkauan pada media sosial sebesar 20 Juta jangkauan media sosial dan 1156 Volume penyebutan, menjadi salah satu penemuan seberapa banyaknya isu ini dibicarakan di masyarakat. Data yang diperoleh melalui Brand24 ini dapat dihubungkan dengan kecenderungan sentimen positif atau negatif yang muncul di kalangan masyarakat. Selain itu, jangkauan luas media sosial mempercepat penyebaran informasi, memungkinkan Brand24 untuk mengidentifikasi pola sentiment.

👤 Profil publik teratas

	PROFIL	📢 SUMBER	👁️ PEMBAGIAN SUARA	❤️ PENGARUH
1	👤 lasecareguntur	✖️	14.838%	2.9 M
2	👤 Dwynna_Win	✖️	9.685%	1.9 M
3	👤 deprianthony	👍	8.214%	1.6 M
4	👤 alhusnamerdeka	👍	6.704%	1.3 M
5	👤 .maskaryadiansyah_ms	👍	6.592%	1.3 M
6	👤 faktaborneo	👍	6.496%	1.3 M
7	👤 wanggai41	👍	6.208%	1.2 M
8	👤 BosPurwa	✖️	6.022%	1.2 M
9	👤 indonesia20245_	👍	3.913%	764 597
10	👤 indonesiaemas20245_	👍	3.177%	620 719
11	👤 Nicho_Silalahi	✖️	2.464%	481 500
12	👤 grok	✖️	2.095%	409 410
13	👤 tudelesmanaa_	👍	2.057%	401 901
14	👤 inyomanbudaasmaraputra	👍	1.888%	368 905
15	👤 nomerorae	✖️	1.76%	343 800
16	👤 kev_kag	✖️	1.456%	284 400
17	👤 wsatrian	👍	1.331%	260 143
18	👤 ordal_tramp	👍	0.961%	187 738
19	👤 kristian.muladi	👍	0.767%	149 900
20	👤 mhddd.161	👍	0.762%	148 965

Gambar 6. Akun yang sering membicarakan Isu Modifikasi Pertamina Sumber: Brand24

Akun-akun yang peneliti tampilkan pada gambar 17 tersebut pada 15 Maret – 18 April 2025, terlihat sangat signifikan dan juga kemampuan mereka dalam memicu diskusi yang lebih luas. Dalam gambar 17 terlihat 10 akun teratas memiliki *Social reach* yang cukup besar angkanya, seperti pada nomor 1 terdapat @Romi_saputra969 yang memiliki *reach* akun yang menunjukkan banyaknya akun yang melihat, menyukai, dan berkomentar pada akun tersebut hingga 11 M dan voice share yang menunjukkan sebagai mana presentasi akun yang ikut berkomentar pada akun tersebut mencapai 9.077%.

Sentimen yang mereka ungkapkan, baik yang positif, negatif, maupun netral, sering dijadikan rujukan oleh pengguna media sosial lainnya dalam menilai berbagai isu. Hal ini terjadi karena akun-akun tersebut dianggap memiliki kredibilitas tinggi, sehingga opini yang

mereka sampaikan cenderung dipercaya dan diikuti oleh masyarakat. Akibatnya, sentimen yang mereka bagikan dapat dengan cepat mendominasi dan bahkan memicu polarisasi reaksi di dunia digital.

Isu modifikasi bahan bakar Pertamina yang muncul pada 9 Februari 2025 telah memicu berbagai respons di media sosial, dengan sentimen negatif mendominasi pembicaraan. Banyak masyarakat yang mengekspresikan kekecewaan mereka terkait potensi dampak kebijakan ini, mulai dari kenaikan biaya hidup hingga ketidakjelasan informasi dari pihak berwenang. Platform seperti Twitter/X dan TikTok menjadi arena utama untuk menyebarkan isu ini, di mana ribuan akun berdiskusi melalui kritik, opini, dan konten yang viral. Analisis menggunakan Brand24 menunjukkan bahwa narasi negatif jauh lebih mendominasi, meskipun ada beberapa sentimen positif yang berfungsi sebagai penyeimbang. Media sosial memainkan peran penting dalam mempercepat penyebaran opini publik, memberikan tekanan kepada pihak terkait untuk menyampaikan penjelasan yang lebih transparan, sekaligus mempolarisasi pandangan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis sentimen menurut Liu (2010) untuk memahami dinamika opini publik melalui Brand24. Meskipun belum ada studi spesifik tentang modifikasi Pertamina, temuan ini sejalan dengan penelitian lain yang serupa, seperti analisis sentimen terhadap program Tapera (Rohmania, 2024) atau mengenai Brand Starbuck (Rayyana, 2024), yang juga didominasi oleh narasi negatif. Peran influencer dan viralitas konten semakin memperkuat persepsi masyarakat, menunjukkan bagaimana media sosial dapat membentuk opini publik secara masif. Namun, minimnya sentimen netral mencerminkan kecenderungan masyarakat untuk bersikap tegas, baik dalam mendukung maupun menolak, ketimbang bersikap ambivalen. Hal ini menegaskan pentingnya pemantauan dan manajemen isu guna mencegah misinformasi serta dampak sosio-ekonomi yang lebih meluas.

SIMPULAN

Penelitian mengenai Analisis Sentimen Publik terhadap Isu Modifikasi Bahan Bakar Pertamina yang menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode netnografi ini menemukan bahwa opini publik terkait isu ini ber-sentimen negatif yang dominan sejumlah 64.7% dari 1056 penyebutan di media sosial, dengan periode ke IV sebagai periode puncak sentimen negatif yang menunjukkan angka 1535 sentimen. Hasil ini menunjukkan bahwa isu modifikasi bahan bakar Pertamina sangat mempengaruhi publik sehingga banyaknya kekecewaan yang didapatkan oleh pengguna Pertamina

menyebabkan tidak sedikitnya konsumen Pertamina yang berpindah kepada perusahaan penyedia bahan bakar lainnya. Kekecewaan publik ini menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan Pertamina, ditunjukkan pada banyaknya masyarakat yang akhirnya berpindah pada penyedia bahan bakar lain tersebut. Temuan penelitian ini diharapkan menjadi penilaian Pertamina dari strategi komunikasi, pemantauan penjualan dan peningkatan kualitas produk, tetapi juga untuk masyarakat dapat lebih kritis dalam memilah informasi di media sosial. Oleh karena itu, penelitian di masa depan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam dan rekomendasi yang lebih efektif untuk pemangku kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Harkan, A., Fatimah, A. N., & Erawaty, D. P. (2021). Communication Network Analysis of Negative Campaigns on# BapakHoaxNasional in the 2019 Presidential Election. *Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities Universitas Indonesia Conference (APRISH 2019)*, 10–17.
- Amalina, A. N., Sari, W. P., & Fatimah, A. N. (2024). Opini Publik mengenai Website *haveaniesday.com* dalam Membentuk Citra Anies Baswedan sebagai Calon Presiden 2024. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 13127–13139.
- Anjellina, C. D., & Pratiwi, I. E. (2025). Antrean Motor Mengular di Shell, Sampai Kapan Masyarakat Beralih ke SPBU Swasta? .
<https://www.kompas.com/tren/read/2025/02/28/083000065/antrean-motor-mengular-di-shell-sampai-kapan-masyarakat-beralih-ke-spbu>.
- A.Rafiq. (2020). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT. *Global Komunika*.
- Armananta, H. (2025). Dampak Isu Pertamina Oplosan di Pertamina: Analisis Mendalam dan Solusi. <https://markaindo.co.id/berita/dampak-isu-pertamax-oplosan-di-pertamina/>.
- Bambang Sri Hartono, & Herni Nursetiana. (2025). ANALISIS MEDIA MONITORING PUBLIK TERHADAP FENOMENA BOIKOT PRODUK MENGGUNAKAN BRAND24. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 68–75. <https://doi.org/10.69714/fdchvt24>
- Bucur, C., Tudorica, B., Andrei, J. V., Dusmanescu, D., Paraschiv, D., & Teodor, C. (2024). Sentiment analysis of global news on environmental issues: insights into public perception and its impact on low-carbon economy transition. *Frontiers in Environmental Science*, 12, 1360304.

- Chaterine, R. N., & Balamirrus, R. (2025). Kasus Dugaan Pertamina Oplosan, Pertamina Diminta Beri Kompensasi Konsumen yang Dirugikan .
<https://Nasional.Kompas.Com/Read/2025/03/04/11310641/Kasus-Dugaan-Pertamax-Oplosan-Pertamina-Diminta-Beri-Kompensasi-Konsumen?Page=all>.
- Fatimah, A. N. (2025). Learning Through Digital Media: Opportunities and Challenges among Indonesian Citizens. 5th Annual Civic Education Conference (5th ACEC 2024), 25–39.
- Gorodnichenko, Y., Pham, T., & Talavera, O. (2021). Social media, sentiment and public opinions: Evidence from# Brexit and# USElection. *European Economic Review*, 136, 103772.
- Guzman, A. (2021). TikTok and the Public Sphere: Examining the Structure of Online Discourse.
- Hutabarat, A. W. V., Adnyani, N. L. S. S., & Suryadi, K. (2024). Analisis Sentimen Data Ulasan Pengguna MyPertamina di Twitter dengan Metode Text Mining. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 13(1), 145–154. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v13i1.6958.145-154>
- Kozinets, R. V., & Gambetti, R. (2021). *Netnography Unlimited* (R. V. Kozinets & R. Gambetti, Eds.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003001430>
- Liu, B. (2010). Sentiment analysis and Subjectivity. https://Www.Researchgate.Net/Profile/Bing-Liu-120/Publication/228667268_Sentiment_analysis_and_subjectivity/Links/5472bbea0cf24bc8ea199f7c/Sentiment-Analysis-and-Subjectivity.Pdf.
- Maharani, M. Z. (2024). Analisis Sentimen Positif TerhadapAvoskinsebagai Eco Friendly Brand di Media Sosial X dan TikTok. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1. <https://journal.asdkvi.or.id/index.php/Filosofi/article/view/169/263>
- Mao, Y., Liu, Q., & Zhang, Y. (2024). Sentiment analysis methods, applications, and challenges: A systematic literature review. *Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences*, 102048.
- Mukherjee, P., Badr, Y., Doppalapudi, S., Srinivasan, S. M., Sangwan, R. S., & Sharma, R. (2021). Effect of negation in sentences on sentiment analysis and polarity detection. *Procedia Computer Science*, 185, 370–379.
- Pertamina. (2023). Perjalanan Kami. <https://Www.Pertamina.Com/>.
- Ratna Rohmania, D., & Abidin, R. (2024). LogicLink : Journal of Artificial Intelligence and Multimedia in Informatics Analisis Sentimen Masyarakat Indonesia Terhadap Kebijakan Program Tapera Menggunakan Brand24. 1(2), 120–131.

- Rayana, L. N. (2024). Analisis Sentimen Negatif Terhadap Brand Starbucks Akibat Pemboikotan Melalui Media Sosial X(Periode 14 Februari –15 Maret 2024). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/10599/7344>
- Rohmania, D. R. (2024). Analisis Sentimen Masyarakat Indonesia Terhadap Kebijakan Program TaperaMenggunakan Brand24. *Journal of Artificial Intelligence and Multimedia in Informatics*, 1. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/logiclink/article/view/8736/2233>
- Romadhan, M. I., Pariyanto, P., & Suwandha, A. I. (2025). Critical Discourse Analysis of "Pertamina's Press Release" Supported by the Attorney General's Office, Pertamina Ensures Pertamina Meets Specifications". *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 4(2), 757–782.
- Safarudin. (2023). Penelitian Kualitatif. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>.
- Staab, P., & Thiel, T. (2022). Social media and the digital structural transformation of the public sphere. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 129–143.
- Suryadi Bakry, U. (2017). Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional. <https://ejournal.unair.ac.id/index.php/JGS/article/download/3788/3802>
- Suryaningsih, A. (2020). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PRESTASI BELAJAR PESERTA DIDIK. *EDUSAINTEK: JURNAL PENDIDIKAN, SAINS DAN TEKNOLOGI*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v7i1.45>
- Suyadi. (2024). Metode Penelitian Kualitatif.
- Tempo.co. (2025). Pertamina Diduga Dicampur Peralite, LBH Jakarta Minta Pertamina Jujur. <https://www.tempo.co/ekonomi/pertamax-diduga-dicampur-pertalite-lbh-jakarta-minta-pertamina-jujur-1213411>.
- Xi, R. (2024). Translating emotions: a netnography of affect in a conference interpreting case during COVID-19. *Perspectives*, 32(2), 345–361.