Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page: 2490-2495

Framing Pemberitaan Citra PT Pertamina dalam Menghadapi Krisis Kepercayaan (Studi Kasus Pertamax Oplosan pada Media Online Detik.com dan Kompas.com)

Ririn Dwi Novertha[1], Sepriadi Saputra[2], Chairunnisah Putri Ayu Ningsih[3]
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Email: [1]rdnovertha@gmail.com, [2]sepriadisaputra_uin@radenfatah.ac.id, [3]chairunnisahputriayuningsih_uin@radenfatah.ac.id

Published: January, 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui framing pemberitaan citra PT Pertamina dalam menghadapi krisis kepercayaan akibat kasus Pertamax oplosan pada media online Detik.com dan Kompas.com dengan analisis Framing Pan & Kosicki. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang melibatkan observasi, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa kedua media membangun citra Pertamina melalui sudut pandang yang berbeda. Detik.com membangun citra Pertamina sebagai institusi yang aktif memberi klarifikasi dan berusaha memulihkan kepercayaan publik, sedangkan Kompas.com membingkai Pertamina sebagai perusahaan yang sedang melakukan perbaikan dan harus bertanggung jawab atas penyimpangan internal. Perbedaan sudut pandang, panjang berita, dan penekanan pada sumber membuat kedua media membentuk interpretasi publik yang berbeda terhadap krisis Pertamina. Oleh karena itu, pemahaman terhadap proses framing menjadi penting untuk membaca dinamika pemberitaan media dan dampaknya terhadap komunikasi krisis perusahaan.

Kata Kunci: Framing Media, Citra Perusahaan, Pertamax Oplosan

ABSTRACT

This study aims to determine the framing of PT Pertamina's image in the face of the crisis of trust caused by the adulterated Pertamax case on the online media outlets Detik.com and Kompas.com, using Pan & Kosicki's Framing Analysis. This study used a qualitative method with a case study approach involving observation, literature review, and documentation. The results show that both media outlets construct Pertamina's image through different perspectives. Detik.com constructs Pertamina's image as an institution actively providing clarification and striving to restore public trust, while Kompas.com frames Pertamina as a company undergoing improvements and taking responsibility for internal irregularities. Differences in perspective, length of news stories, and emphasis on sources led the two media outlets to shape different public interpretations of the Pertamina crisis. Therefore, understanding the framing process is crucial for interpreting the dynamics of media reporting and its impact on the company's crisis communications.

Keywords: Media Framing, Corporate Image, Pertamax Mixed

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, media massa memiliki peran yang sangat strategis dalam membentuk opini publik dan memengaruhi cara masyarakat memahami suatu peristiwa. Media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor yang memilih, menafsirkan, dan membingkai realitas melalui sudut pandang tertentu (Ardinata, 2022). Proses pembingkaian tersebut menyebabkan satu peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda oleh publik, tergantung pada bagaimana media menyajikannya. Oleh karena itu, pemberitaan media memiliki kekuatan besar dalam membangun persepsi, sikap, dan penilaian masyarakat terhadap isu, lembaga, maupun individu (Perdana & Zamzamy, 2025).

PT Pertamina (Persero) merupakan salah satu perusahaan yang kerap menjadi sorotan media karena posisinya sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertanggung jawab dalam penyediaan energi nasional (Sinambela, 2025). Setiap isu yang melibatkan Pertamina tidak hanya berdampak pada aspek operasional perusahaan, tetapi juga berpengaruh langsung terhadap citra, reputasi, dan tingkat kepercayaan publik. Sebagai perusahaan yang produknya digunakan secara luas oleh masyarakat, isu yang berkaitan dengan kualitas bahan bakar minyak memiliki sensitivitas tinggi dan mudah berkembang menjadi perhatian publik yang luas (Mahendra, 2022).

Pada akhir Februari tahun 2025, muncul isu dugaan Pertamax oplosan yang diungkap oleh Kejaksaan Agung dalam kasus korupsi tata kelola minyak. Isu ini berkembang pesat melalui pemberitaan media online dan memicu keresahan masyarakat karena menyangkut kualitas bahan bakar yang selama ini dianggap lebih unggul. Pertamax yang dikenal sebagai BBM dengan standar lebih tinggi dibanding Pertalite mulai dipertanyakan keasliannya, sehingga menimbulkan krisis kepercayaan terhadap PT Pertamina (Alvito & Gono, 2025). Pemberitaan yang masif dan berkelanjutan membuat isu ini tidak hanya dipandang sebagai persoalan teknis, tetapi juga sebagai masalah serius yang berkaitan dengan tata kelola dan integritas perusahaan.

Media online memainkan peran penting dalam membingkai dan menyebarluaskan informasi kepada publik (Aini & Setiawan, 2021). Detik.com dan Kompas.com merupakan dua media online nasional yang memiliki jumlah pembaca besar dan karakteristik pemberitaan yang berbeda. Detik.com dikenal dengan gaya pemberitaan yang cepat, ringkas, dan berorientasi pada pernyataan langsung, sedangkan Kompas.com cenderung menyajikan berita secara lebih mendalam dan analitis (Silviani et al., 2021). Perbedaan karakteristik ini memungkinkan munculnya framing yang berbeda dalam memberitakan kasus yang sama, termasuk dalam membentuk citra PT Pertamina di mata publik.

Perbedaan framing media menjadi penting untuk dikaji karena dapat memengaruhi cara masyarakat menilai dan menyikapi krisis yang dihadapi perusahaan. Framing yang menekankan klarifikasi dan upaya perbaikan dapat membantu pemulihan citra, sementara framing yang menonjolkan aspek pelanggaran dan tanggung jawab hukum dapat memperkuat persepsi negatif (Alifahmi, 2024). Oleh karena itu, analisis framing diperlukan untuk memahami bagaimana media mengonstruksi realitas sosial dan membentuk citra perusahaan dalam situasi krisis. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis framing pemberitaan Detik.com dan Kompas.com dalam membentuk citra PT Pertamina pada kasus Pertamax oplosan. Dengan menggunakan analisis framing Pan dan Kosicki, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perbedaan cara kedua media membingkai isu, serta implikasinya terhadap pembentukan opini publik dan citra perusahaan dalam komunikasi krisis.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena bertujuan untuk memahami dan menafsirkan makna yang terkandung dalam pemberitaan media online mengenai kasus Pertamax oplosan. Metode ini dipilih karena penelitian ini tidak berfokus pada pengukuran data secara kuantitatif, melainkan pada penafsiran teks dan konstruksi makna yang dibangun media dalam membingkai suatu peristiwa (Ramdhan, 2021). Melalui metode ini, peneliti dapat menggali secara mendalam bagaimana media mengonstruksi realitas serta membentuk citra PT Pertamina melalui pemberitaan. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya melihat isi berita secara terpisah, tetapi juga memahami keterkaitan antarberita dalam membentuk narasi dan citra perusahaan (Yusuf, 2016).

Analisis data dilakukan menggunakan analisis framing model Pan dan Kosicki yang meliputi empat struktur, yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retoris. Model ini digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana media menyusun fakta, menentukan fokus pemberitaan, serta menggunakan bahasa dan simbol tertentu dalam membingkai realitas (Sobur, 2015). Melalui analisis ini, peneliti dapat melihat perbedaan framing antara Detik.com dan Kompas.com dalam memberitakan kasus Pertamax oplosan serta implikasinya terhadap pembentukan citra PT Pertamina.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan dengan analisis framing Pan dan Kosicki yang mencakup struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retoris. Data penelitian berupa berita online yang dipublikasikan pada periode 25 Februari hingga 30 Maret 2025, yaitu saat isu Pertamax oplosan pertama kali muncul, mendapat tanggapan resmi dari Pertamina, hingga munculnya pemberitaan mengenai upaya pemulihan citra perusahaan. Untuk memperoleh gambaran framing yang utuh dan seimbang, peneliti mengelompokkan berita ke dalam tiga kategori utama, yaitu:

1. Awal munculnya kasus Pertamax oplosan.
2. Tanggapan resmi PT Pertamina.
3. Pemulihan citra PT Pertamina pasca kasus.

Ketiga kategori ini dipilih karena mampu menggambarkan alur perkembangan isu mulai dari bagaimana kasus pertama kali diberitakan, bagaimana perusahaan merespons, hingga bagaimana media membingkai kondisi setelah krisis muncul. Adapun peneliti mengambil satu berita dari Detik.com dan Kompas.com untuk setiap kategori, dengan total enam berita yang menjadi sampel penelitian agar mendapatkan hasil yang seimbang dan objektif.

Tabel 1. Kategori dan Judul Berita Penelitian

No.	Kategori Berita	Judul Berita Detik.com	Judul Berita Kompas.com
1.	Awal munculnya kasus Pertamax oplosan	"Pertamina Buka Suara Soal BBM Oplosan di Kasus Korupsi Tata Kelola Minyak" (25 Februari 2025)	"Korupsi Pertamina, Kejagung: Patra Niaga Beli Pertalite, Dioplos Jadi Pertamax" (25 Februari 2025)
2.	Tanggapan PT Pertamina atas kasus Pertamax oplosan	"Dirut Pertamina Pastikan Kualitas BBM Sudah Sesuai Standar" (3 Maret 2025)	"Pertamina Bakal Libatkan Pihak Independen untuk Cek Kualitas BBM" (3 Maret 2025)
3.	Pemulihan citra PT Pertamina pasca kasus Pertamax oplosan	"Pertamina Cek Kualitas RON Pertalite-Pertamax di 349 SPBU, Ini Hasilnya" (27 Maret 2025)	"Pertamina Cek 6.198 SPBU, Pastikan BBM Berkualitas dan Sesuai Aturan" (27 Maret 2025)

Sumber: Didah oleh Peneliti, 2025

Pembahasan ini menguraikan hasil analisis framing pemberitaan kasus Pertamax oplosan pada media Detik.com dan Kompas.com menggunakan model framing Pan dan Kosicki yang meliputi struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retoris (Eriyanto, 2015). Analisis dilakukan terhadap enam berita yang terbagi dalam tiga kategori, yaitu awal munculnya kasus, tanggapan resmi PT Pertamina, dan pemulihan citra pasca kasus.

1. *Framing* Pemberitaan Awal Munculnya Kasus Pertamax Oplosan

Pada kategori awal munculnya kasus, Detik.com melalui berita "Pertamina Buka Suara Soal BBM Oplosan di Kasus Korupsi Tata Kelola Minyak" membingkai isu dengan menempatkan klarifikasi Pertamina sebagai fokus utama. Secara sintaksis, headline dan lead berita langsung menyampaikan bantahan bahwa BBM yang beredar bukan oplosan. Dalam struktur skrip, unsur who dan what didominasi oleh pernyataan pejabat Pertamina, sementara aspek hukum hanya dijadikan latar belakang. Secara tematik, berita disusun untuk menenangkan publik dengan menekankan penjelasan teknis

mengenai RON BBM. Dari sisi retoris, penggunaan istilah teknis seperti "RON 90", "RON 92" memperkuat citra Pertamina sebagai pihak yang kompeten dan bertanggung jawab.

Sebaliknya, Kompas.com melalui berita "Korupsi Pertamina, Kejagung: Patra Niaga Beli Pertalite, Dioplos Jadi Pertamax" menonjolkan dugaan pelanggaran hukum. Struktur sintaksis berita diawali dengan penetapan tersangka oleh Kejaksaan Agung. Dalam struktur skrip, unsur what, who, dan how dijelaskan secara rinci terkait mekanisme pengoplosan BBM. Secara tematik, berita ini konsisten mengangkat isu korupsi dan kegagalan tata kelola. Secara retoris, penggunaan kata seperti "korupsi", "dioplos", dan "kerugian negara" membentuk framing negatif terhadap citra Pertamina.

2. *Framing* Tanggapan Resmi PT Pertamina

Pada kategori tanggapan resmi, Detik.com melalui berita "Dirut Pertamina Pastikan Kualitas BBM Sudah Sesuai Standar" membingkai respons perusahaan secara positif. Struktur sintaksis menempatkan pernyataan Direktur Utama Pertamina sebagai pembuka berita. Dalam struktur skrip, fokus utama terletak pada proses uji laboratorium dan mekanisme pengawasan kualitas BBM. Secara tematik, berita menekankan jaminan kualitas dan transparansi perusahaan. Dari sisi retoris, penggunaan istilah teknis seperti "sesuai standar" dan "hasil uji Lemigas" memperkuat citra profesional Pertamina.

Sementara itu, Kompas.com melalui berita "Pertamina Bakal Libatkan Pihak Independen untuk Cek Kualitas BBM" membingkai tanggapan Pertamina sebagai upaya pemulihan kepercayaan publik. Secara sintaksis, headline menonjolkan rencana tindakan korektif. Dalam struktur skrip, unsur why dikaitkan dengan keresahan publik akibat kasus hukum. Secara tematik, klarifikasi perusahaan diposisikan sebagai respons atas krisis kepercayaan. Secara retoris, penggunaan frasa "pihak independen" dan "pengawasan eksternal" menunjukkan bahwa kepercayaan publik terhadap Pertamina masih perlu dipulihkan.

3. *Framing* Pemulihan Citra PT Pertamina Pasca Kasus

Pada tahap pemulihan citra, Detik.com melalui berita "Pertamina Cek Kualitas RON Pertalite–Pertamax di 349 SPBU, Ini Hasilnya" menekankan pemulihan citra berbasis data teknis. Secara sintaksis, berita dibuka dengan hasil pengecekan kualitas BBM. Dalam struktur skrip, fokus diarahkan pada hasil uji RON dan proses pemeriksaan SPBU. Secara tematik, berita membangun narasi bahwa kualitas BBM tetap terjaga. Dari sisi retoris, penyajian angka dan istilah teknis digunakan untuk menegaskan profesionalisme Pertamina.

Kompas.com melalui berita "Pertamina Cek 6.198 SPBU, Pastikan BBM Berkualitas dan Sesuai Aturan" membingkai pemulihan citra secara lebih luas. Struktur sintaksis menonjolkan skala pemeriksaan SPBU. Dalam struktur skrip, unsur why dikaitkan dengan komitmen terhadap kepatuhan dan tata kelola. Secara tematik, pemulihan citra diposisikan sebagai proses institusional dan berkelanjutan. Secara retoris, penggunaan istilah seperti "compliance" dan "sesuai aturan" memperkuat kesan akuntabilitas perusahaan.

4. Perbedaan *Framing* Citra PT Pertamina pada Detik.com dan Kompas.com

Berdasarkan hasil analisis framing menggunakan model Pan dan Kosicki, terdapat perbedaan yang konsisten antara Detik.com dan Kompas.com dalam membingkai pemberitaan kasus dugaan Pertamax oplosan yang berdampak pada citra PT Pertamina (Persero). Perbedaan tersebut terlihat jelas pada keempat struktur framing yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retoris.

Secara sintaksis, Detik.com cenderung menempatkan klarifikasi dan pernyataan resmi PT Pertamina sebagai fokus utama dalam headline dan lead berita. Judul-judul berita Detik.com lebih banyak diawali dengan frasa yang menegaskan sikap atau respons perusahaan, sehingga sejak awal pembaca diarahkan untuk memahami isu dari sudut pandang Pertamina. Sebaliknya, Kompas.com lebih sering membuka berita dengan informasi yang berkaitan dengan aspek hukum, seperti penetapan tersangka dan temuan Kejaksaan Agung. Struktur ini membuat isu Pertamax oplosan dipahami sebagai persoalan serius yang berakar pada masalah tata kelola.

Dalam struktur skrip, Detik.com lebih menonjolkan unsur who dan what yang bersumber dari internal Pertamina, sementara unsur why dan how dikaitkan dengan upaya klarifikasi dan pelurusan informasi. Alur berita Detik.com cenderung sederhana dan langsung pada pesan utama, yaitu penegasan bahwa kualitas BBM tetap sesuai standar. Sementara itu, Kompas.com menyusun skrip berita dengan menekankan hubungan sebab-akibat, khususnya pada unsur why dan how yang menjelaskan dugaan praktik pengoplosan dan implikasi hukumnya. Hal ini membuat framing Kompas.com lebih analitis dan kritis terhadap konteks kasus.

Dari sisi tematik, Detik.com secara konsisten mengembangkan tema besar mengenai upaya Pertamina menjaga kualitas produk dan menenangkan keresahan publik. Setiap paragraf disusun untuk saling menguatkan narasi bahwa isu oplosan merupakan persoalan persepsi yang perlu diluruskan melalui data teknis dan hasil uji laboratorium. Sebaliknya, Kompas.com membangun tema mengenai krisis kepercayaan dan akuntabilitas perusahaan. Pemberitaan tidak hanya membahas kualitas BBM, tetapi juga mengaitkannya dengan integritas, tata kelola, dan tanggung jawab institusional PT Pertamina.

Dalam struktur retoris, Detik.com lebih banyak menggunakan istilah teknis dan bahasa yang bernuansa positif, seperti "sesuai standar", "hasil uji laboratorium", dan "kami pastikan". Pilihan kata ini berfungsi untuk memperkuat citra Pertamina sebagai perusahaan yang profesional dan kompeten. Di sisi lain, Kompas.com menggunakan diksi yang bernuansa hukum dan kontrol sosial, seperti "korupsi", "dioplos", "kerugian negara", dan "pengawasan independen". Diksi tersebut mempertegas framing kritis dan menempatkan Pertamina dalam posisi yang sedang menghadapi tekanan publik dan hukum.

Secara keseluruhan, Detik.com cenderung membingkai PT Pertamina sebagai perusahaan yang aktif melakukan klarifikasi dan berupaya mempertahankan citra positif melalui pendekatan teknis dan komunikatif. Sementara itu, Kompas.com membingkai PT Pertamina sebagai institusi yang sedang berada dalam krisis kepercayaan akibat persoalan tata kelola, sehingga membutuhkan pengawasan, transparansi, dan pembenahan sistemik. Perbedaan framing ini menunjukkan bahwa media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk cara publik memahami dan menilai citra PT Pertamina di tengah isu Pertamax oplosan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dianalisis dengan framing Pan & Kosicki dalam pemberitaan kasus Pertamax oplosan pada Detik.com dan Kompas.com, menunjukkan bahwa kedua media membangun citra Pertamina melalui sudut pandang yang berbeda. Detik.com cenderung membingkai Pertamina sebagai pihak yang responsif dan transparan. Berita-beritanya dibuka dengan klarifikasi resmi perusahaan dan menonjolkan hasil uji laboratorium serta langkah teknis pemulihan kualitas BBM. Dengan penyajian yang ringkas dan informatif, Detik.com menghadirkan citra Pertamina sebagai institusi yang aktif menjelaskan dan berupaya memulihkan kepercayaan publik setelah isu mencuat.

Adapun Kompas.com menampilkan framing yang lebih kritis dan investigatif dengan menempatkan temuan Kejaksaan Agung sebagai titik awal narasi. Walaupun upaya perbaikan Pertamina tetap diberitakan, Kompas.com menekankan bahwa proses pemulihan tidak dapat dilepaskan dari tanggung jawab atas penyimpangan internal. Secara keseluruhan, Detik.com menyoroti pemulihan, sedangkan Kompas.com menekankan perbaikan yang disertai pertanggungjawaban, sehingga menghasilkan pembentukan citra PT Pertamina yang berbeda di mata publik. Oleh karena itu, pemahaman terhadap proses framing menjadi penting untuk membaca dinamika pemberitaan media dan dampaknya terhadap komunikasi krisis perusahaan.

REFERENSI

Aini, Q., & Setiawan, H. (2021). Analisis stuktur dan framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki mengenai berita mensos Risma menanggapi kasus pelecehan anak panti asuhan Malang media online CNN Indonesia dan Kompas. com. Jurnal Pendidikan Tambusai, 5(3), 9623–9629.

Alifahmi, H. (2024). Corporate Reputation Framing Strategi Komunikasi Korporat Dan Transformasi Reputasi Edisi Revisi. Deepublish.

Alvito, P. A. A., & Gono, J. N. S. (2025). PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI ISU PERTAMAX OPLOSAN. Interaksi Online, 13(3), 385–393.

Ardinata, S. R. (2022). Framing pemberitaan Prabowo dalam membentuk citra positif pada media TV One. Komsospol, 2(1), 52–63.

Eriyanto. (2015). Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. Lkis Pelangi Aksara.

Mahendra, M. R. (2022). Pengaruh Krisis Pemberitaan Kecurangan Operator SPBU Terhadap Citra Pertamina. Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Perdana, N. Y., & Zamzamy, A. (2025). Framing Media dalam Kasus Korupsi Oleh PT Pertamina Patra Niaga: Analisis Komparatif Tempo. co dan Antaranews. JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 8(9), 10497–10501.

Ramdhan, M. (2021). Metode penelitian. Cipta Media Nusantara.

Silviani, I., Perwirawati, E., Kom, M. I., Simbolon, B. R., & Sos, S. (2021). Manajemen media massa. Scopindo Media Pustaka.

Sinambela, L. (2025). Analisis Framing Model Robert N. Entman pada Kasus Korupsi Pertamina: Studi pada Kompas. com dan Tempo. co. Samagi Journal of Law and Comunication, 1(1), 33–41.

Sobur, A. (2015). Analisis Teks Media; Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing. In Bandung Remaja Rosdakarya. Remaja Rosdakarya.

Yusuf, A. M. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan. Prenada Media.