

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PEMBERITAAN  
KELANGKAAN MINYAK GORENG PADA MEDIA  
ONLINE WASPADAACEH.COM**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh:**

**MARNIDA NINGSIH**

**NIM. 180401027**

**Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
1444 H/ 2022 M**

## SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**Pembimbing I,**

**Drs. Baharuddin AR, M.Si**  
**NIP. 196512311993031035**

**Pembimbing II,**

**Drs. Syukri Svamaun, M.Si**  
**NIP. 196412311996031006**



## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Marnida Ningsih

NIM : 180401027

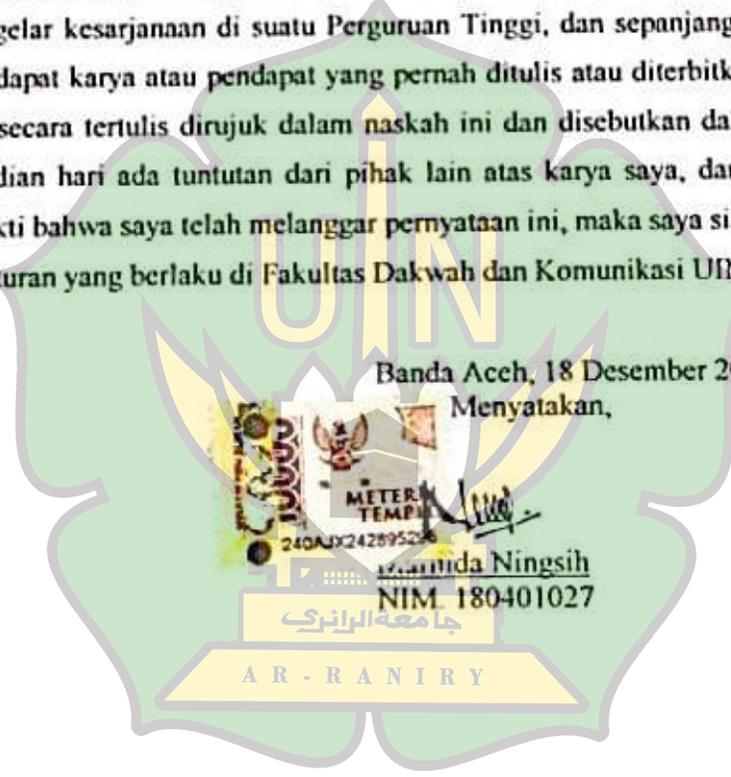
Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 18 Desember 2022

Menyatakan,



METER  
TEMPER  
240AIX24289526  
Marnida Ningsih  
NIM. 180401027  
جامعة الرانيري

AR - RANIRY

## KATA PENGANTAR



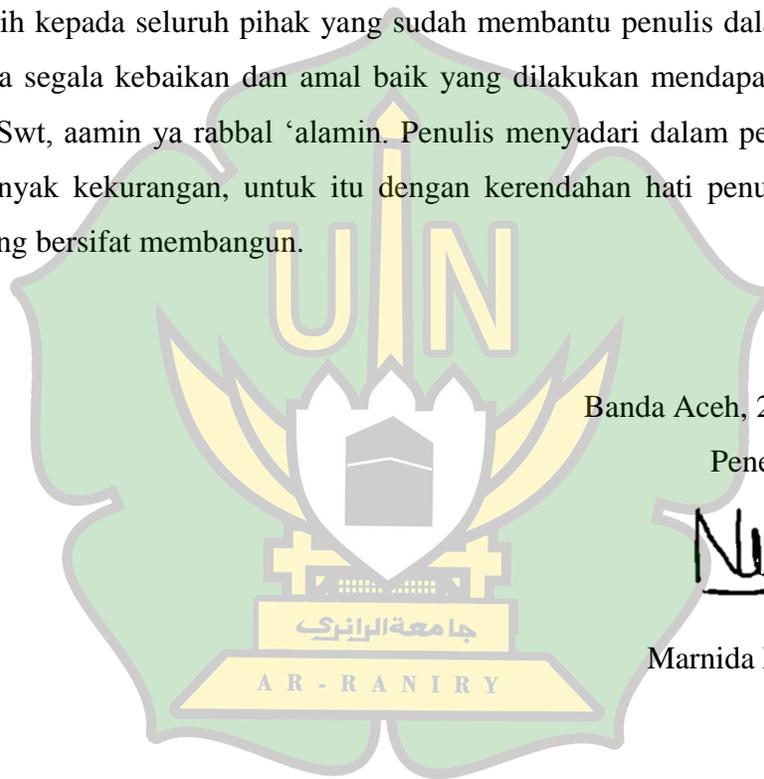
Puji dan syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah Swt, yang telah melimpahkan kasih sayang dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Salawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad Saw, yang telah membawa dan membimbing umatnya dari zaman kebodohan menuju zaman yang berilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Dengan izin Allah Swt, berkat bantuan dari semua pihak, penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini, guna memenuhi kewajiban studi untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, dengan judul skripsi *“Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng Pada Media Online Waspadaaceh.com”*. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada:

1. Yang teristimewah kedua orang tua, Ayah tercinta Mahrumin dan Mama tersayang Arlinawati yang tidak pernah berhenti medo'akan, mendukung dan memberikan serta memenuhi segala sesuatu dengan tulus dan ikhlas, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini. Kepada adik kandung saya Fahrul Adami, Tamir Rafael, Khairunniza Salsabila serta keluarga besar dan sanak saudara yang juga ikut mendoakan.
2. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Mahmuddin, S.Ag., M.Si selaku Wakil Dekan I, Fairus, S.Ag., MA selaku Wakil Dekan II, dan Dr. Sabirin, S.Sos.I., M.Si selaku Wakil Dekan III.
3. Syahril Furqany, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Hanifah, S.Sos. I., M. Ag selaku sekeretaris Prodi.
4. Drs. Baharuddin AR, M.Si selaku Pembimbing I dan Drs. Syukri Syamaun, M.Ag selaku Pembimbing II sekaligus Pembimbing Akademik, yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis, serta memberikan semangat dan motivasi untuk penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan meluangkan waktu untuk memberikan informasi.

6. Teman-teman seperjuangan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2018, terkhusus kepada sahabat saya Khairatunnisa S.Sos, Lisa Mala Hikmah S.Sos, yang sudah banyak membantu sejak penyusunan proposal hingga skripsi ini selesai, Siti Zulbaidah S.Sos yang juga sudah membantu selama melakukan penelitian serta menangis bersama selama proses perskripsian dan lainnya yang tidak dapat disebut namanya satu persatu.
7. Terakhir khusus untuk diri saya sendiri, terima kasih untuk semua air mata yang tumpah, untuk semua keringat, terima kasih juga karna sudah kuat dan bertahan sejauh ini.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan dan amal baik yang dilakukan mendapatkan balasan yang serupa dari Allah Swt, amin ya rabbal 'alamin. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.



Banda Aceh, 28 November 2022

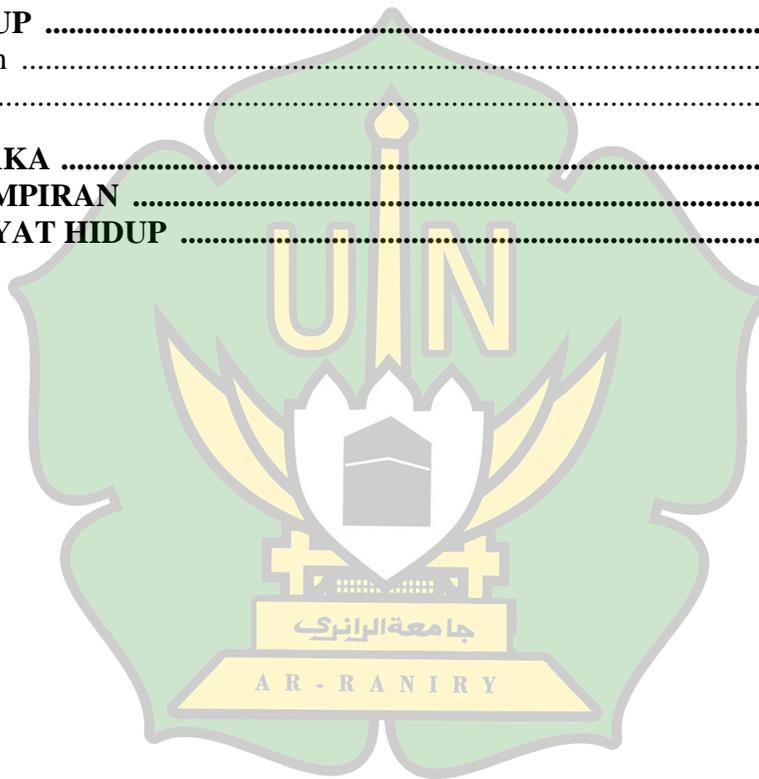
Peneliti,

Marnida Ningsih

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Definisi Operasional .....	12
<b>BAB II : TIJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	14
B. Persepsi .....	17
1. Kajian Persepsi .....	17
2. Indikator-Indikator Persepsi .....	19
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi .....	20
4. Proses Terjadinya Persepsi .....	22
C. Pemberitaan .....	25
1. Pengertian Berita .....	25
2. Jenis Berita .....	26
3. Unsur Berita .....	28
4. Nilai Berita .....	29
D. Media Online .....	30
1. Pengertian Media Online .....	30
2. Karakteristik Media Online .....	31
3. Kategori Media Online .....	33
4. Fungsi Media Online .....	34
5. Efek Media Online .....	35
E. Teori Yang Digunakan.....	37
1. Uses and Gratification .....	37
2. Agenda Setting .....	39
3. Pendekatan Syar'i Tentang Persepsi dan Pemberitaan .....	40
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b> .....	<b>44</b>
A. Pendekatan dan Metode yang Digunakan .....	44
B. Sumber Data .....	45
C. Informan Penelitian .....	46
D. Teknik Pengumpulan Data .....	47
E. Teknik Analisis Data .....	49

<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	51
1. Profil Media Waspadaaceh.com .....	51
2. Struktur Redaksi Media Waspadaaceh.com .....	52
B. Hasil Penelitian .....	53
1. Topik Pemberitaan Minyak Goreng Pada Media Online Waspadaaceh.com.....	53
2. Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Minyak Goreng Pada Media Online Waspadaaceh.com .....	58
3. Pendekatan Syar'i Terkait Persepsi Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng.....	63
C. Pembahasan / Analisis .....	65
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>83</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Screenshot Isi Berita Harga Minyak Goreng .....	53
Gambar 1.2 Screenshot Isi Berita Ungkapan Bardan Sahidi .....	54
Gambar 1.3 Screenshot Isi Berita Masyarakat Buru Minyak Goreng .....	55
Gambar 1.4 Screenshot Isi Berita Komisi II DPR Desak Pemerintah Sidak Distributor Minyak Goreng .....	56
Gambar 1.5 Screenshot Isi Berita Gubernur Aceh Ingatkan Pemerintah Atasi Kelangkaan Minyak Goreng .....	57



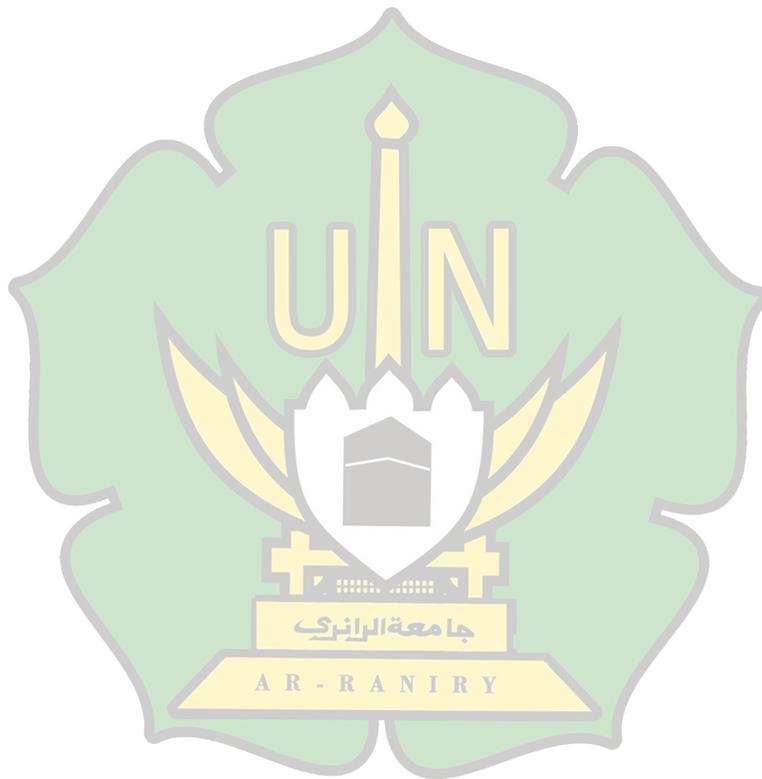
## DAFTAR TABEL

Table 2.1 Rancangan Informan Penelitian .....	46
-----------------------------------------------	----



## DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Struktur Redaksi Waspadaaceh.Com ..... 52



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 SK Skripsi
- Lampiran 3 Surat Penelitian
- Lampiran 4 Surat Balasan Waspadaaceh.com
- Lampiran 5 Surat Balasan Gampong Rukoh
- Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian



## ABSTRAK

Nama : MARNIDA NINGSIH  
Nim : 180401027  
Judul Skripsi : Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng Pada Media Online Waspadaaceh.com  
Jur / Fak : Komunikasi dan Penyiaran Islam / Dakwah dan Komunikasi

Minyak goreng merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok utama dalam kehidupan sehari-hari. Pada awal tahun 2022 menunjukkan adanya krisis kelangkaan minyak goreng yang terjadi hampir diseluruh wilayah Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat harga minyak goreng mengalami peningkatan sejak Oktober 2021 sampai dengan April 2022. Data tersebut tentu mengakibatkan banyak spekulasi dan polemik terkait penyebab kenaikan serta kelangkaan yang kemudian disebarluaskan oleh media online dengan berbagai redaksi pembahasan yang berbeda, salah satunya pada media online waspadaaceh.com. Pemberitaan minyak goreng yang tayang pada media dapat membentuk dan mempengaruhi persepsi. Persepsi masyarakat merupakan proses psikologi dalam penerimaan dan pemaknaan pesan. Persepsi perlu untuk diketahui karena berkaitan dengan sikap serta tindakan apa yang terbentuk pada masyarakat setelah membaca suatu berita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja topik pemberitaan minyak goreng yang tayang pada media waspadaaceh.com dan mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap pemberitaan pada media tersebut. Teori yang digunakan dalam yakni teori *uses and gratification* dan teori *agenda setting*. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang , terdiri dari dua orang redaksi waspadaaceh.com dan delapan orang masyarakat Gampong Rukoh. Dalam pengumpulan data, teknik yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Untuk menganalisis data digunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan langkah-langkah yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan dua hal, yang pertama berita minyak goreng yang tayang pada media waspadaaceh.com merupakan fakta dan data yang terjadi di Aceh, waspadaaceh.com fokus membahas tingginya harga dan upaya pemerintah dalam menyelesaikan masalah kelangkaan minyak goreng, berita yang tayang lebih berpihak pada kepentingan masyarakat. Kedua, media waspadaaceh.com menjadi salah satu media yang dipilih oleh masyarakat, karena memenuhi kebutuhan terkait dengan berita minyak goreng. Selanjutnya, masyarakat memberikan respon atau sikap panik dalam menanggapi permasalahan minyak goreng, terdapat efek langsung yakni berupa berita minyak goreng menjadi isu yang dianggap penting oleh semua kalangan, dan efek lanjutan berupa kepanikan yang disebabkan oleh ketakutan akan kehabisan bahan pokok tersebut sehingga mengakibatkan sebagian masyarakat memilih untuk membeli dalam jumlah banyak.

**Kata Kunci : Persepsi masyarakat, pemberitaan, waspadaaceh.com**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Minyak goreng merupakan salah satu kebutuhan utama dalam setiap rumah tangga. Minyak goreng adalah bahan makanan yang terdiri dari trigliserida, berasal dari bahan nabati tanpa menggunakan hidrogenasi atau pendinginan dan telah disuling atau dimurnikan. Minyak goreng juga termasuk kedalam sembilan bahan pokok yang multiguna. Bahan pokok ini umumnya digunakan untuk menumis atau menggoreng baik dalam jumlah banyak maupun sedikit.

Minyak goreng dianggap sebagai komoditas yang cukup strategis bagi masyarakat Indonesia karena menjadi salah satu bahan makanan pokok yang tidak dapat terlepas di seluruh lapisan masyarakat, baik yang berada di perkotaan maupun dipedesaan. Indonesia juga merupakan salah satu produsen minyak sawit mentah terbesar. Kelapa sawit memiliki peran penting karena kelapa sawit merupakan bahan baku utama pembuatan minyak goreng. Selain itu, semua penjual gorengan tahu, tempe, pisang dan olahan makanan lainnya, harus menggunakan minyak goreng.

Meskipun demikian, pada awal tahun 2022 menunjukkan adanya krisis kelangkaan minyak goreng yang terjadi hampir di seluruh wilayah Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat harga minyak goreng curah dan kemasan

mengalami peningkatan sejak Oktober 2021 sampai April 2022. Menurut Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPSN), rata-rata harga minyak goreng hingga April 2022 di pasar tradisional menunjukkan harga Rp26.000 per liter, sedangkan harga minyak goreng curah berkisar antara Rp19.000 per liter, melampaui harga eceran tertinggi yang ditetapkan oleh pemerintah yakni sebesar Rp14.000 per liter.

Sebagai salah satu negara produsen kelapa sawit terbesar di dunia, namun tidak mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan minyak goreng dengan cara terbaik. Hal itu menyebabkan kebutuhan masyarakat akan bahan pokok tersebut menjadi terhambat dan sulit untuk didapatkan serta memberikan efek negatif terutama bagi mereka yang memasuki kelas menengah ke bawah. Data ini tentunya juga menyebabkan banyak spekulasi dan polemik terkait penyebab kenaikan serta kelangkaan minyak goreng. Beberapa isu dan polemik ini kemudian disebarluaskan oleh media dengan berbagai redaksi pembahasan yang berbeda.

Sehubungan dengan jangkauan dan pengaruh massa yang semakin meningkat, media hingga saat ini tidak dapat terpisahkan sama seperti kebutuhan masyarakat terhadap bahan pokok tersebut. Media massa memfasilitasi akses ke beberapa informasi bagi pembuat kebijakan, hingga warga negara lainnya, serta meningkatkan kecepatan dalam penyampaian informasi baru untuk kemudian dipublikasikan sehingga informasi tertentu akan semakin meningkat dan dapat

diakses oleh masyarakat secara luas. Terkait dengan isu pemberitaan kelangkaan minyak goreng yang dapat membentuk dan mempengaruhi persepsi di masyarakat, media massa terlibat aktif untuk mengendalikan emosi masyarakat dan memberikan dampak baik positif maupun negatif. Informasi yang akurat dan terkini ini merupakan satu faktor yang terpenting dalam menemukan solusi yang diharapkan terhadap situasi kelangkaan yang sedang terjadi dan dianggap sebagai cara terbaik bagi media untuk membantu masyarakat dalam menghadapi isu kelangkaan minyak goreng tersebut.

Media massa dan alat-alatnya berperan penting dalam pikiran masyarakat secara luas dan mempengaruhi bagaimana masyarakat memikirkan suatu fenomena atau isu yang terjadi. Secara normal, terlepas dari tingkat pendidikan masyarakat tersebut, keyakinan bahwa media massa memiliki kekuatan yang tidak terbayangkan sudah tersebar dengan sangat luas termasuk dikalangan ibu rumah tangga. Masyarakat berpikir bahwa media massa dapat mengubah pendapat dan memberikan bentuk pemikiran baru dan membimbing semua tindakan manusia. Tidak hanya itu, informasi yang diterima juga berpengaruh pada persepsi dan sikap yang diambil, salah satunya adalah *panic buying* atau membeli dalam jumlah banyak. Pada hakekatnya, persepsi dan media massa saling terkait dan saling menguntungkan, seperti mata uang yang tidak dapat dipisahkan.

Persepsi menentukan pemahaman masyarakat terhadap pesan media massa dalam konteks komunikasi massa, termasuk pemberitaan media online tentang isu kelangkaan minyak goreng. Pemahaman ini yang akan mempengaruhi keyakinan-keyakinan dan sikap. Persepsi masyarakat terhadap pemberitaan media online tentang isu kelangkaan minyak goreng merupakan proses psikologis dalam penerimaan dan pemaknaan pesan. Secara umum persepsi merupakan proses pencarian informasi untuk dipahami dengan menggunakan alat pengindraan. Pada proses ini kepekaan dalam diri seseorang terhadap lingkungan sekitar terlihat. Cara pandang seseorang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari proses persepsi. Perilaku, tindakan dan sikap dalam kehidupan seseorang akan dinilai berdasarkan persepsi masyarakat.

Dalam pandangan islam, persepsi merupakan proses manusia dalam memahami suatu informasi baik melalui mata untuk melihat, hidung untuk penciuman, telinga untuk mendengar, dan hati untuk merasakan yang disalurkan ke akal dan pikiran manusia agar menjadi suatu pemahaman<sup>1</sup>. Seperti firman Allah dalam Al-Qur'an Surah As-Sajadah, ayat: 9

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوحِهِ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya: “Kemudian Dia menyempurnakan dan meniupkan ke dalam (tubuh) Nya roh (ciptaan)-Nya dan Dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati (tetapi) kamu sedikit sekali bersyukur” (Q.S As-Sajdah: 9).

---

<sup>1</sup> Jamal Latif, Skripsi: *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pada Pedagang Nasabah KSPPS Cahaya Mitra Sejahtera)*, (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2017), Hal.7

Imam al-Sayukani dalam tafsirnya *Fath al-Qadir* menafsirkan fungsi dari ketiga perangkat itu lebih luas, ia mengatakan; "...kalian dapat mendengarkan segala hal yang ditangkap dengan pendengaran, melihat segala objek yang bisa dilihat, mengikat segala hal yang bisa dipikirkan, dan memahami segala hal yang bisa dipahami..."<sup>2</sup>

Ketika komunikasi terjadi, maka tukar menukar informasi tidak dapat dihindari. Perilaku dan sikap manusia dapat diubah terutama melalui informasi. Sikap seseorang terhadap sesuatu biasanya negatif jika mereka memiliki informasi yang tidak akurat. Namun, jika informasi yang masuk positif, pasti sikap seseorang juga akan baik dalam menanggapi hal tersebut.

Menurut pandangan Islam, informasi adalah pintu awal seseorang memiliki persepsi tertentu. Dari informasi tersebut akan berujung pada pembentukan karakter. Ibnu Qayyim mengatakan bahwa karakter tidak terbentuk secara otomatis, tetapi melalui tahapan-tahapan. Pembentukan karakter dimulai dengan langkah mengumpulkan informasi tentang makna pesan (*khawatir* dan *afkar*), lalu terbentuk persepsi (*tasawwur*), lalu muncul keinginan (*iradah*), dan akhirnya melahirkan perbuatan (*fi'l*). Selanjutnya, perbuatan yang dilakukan secara berulang akan melahirkan karakter atau adat. Baik tidaknya suatu karakter tergantung dari informasi apa yang dimasukkan<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup>Muhammad bin Ali bin Muhammad bin Abdillah al-Syukani al-Yamani, *Fath al-Qadir* (Dimasyq: Dar Ibn Katsir, 1414), Jilid 4, Hal. 288, Cet. 1

<sup>3</sup> Ibnu al-Qayyim al-Jauziyyah, *al-Fawa'id*, (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1393-1973), Hal. 173

Dalam menyaring pemberitaan pada media online, dijelaskan juga dalam Al-Qur'an Surah Al- Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”* (QS. Al-Hujurat: 6).

Isi surat Al-Hujurat ayat ke enam di atas memiliki makna “periksalah dengan teliti”, yang mana artinya menyarankan kepada semua orang untuk tidak langsung percaya pada suatu berita, harus ditelusuri terlebih dahulu nyata atau tidak sebelum mempercayainya. Hal ini mengingatkan pada pihak media maupun para wartawan baik dalam media cetak atau online untuk lebih cermat dan penuh ketelitian dalam memberitakan. Sebab, berita dalam media online bersifat sementara serta gampang untuk dirubah.

Salah satu polemik yang terjadi terkait dengan pemberitaan media mengenai isu kelangkaan minyak goreng ini adalah adanya komentar dari mantan Presiden Republik Indonesia kelima, Megawati Soekarnoputri, yang dianggap tidak sensitif terhadap permasalahan yang terjadi. Dalam pernyataannya, ia menganggap bahwa antri minyak goreng yang dilakukan ibu-ibu sebagai sesuatu yang tidak penting karena adanya alternatif lain untuk memasak. Sebelumnya,

media juga memaparkan banyak korban jiwa yang terjadi akibat antrian untuk memperoleh minyak goreng. Polemik ini tentu saja menjadi terkenal dan disebarluaskan oleh media sehingga menimbulkan banyak pihak yang memberikan tanggapan negatif.

Pada penelitian “*Panic Buying* Masyarakat Terhadap Kenaikan Harga dan Kelangkaan Minyak Goreng di Kota Medan Denai” oleh Asrindah Nasution, menyatakan bahwa pemerintah telah menetapkan harga minyak goreng sebesar Rp. 14.000 per liter beberapa waktu lalu. Akibat dari penurunan harga yang murah tersebut, banyak minimarket yang mengalami antrian panjang hingga kerusakan akibat pelanggan yang berebut membeli minyak goreng. Hal ini disebut dengan istilah *panic buying* atau ketakutan akan suatu hal dengan membeli secara berlebihan. Pernyataan tersebut mencuat lagi setelah beberapa waktu lalu sempat dihebohkan dengan *panic buying* susu beruang yang katanya dapat menguatkan imun tubuh. Walau di pasar sudah tersedia yang dibutuhkan, tetap saja masyarakat terprovokasi memborong pasokan minyak goreng yang ada. Akibatnya, minyak goreng kembali langka dipasaran. Jadi secara tinjauan consumer behavior, *panic buying* bukanlah dipicu oleh kelangkaan, melainkan karena publik mempersepsi tidak adanya kejelasan jaminan ketersediaan tersebut kemudian menimbulkan perasaan terancam dan tidak aman. Diharapkan kepada produsen untuk segera mempercepat penyaluran minyak goreng dan memastikan tidak terjadinya kekosongan stok di tingkat pedagang dan pengecer. Dengan

kebijakan ini harga minyak goreng dapat menjadi lebih stabil dan terjangkau untuk masyarakat, serta tetap menguntungkan para pedagang, distributor hingga produsen<sup>4</sup>.

Dalam penelitian lain yang disusun oleh Khairul Syafuddin dan Hayu Lusianawati, dengan judul “Terbentuknya Opini Publik Terhadap Kenaikan Harga Minyak Goreng Yang Berdampak Pada UMKM di Twitter”, menyatakan bahwa Twitter sebagai ruang publik masyarakat tidak dapat lepas dari kontrol pemerintah sebagai penguasa. Pemerintah dapat ikut andil membentuk opini publiknya sendiri untuk menangkal suara yang dapat membaca wacana dengan segmen negatif. Meski demikian ketika kata kunci penarikan data difokuskan pada ‘minyak goreng’ dan ‘umkm’ terlihat adanya perlawanan dari rakyat kecil terkait permasalahan minyak goreng. Melalui twitter mereka dapat bersuara secara langsung dan terlihat memiliki kekuatan untuk melakukan sebuah gerakan dalam ruang publik ini. Upaya dari tindakan komunikatif yang mereka lakukan berdasarkan pandangan Habermas adalah bentuk dari gerakan sosial baru yang lahir dari ruang publik. Gerakan sosial baru di era teknologi saat ini dapat tercipta melalui media sosial, terutama di negara yang menganut sistem demokrasi<sup>5</sup>.

Selain itu, penelitian lain yang dilakukan oleh Eshauqi Fitrayatra, dkk, dengan judul “Respon Krisis IRT Mengenai Pemberitaan Kelangkaan Minyak

---

<sup>4</sup> Asrindah Nasution, *Panic Buying Masyarakat Terhadap Kenaikan Harga dan Kelangkaan Minyak Goreng di Kota Medan Denai*”, Jurnal Bisnis Corporate, Vol. 6 No. 2, Hal. 118-119

<sup>5</sup> Khairul Syafuddin dan Hayu Lusianawati, *Terbentuknya Opini Publik Terhadap Kenaikan Harga Minyak Goreng yang Berdampak Pada UMKM di Twitter*, Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), Vol. 1, April 2022, Hal. 171

Goreng”, menyatakan bahwa dalam menghadapi sebuah krisis, dalam hal ini krisis minyak goreng di Indonesia, berdampak pada seluruh lapisan masyarakat khususnya ibu rumah tangga yang menggunakan bahan pokok tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dalam menghadapi krisis ini, seseorang mengalami tahapan-tahapan krisis yaitu tahap prodromal, tahap akut dan tahap kronik yang ditandai dengan gejala awal berupa pemberitaan media televisi dan *word of mouth* di lingkungan sekitar mengenai kelangkaan minyak goreng. Strategi respon krisis dibutuhkan sebagai bentuk manajemen krisis yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk menanggulangi krisis dari pemberitaan media dengan terjun langsung memeriksa kebenaran di media, hingga penemuan solusi untuk mengurangi dampak negatif krisis bagi narasumber.

Beberapa penelitian di atas menunjukkan bahwa permasalahan mengenai kelangkaan minyak goreng menimbulkan berbagai dampak dikalangan masyarakat. Dampak dan isu terkait kelangkaan minyak goreng juga banyak diberitakan diberbagai media. Salah satunya pada media online waspadaaceh.com. Waspadaaceh.com merupakan salah satu portal berita yang berisi laporan berita, foto, dan artikel online. Media ini merupakan salah satu media online yang fokus memberitakan informasi mengenai berbagai permasalahan yang terjadi di Aceh. Waspadaaceh.com juga ikut mewarnai berbagai informasi yang ada di Aceh maupun ditingkat nasional.

Pemberitaan-pemberitaan terkait minyak goreng pada media online waspadaaceh.com tentu membentuk persepsi yang berbeda-beda pada setiap masyarakat. Persepsi merupakan inti dari komunikasi. Persepsi memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan komunikasi. Artinya, kecermatan dalam mempersepsikan stimuli inderawi mengantarkan kepada keberhasilan komunikasi. Sebaliknya, kegagalan dalam mempersepsi stimulus, menyebabkan miskomunikasi.

Persepsi yang terbentuk pada masyarakat menjadi penting untuk diketahui karena berhubungan dengan bagaimana individu maupun anggota keluarga memenuhi kebutuhan serta sikap yang akan terbentuk terutama jika dikaitkan dengan upaya peningkatan kebutuhan pokok. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai *“Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng Pada Media Online Waspadaaceh.com”*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja yang menjadi topik pemberitaan minyak goreng pada media waspadaaceh.com?

2. Bagaimana persepsi masyarakat terkait pemberitaan minyak goreng pada media waspadaaceh.com?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui topik pemberitaan minyak goreng pada media waspadaaceh.com.
2. Untuk mengetahui persepsi yang timbul di masyarakat terkait pemberitaan minyak goreng di media waspadaaceh.com.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, yaitu :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan penjelasan untuk mengetahui tentang persepsi dan media massa yang dikemukakan oleh para ahli, sehingga dapat memajukan dan mengembangkan pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi.

2. Manfaat praktis

Kajian pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan kepada para pembaca mengenai bagaimana sebuah media membentuk persepsi masyarakat terkait pemberitaan kelangkaan minyak goreng. Hasil

penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk semua pihak sebagai rujukan pada penelitian selanjutnya yang terkait dengan pemberitaan di media online dan persepsi masyarakat.

## **E. Penjelasan Konseptual**

### **1. Persepsi masyarakat**

Persepsi adalah proses dari dalam untuk memilih, mengelompokkan serta mengartikan rangsangan dari lingkungan dan proses tersebut dapat membentuk perilaku<sup>6</sup>. Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya, selanjutnya masuk ke dalam otak. Di dalamnya terjadi proses berfikir yang akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman. Pemahaman ini yang kemudian disebut sebagai persepsi. Maka, persepsi masyarakat dapat disimpulkan sebagai tanggapan atau pengetahuan lingkungan dari kumpulan individu-individu yang saling berinteraksi.

### **2. Pemberitaan**

Berita adalah semua hasil laporan, baik secara lisan maupun tulisan yang bersumber dari realita kehidupan sehari-hari. Berita harus berisi kejadian-kejadian baru dan aktual. Informasi yang disampaikan dalam berita harus dianggap penting dan menarik bagi banyak orang.

---

<sup>6</sup>Mardhiah Rubani, *Psikologi Komunikasi* (Pekanbaru: UR Press, 2011), hlm. 116-117.

### 3. Media online

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang menggunakan internet atau berbasis telekomunikasi serta multimedia. Secara umum media online adalah sarana komunikasi yang disajikan secara online pada internet, seperti situs website dan aplikasi.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk menambah wawasan dan referensi peneliti dalam menjelaskan hasil penelitian. Penelitian terdahulu menjadi bahan rujukan pelengkap, acuan, pembanding dan pendukung dalam menyelesaikan penelitian ini.

Berikut ini adalah beberapa penelitian mengenai persepsi masyarakat terhadap pemberitaan pada media online:

1. Chontina Siahaan, dkk, dalam penelitian dengan judul *“Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng di Media Online dan Kepanikan Masyarakat”*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingginya harga minyak goreng yang ditayangkan melalui media online berupa fakta yang banyak terjadi di lapangan. Banyak dari masyarakat memberikan respon kurang baik terhadap kinerja pemerintah Indonesia yang dinilai tidak mampu menunjukkan keberpihakannya kepada masyarakat menengah kebawah. Masalah minyak goreng kemudian menimbulkan berbagai masalah baru seperti terjadinya tindakan demo oleh mahasiswa dan masyarakat yang terjadi hampir di setiap daerah di Indonesia<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Chontina Siahaan, dkk, “Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng Di Media Online Dan Kepanikan Masyarakat”, *International Journal of Demo (online)*, Vol. 4, No. 2, Juni (2022), email: [chontinasiahaan58@gmail.com](mailto:chontinasiahaan58@gmail.com). Diakses 20 Juli 2022.

2. Eshauqi Fitriayatra, dkk, dalam penelitian dengan judul *“Respon Krisis IRT Mengenai Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng”*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam menghadapi sebuah krisis, dalam hal ini krisis kelangkaan minyak goreng yang terjadi di Indonesia, berdampak pada hampir seluruh lapisan masyarakat khususnya ibu rumah tangga yang menggunakan minyak goreng sebagai kebutuhan sehari-hari. Strategi respons kritis dibutuhkan sebagai bentuk manajemen krisis yang dapat dilakukan oleh individu untuk menanggulangi krisis kebenaran dari pemberitaan media dengan terjun langsung memeriksa kebenaran berita di lapangan, menyeleksi dampak positif dan negatif dari pemberitaan di media, hingga penemuan solusi untuk mengurangi dampak negatif krisis bagi narasumber<sup>8</sup>.
3. Ika Chandra dan Rini Sudarmanti, dalam penelitian dengan judul *“Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Susu Kental Manis”*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemberitaan dalam media massa memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi para ibu siswa sekolah Yayasan Al-Hikmah mengenai susu kental manis. Hubungan antara pemberitaan media massa dan

---

<sup>8</sup> Shauqi Fitriayatra, dkk, “Respon krisis IRT Mengenai Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng”, *Jurnal Politikom Indonesiana* (online), Vol. 7, No. 1, Juni 2022, email: <https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana>. Diakses 21 Juli 2022

persepsi ibu tentang susu kental manis juga dinyatakan sebagai hubungan yang kuat.<sup>9</sup>

4. Rian, dengan judul “*Persepsi Masyarakat Desa Pinggir Tentang Berita Hoax Pada Media Online*”. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi masyarakat desa pinggir tentang berita hoax pada media online didominasi oleh jawaban cukup baik. Masyarakat secara umum mencari informasi terbaru untuk kepuasan keingintahuan mereka serta memberikan rasa perlindungan atas kejahatan yang diberikan. Kebanyakan masyarakat langsung mempercayai informasi yang mereka temukan dan langsung menyebarkan informasi tersebut kepada teman-teman maupun keluarganya. Jika dilihat kemudahan tersebut diketahui bahwa masyarakat tidak memproses atau mengecek kebenaran dari informasi.<sup>10</sup>
5. Heny Triyaningsih, dalam penelitian yang berjudul “*Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Virus Corona (Studi Kasus; Masyarakat di Pamekasan*””. Penelitian tersebut menyatakan berdasarkan hasil survey efek pemberitaan media maka dapat disimpulkan kasus ini bersifat *strong effect*. Efek ikut media mampu mempengaruhi dimensi efek komunikasi massa yaitu dari sisi kognitif meliputi

---

<sup>9</sup>Ika Chandra dan Rini Sudarmanti, *Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Susu Kental Manis*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 4, No. 1, 2021, hal. 88

<sup>10</sup>Rian, Skripsi: *Persepsi Masyarakat Desa Pinggir Tentang Berita Hoax pada Media Online*, (Pekanbaru: Universitas Islam Riau, 2021), hal 60.

peningkatan kesadaran dan pengetahuan. Dari media, khalayak terbantu untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat terkait perkembangan berita mengenai Virus Corona.<sup>11</sup>

Beberapa penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, karena memiliki persamaan objek penelitian yaitu persepsi masyarakat terhadap pemberitaan pada media online. Namun yang menjadi pembeda yaitu subjek dan isu pemberitaan yang diteliti.

## **B. Persepsi**

### **1. Kajian Persepsi**

Persepsi, secara etimologis berasal dari bahasa Latin *perception*, dari *percipere*, yang berarti mengambil atau menerima. Persepsi adalah pengalaman mengenai peristiwa, objek, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi yaitu memberikan makna terhadap stimulus indrawi (*sensory stimuli*)<sup>12</sup>.

Suharman menyatakan bahwa persepsi merupakan proses menafsirkan informasi yang diterima melalui sistem indera manusia<sup>13</sup>. Sedangkan menurut Bimo Walgito, persepsi adalah suatu proses yang diawali oleh penginderaan,

---

<sup>11</sup>Heny Triyaningsih, *Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat tentang Virus Corona (Studi Kasus; Masyarakat di pamekasan)*, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah, Vol. 1, No. 1, 2020, hal. 11

<sup>12</sup>Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), Hal.50

<sup>13</sup>Suharman Nasution, *Berbagai Pendekatan dalam Proses Belajar dan Mengajar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Hal. 23

yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau disebut juga proses sensoris. Proses tersebut tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya adalah proses persepsi<sup>14</sup>. Persepsi merupakan inti dari komunikasi, jika seseorang memiliki persepsi yang tidak akurat, sangat mungkin proses komunikasinya berjalan tidak akurat.

Penginderaan terjadi dalam suatu konteks tertentu, konteks ini disebut sebagai dunia persepsi. Agar dihasilkan suatu penginderaan yang bermakna, ada ciri-ciri tertentu dalam dunia persepsi yaitu:

- a. Modalitas, rangsangan yang diterima harus sesuai dengan modalitas tiap-tiap indera, yaitu sifat sensoris dasar dan masing-masing (cahaya untuk penglihatan, bau untuk penciuman, suhu bagi perasa, bunyi bagi pendengaran, sifat permukaan sebagai peraba dan sebagainya).
- b. Dimensi waktu, dunia persepsi memiliki dimensi waktu, seperti cepat, lambat, tua, muda dan sebagainya.
- c. Dimensi ruang, kita dapat mengatakan atas, bawah, tinggi, rendah, senpai, latar depan, belakang, dan sebagainya.
- d. Dunia penuh arti, kita cenderung melakukan pengamatan atau persepsi pada gejala-gejala yang memiliki makna bagi kita, yakni yang ada hubungannya dengan diri kita.

---

<sup>14</sup>Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), Hal. 88

- e. Struktur konteks, keseluruhan yang menyatu seperti objek-objek atau gejala-gejala dalam dunia pengamatan mempunyai struktur yang menyatu dalam konteksnya. Struktur dan konteks ini merupakan keseluruhan yang menyatu<sup>15</sup>.

## 2. Indikator-Indikator Persepsi

Adapun indikator-indikator dari persepsi adalah:

### a. Respon atau tanggapan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tanggapan merupakan sambutan terhadap ucapan (komentar, kritik dan sebagainya)<sup>16</sup>. Menurut Suryabrata, tanggapan adalah bayangan yang tinggal dalam ingatan setelah melakukan pengamatan<sup>17</sup>. Sederhananya, tanggapan dapat diartikan sebagai hasil yang didapatkan setelah melakukan pengamatan yang kemudian dapat dituliskan atau diungkapkan untuk menyampaikannya.

### b. Pendapat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pendapat diartikan sebagai anggapan atau pikiran (buah pikiran atau perkiraan tentang suatu

<sup>15</sup> Rahman Shaleh Abdul, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003), Hal. 111

<sup>16</sup> Dendy Sugono, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), Hal. 1621

<sup>17</sup> Liana Noor Fadillah, Skripsi: *Tanggapan Siswa Terhadap Pembelajaran Al-Islam Kemuhammadiyah di SMP Muhammadiyah Clongok*, (Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2017), Hal. 8

hal seperti orang atau peristiwa)<sup>18</sup>. Dalam bahasa sehari-hari, pendapat adalah anggapan, sangkaan, dugaan atau perkiraan.

### c. Penilaian

Alo Liliwery dalam bukunya yang berjudul *Persepsi Teoritis, Komunikasi Antar Pribadi*, menyatakan bahwa persepsi seseorang mengacu pada proses yang membuatnya menjadi berfikir dan tahu, serta menilai sifat-sifat kualitas dan keadaan internal seseorang<sup>19</sup>. Penilaian yakni bila kita memprediksikan sesuatu maka kita memilih pandangan tertentu tentang hal yang dipersepsikan itu.

### 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Secara umum, Sondang P. Siagian membagi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang menjadi tiga, yaitu:

- a. Ini adalah mengenai apa yang terjadi ketika anda mencoba untuk melihat dan menjelaskan perilaku, tujuan, minat, pengalaman, harapan seseorang sesuai dengan karakteristiknya.
- b. Mengetahui suatu tujuan, terutama tujuan yang berasal dari suatu tujuan, bisa berupa objek, orang atau peristiwa dengan tujuan yang

---

<sup>18</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, Link: <https://kbbi.web.id/pendapat>, Diakses 27 Juli 2022

<sup>19</sup> Jamal Latif, Skripsi: *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pada Pedagang Nasabah KSPPS Cahaya Mitra Sejahtera)*, (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2017), Hal. 12

umumnya untuk mempengaruhi seseorang. Suara, ukuran dan tindakan mencirikan tujuan dari suatu pemikiran.

- c. Suatu keadaan yaitu suatu benda yang lahir pada saat keterlambatan. Dalam bagian ini, persepsi harus dilihat sebagai catatan actual tentang waktu lahirnya persepsi dan waktu harus dianggap sebagai faktor pendukung perkembangan persepsi<sup>20</sup>.

Menurut Robbins, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, adalah sebagai berikut:

- a. Pelaku persepsi atau pemberi kesan

Bila seseorang memandang suatu objek dan mencoba menginterpretasikan apa yang dilihatnya tersebut, maka akan sangat dipengaruhi oleh karakteristik si pemberi kesan atau pelaku persepsi.

- b. Objek atau sasaran

Ciri-ciri pada target atau objek yang sedang diamati dapat mempengaruhi persepsi. Orang yang penampilannya menarik atau tidak menarik lebih mudah untuk dikenal atau ditandai.

- c. Situasi

Situasi dimana melihat suatu objek juga penting. Unsur-unsur lingkungan sangat mempengaruhi persepsi seseorang. Objek yang

---

<sup>20</sup> Sondang P. Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), Hal.

sama namun pada hari yang berbeda akan meninggalkan persepsi yang berbeda<sup>21</sup>

Seperti yang telah dijelaskan, persepsi dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, termasuk anggapan-anggapan berdasarkan pengalaman-pengalaman yang sering terjadi pada tingkat bawah sadar, motivasi, suasana hati, harapan-harapan budaya dan sikap di masa lalu<sup>22</sup>.

#### 4. Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Miftah Thoha, ada beberapa proses dalam persepsi, yaitu:

##### a. Stimulus

Merupakan sesuatu yang hadir. Persepsi terjadi diawali ketika seseorang dihadapkan dengan suatu stimulus atau situasi. Ini dimulai ketika anda menghadapi motivasi atau masalah tertentu. Pengalaman bisa bersifat sosial, dekat maupun emosional.

##### b. Registrasi

Dalam proses ini, bukti disajikan dengan cara yang jelas dan relevan dengan kebutuhan orang tersebut melalui sarana yang sesuai. Seseorang dapat melihat atau mendengar informasi yang dikirimkan kepadanya. Kemudian menuliskan semua informasi yang didapatkan.

---

<sup>21</sup> Dwi Ana Ratna Utami, Skripsi: *Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, (Yogyakarta: uin Sunan Kalijaga, 2017), Hal. 17

<sup>22</sup> Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, edisi ke-5*, (Jakarta: Kencana, 2009), Hal. 85

Dalam hal ini, seseorang melihat atau mendengar informasi terkirim kepadanya. Masalah ia mendaftar semua informasi yang terdengar dan terlihat padanya.

c. Interpretasi

Merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting. Proses ini tergantung pada cara motivasi, pendalaman dan kepribadian seseorang akan berbeda dengan orang lain. Seseorang tidak dapat menginterpretasikan makna informasi yang dipercaya mewakili objek tersebut. Maka, pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tertentu. Proses itu bergantung pada cara motivasi, pendalaman dan kepribadian seseorang.

d. Umpan balik (*Feedback*)

Sub Proses yang terakhir adalah ide. Pendekatan ini dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Sebagai contoh: seorang karyawan melaporkan tindakan mereka kepada penyelidik, penerima umpan balik akan melihat ke mata pemilik dengan mata ke atas, bibir tertutup dan kemata pemilik atau suaranya bergumam pelan seolah tertelan diri<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), Hal. 145

Syarat-syarat terjadinya persepsi Menurut sunaryo, antara lain:

- a. Adanya objek yang dipersepsi,
- b. Adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi,
- c. Adanya alat reseptor atau indera yaitu alat untuk menerima stimulus,
- d. Saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus ke otak, yang kemudian sebagai alat untuk mengadakan respon<sup>24</sup>.

Menurut Irwanto, setelah individu melakukan interaksi dengan objek-objek yang dipersepsikan, maka hasil dari persepsi dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Persepsi positif yakni yang menggambarkan segala tanggapan dan pengetahuan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal itu akan diteruskan dengan keaktifan atau mendukung dan menerima terhadap objek yang dipersepsikan.
- b. Persepsi negatif yakni yang menggambarkan segala tanggapan dan pengetahuan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsi. Hal itu kemudian akan diteruskan dengan menolak atau kepasifan dan menentang terhadap objek yang dipersepsikan<sup>25</sup>.

Secara keseluruhan, menurut penelitian persepsi adalah suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggap yang terjadi dalam

---

<sup>24</sup>Kustadi Suhandang, *Public Relations Perusahaan*, (Bandung: PT Karya Nusantara, 2004), Hal. 98

<sup>25</sup> Irwanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002), Hal. 71

diri individu. Sehingga individu sadar atas segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera yang dimiliki. Dalam komunikasi, persepsi diartikan sebagai suatu tahapan oleh individu maupun kelompok dalam memahami dan mengenali lingkungannya melalui bantuan pancaindera.

## B. Pemberitaan

### 1. Pengertian Berita

Menurut Adi Bajuri, berita adalah laporan mengenai peristiwa yang sudah atau baru terjadi, pendapat, gagasan seseorang maupun kelompok, atau temuan baru dalam segala bidang yang dianggap penting untuk diliput wartawan dengan tujuan untuk dimuat dalam media massa<sup>26</sup>. Sedangkan Harris Sumadiria mengatakan bahwa berita yakni sebuah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru berupa fakta, menarik dan penting bagi khalayak ramai, melalui media berkala seperti radio, televisi, surat kabar maupun media online<sup>27</sup>. Secara sederhana, berita adalah informasi dari peristiwa, fakta, gagasan yang penting dan menarik perhatian khalayak, disajikan melalui media massa.

Pada dasarnya, tidak semua berita dapat disajikan untuk khalayak, ada penggolongan berita yang layak untuk dipublikasikan yaitu informasi yang bersifat aktual, faktual, penting, objektif serta menarik minat khalayak untuk

---

<sup>26</sup> Anton Maburri KN, *Produksi Program TV Non-Drama*, (Gramedia:2018), Hal. 261

<sup>27</sup> Puji Lestari Adhitia, *Analisis Wacana Pemberitaan Pro Kontra Pemidanaan Pelaku Nikah Sirri Di Harian Seputar Indonesia* (Edisi Februari 2010), Hal. 24

melihat, membaca dan mendengar berita tersebut. Umumnya berita berisi pernyataan yang dipublikasikan melalui media massa baik cetak, elektronik maupun online. Fungsi berita adalah memberikan informasi kepada khalayak luas.

Berita berupa suatu sajian informasi dari pesan-pesan komunikasi mengenai suatu kejadian yang sedang berlangsung atau kejadian yang telah berlangsung. Proses penyajian berita dapat dilakukan melalui informasi berantai dari mulut ke mulut, secara langsung atau menggunakan media baik cetak maupun elektronik. Sebuah peristiwa dapat dijadikan berita jika terdapat unsur-unsur yakni: terbaru, menarik perhatian dan luar biasa.

## 2. Jenis Berita

Secara umum, jenis-jenis berita dibagi menjadi empat yaitu:

- a. Berita langsung atau *Straight news* merupakan jenis berita yang ditulis secara lugas, langsung, *to the point* dan ringkas serta berisi informasi tentang peristiwa hangat, menarik dan terbaru. *Straight news* terbagi menjadi dua yaitu berita keras atau *hard news* dan berita lunak atau *soft news*. Berita keras diartikan sebagai berita hangat, terkini yang baru saja terjadi atau akan terjadi, contohnya berita politik, perang, ekonomi Negara dan kriminalitas. Sedangkan berita lunak biasanya

tidak begitu penting, karena menghibur, contohnya seni, gaya hidup dan hiburan<sup>28</sup>.

- b. Berita opini atau *Opinion news* merupakan berita yang berisi opini atau pendapat seseorang mengenai suatu hal, pemikiran, komentar atau ide kreatif terhadap sesuatu yang penting. Berita opini biasanya bersumber dari professor, para ahli, pejabat atau cendikiawan mengenai suatu peristiwa atau masalah<sup>29</sup>. Contohnya pendapat dari pengamat ekonomi mengenai turunnya harga rupiah di dunia.
- c. Berita mendalam atau *depth news*, merupakan berita yang dikembangkan dengan pendalaman yang ada di bawah suatu permukaan. Dalam hal ini, unsur berita yang ditekankan adalah mengapa atau *why* dan bagaimana atau *how*. Tujuan dari berita ini adalah untuk mengangkat sebuah masalah dengan cara lebih mendalam<sup>30</sup>.
- d. Berita Investigasi atau *Investigation news* merupakan berita yang dikembangkan berdasarkan hasil penyelidikan atau penelitian dari berbagai sumber. Berita investigasi berasal dari hasil laporan investigasi, yang dilakukan dengan metode-metode investigasi antara

---

<sup>28</sup>Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta: Preanada Group, 2008), Hal. 24

<sup>29</sup>Ibid, Hal. 26

<sup>30</sup>Tom E. Rolnicki. Et. Al, *Pengantar Jurnalisme*, (Jakarta: Kencana, 2008), Hal. 151

lain dengan observasi, wawancara, kekayaan sumber berita dan riset yang mendalam<sup>31</sup>.

Fungsi berita adalah memberikan informasi kepada khalayak ramai. Menurut Brian S. Brooks, George Kennedy, darky N. Moeb dan Don Ranty dalam “*new Reporting and Editing*” menunjukkan 11 kriteria umum nilai berita yang wajib diperhatikan oleh reporter dan editor media massa, yaitu: kebaruan (*newsness*), keluarbiasaannya (*unusualness*), akibat (*impact*), kedekatan (*proximity*), aktual (*timeliness*), konflik (*conflict*), informasi (*information*), orang penting (*prominence*), seks (*sex*), kejutan (*surprising*) dan ketertarikan manusiawi (*human interest*)<sup>32</sup>.

### 3. Unsur Berita

Untuk memenuhi indikator berdasarkan fakta, para ilmuwan sepakat bahwa berita harus memenuhi unsur 5W+1H. Berita tersebut harus berisi jawaban dari:

- a. *What* : apa yang terjadi
- b. *Who* : siapa yang terlibat
- c. *When* : kapan peristiwa itu terjadi
- d. *Where* : dimana peristiwa itu terjadi
- e. *Why* : mengapa peristiwa itu terjadi

<sup>31</sup> Hikma Kusumaningrat, *Jurnalisme, Teori dan Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), Hal. 259

<sup>32</sup> Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru*, (Ciputat: Kalam Indonesia, 2005), Hal. 52

f. *How* : bagaimana proses terjadinya

Dengan jawaban dari enam pertanyaan di atas, maka dapat dianggap bahwa fakta yang merupakan dasar berita sudah terpenuhi<sup>33</sup>.

#### 4. Nilai Berita

Suatu berita layak untuk diberitakan jika memiliki unsur-unsur nilai berita sebagai berikut:

- a. Nyata, yaitu informasi berisikan seluruh fakta bukan fiktif atau settingan. Suatu berita harus memiliki informasi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
- b. *Terupdate* yaitu terkini atau terbaru. Dalam berita harus ada unsur sesuatu yang baru, yang hangat untuk dibicarakan.
- c. Penting, artinya dibutuhkan oleh masyarakat bukan untuk kepentingan media. Sebagai contoh peristiwa yang akan berpengaruh kepada masyarakat umum seperti kenaikan harga, kebijakan pemerintah dan lain sebagainya.
- d. *Human interest* artinya berita berisi unsur empati yang mempengaruhi masyarakat.
- e. Tokoh publik, adalah berita yang berisikan tentang orang-orang penting, tokoh, pejabat, dimanapun selalu menjadi perhatian publik.

---

<sup>33</sup> Mahi M. Himat, *Jurnalistik: literal Journalism*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2018), Hal. 152

Dari penjelasan di atas unsur-unsur layak berita dapat dibagi menjadi lima unsur, yaitu: berita harus lengkap, adil dan berimbang, berita harus objektif, berita harus akurat, berita harus hangat dan berita harus ringkas serta jelas.

### C. Media Online

#### 1. Pengertian Media Online

Dalam komunikasi, media adalah alat bantu untuk memindahkan atau menyalurkan pesan dari komunikator (pemberi pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Dilihat dari target komunikasinya, komunikasi bermedia dibedakan menjadi media massa dan non media massa. Jika dilihat dari waktu terbitnya, media dibedakan menjadi media periodik dan media non periodik. Berdasarkan perkembangan teknologi komunikasi, saat ini muncul media online<sup>34</sup>.

Media online atau *Online media* adalah pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi serta dipublikasikan melalui internet<sup>35</sup>. Sederhananya, media online adalah media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Media online tergolong dalam media yang bersifat unik. Keunikan ini terletak pada keharusan untuk mempunyai jaringan teknologi

---

<sup>34</sup> Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, cet ke-1 (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), Hal. 48

<sup>35</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Cendekia, 2014), Hal. 30

informasi dengan menggunakan perangkat komputer, untuk mengakses berita atau informasi.

Menurut Asep Syamsul M. Romli, media online merupakan media berbasis telekomunikasi dan multimedia atau komputer dan internet. Dalam hal ini dikategorikan sebagai media online adalah radio online, email, televisi online dan portal website (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti instagram, twitter dan facebook)<sup>36</sup>. Sebagai media massa, media online juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka.

## 2. Karakteristik Media Online

Karakteristik sekaligus keunggulan media online dibandingkan media konvensional, antara lain:

- a. Cepat artinya saat di *upload* atau *publish*, langsung bisa diakses oleh semua orang.
- b. *Update* artinya informasi dapat dilakukan dengan cepat dan disampaikan secara terus menerus.
- c. Multimedia artinya dapat menyajikan informasi dalam bentuk teks, audio, grafis, video dan gambar secara bersamaan.
- d. Kapasitas luas artinya halaman website dapat menampung naskah meskipun sangat panjang.

---

<sup>36</sup> Ibid, Hal. 31

- e. Aktualitas artinya berisi informasi aktual karena kemudahan dan kecepatan dalam penyajian.
- f. Luas artinya dapat menjangkau seluruh tempat yang memiliki akses internet. topiFleksibel artinya pemuatan dan editing serta jadwal terbit bisa kapan saja, dimana saja dan setiap saat.
- g. Terdokumentasi artinya informasi tersimpan di arsip atau bank data.
- h. *Hyperlinked* artinya terhubung dengan link atau sumber lain yang berkaitan dengan informasi yang tersaji.
- i. Interaktif dengan adanya fasilitas di kolom komentar.

Ada juga karakter media online yang menjadi kelemahan atau kekurangannya, antara lain:

- a. Ketergantungan terhadap perangkat komputer serta koneksi internet.
- b. Adanya kecenderungan mata muda lelah saat membaca, khususnya naskah yang panjang.
- c. Akurasi sering terabaikan. Karena mengutamakan kecepatan, berita yang dimuat di media online biasanya tidak seakurat media cetak, khususnya dalam hal penulisan kata atau salah tulis.
- d. Bisa dioperasikan dan dimiliki oleh sembarangan orang meski tidak memiliki keterampilan menulis<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> Ibid, Hal 33-34

### 3. Kategori Media Online

Dalam situs berita, media online diklasifikasikan menjadi lima kategori, antara lain:

- a. Situs berita online murni yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti *antaranews.com*, *VIVA News* dan *detik.com*.
- b. Situs berita edisi online dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti *mediaindonesia.com*, *republika online*, *seputar Indonesia.com*, *kompas cyber media* dan *pikiran rakyat.com*.
- c. Situs berita edisi online dari media penyiaran televisi, seperti *metrotvnews.com* dan *liputan6.com*.
- d. Situs berita edisi online dari media penyiaran radio seperti *Radio Nederland (rnw.nl)* dan *Radio Australia (radio australia.net.au)*.
- e. Situs indeks berita yang hanya memuat link-link dari situs berita lain seperti *Plasa.msn.com*, *NewsNow* dan *Google News*<sup>38</sup>.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat kelebihan dari media online yakni informasinya lebih bersifat personal yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja. Kelebihan lainnya yaitu informasi yang disajikan dapat update setiap saat bahkan setiap detik. Media online juga melengkapi fasilitas pencarian berita dan persiapan berita yang bisa diakses dengan sangat mudah. Sedangkan kekurangan dari media online yakni terletak pada

---

<sup>38</sup> Ibid, Hal 32

peralatan dan kemampuan penggunaannya. Media online harus menggunakan perangkat komputer atau gadget dan jaringan internet.

#### 4. Fungsi Media Online

Fungsi dari sebuah media online tidak jauh berbeda dari fungsi media massa pada umumnya, yaitu:

a. Fungsi pengawasan (*Surveillance*)

Media online merupakan sarana yang dapat digunakan dalam melakukan pengawasan terhadap masyarakat. Contohnya pemberitaan mengenai bahaya melanggar peraturan lalu lintas. Pemberitaan ini merupakan tindakan preventif agar masyarakat tidak melanggar lalu lintas.

b. Fungsi pembelajaran social (*social learning*)

Media online merupakan media yang paling efektif dalam melakukan *guiding* serta pendidikan sosial kepada masyarakat. Contohnya pendidikan politik. Dengan menyebarkan informasi mengenai pendidikan politik, masyarakat diharapkan belajar dan paham sedikit terkait dunia politik.

c. Fungsi penyampaian informasi

Media online digunakan sebagai sarana penyampaian informasi yang cepat dan tidak terbatas ruang serta waktu. Contohnya masyarakat

Indonesia bisa mengetahui peristiwa terkini yang sedang terjadi di Arab Saudi, begitu pula dengan masyarakat di Negara lainnya bisa mengetahui informasi terkini tentang Indonesia.

d. Fungsi transformasi budaya

Fungsi media online ini berarti dijadikan sebagai perantara untuk sejumlah kepentingan, seperti agama, politik, hukum, militer, perdagangan, dan lain sebagainya. Contohnya media online dijadikan perantara untuk mengenalkan kebudayaan suatu daerah ke seluruh Indonesia, bahkan dunia internasional.

e. Fungsi hiburan

Fungsi media online ini memungkinkan pengguna internet untuk mencari hiburan di media daring. Misalnya mengakses instagram, facebook, youtube dan situs lainnya yang memuat konten hiburan, seperti video, film dan musik<sup>39</sup>.

5. Efek Media Online

Efek media online tidak jauh beda dari efek media massa pada umumnya. Menurut M Chaffe yang dikutip oleh Elvinaro Ardiano mengatakan bahwa media massa mempunyai efek yang berkaitan dengan

---

<sup>39</sup> Mahyuddin, *Sosiologi Komunikasi: Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualisasi*, (Makassar: Shofia, 2019)

perasaan, perubahan sikap dan perilaku komunikasinya. Dari pernyataan tersebut maka dijelaskan bahwa media massa memiliki efek sebagai berikut:

a. Efek kognitif

Merupakan akibat yang ditimbulkan dalam diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat serta mengembangkan keterampilan kognitifnya.

b. Efek efektif

Tujuan dari media massa tidak hanya sekedar memberikan khalayak mengenai sesuatu tetapi lebih dari itu. Khalayak diharapkan dapat ikut merasakan perasaan terharu, sedih, iba, bahagia dan sebagainya. Media massa dapat menarik atau membuat suasana emosional khalayak dalam menyampaikan pesannya.

c. Efek konatif

Merupakan akibat yang ditimbulkan dalam diri khalayak berbentuk tindakan, perilaku atau kegiatan. Banyak sekali khalayak yang terpengaruhi oleh pesan media yang disampaikan<sup>40</sup>.

---

<sup>40</sup> Elvinaro Ardiano dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), Hal. 50-57

Dalam penelitian ini, peneliti memilih media online Waspadaaceh.com. Waspadaaceh.com merupakan salah satu media online yang ada di Aceh. Artikel online, foto maupun laporan berita yang ada di portal web ini dikelola secara professional oleh orang-orang dengan pengalaman di media massa. Waspadaaceh.com dioperasikan oleh PT Waspada Aceh Indonesia, yang berkantor pusat di Banda Aceh dan didirikan oleh Aldi NL, kepala Perwakilan Harian Waspada di Aceh.

#### **D. Teori Yang Digunakan**

##### *1. Uses and Gratification*

*Uses and Gratifications Model* (Model Kegunaan dan Kepuasan) merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media terhadap diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Dalam hal ini, khalayak dianggap secara aktif menggunakan media guna memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada pengguna (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan individu.

Katz, Blumler & Gurevitch menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori *uses and gratifications*, yaitu:

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan,
- b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak,
- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan,
- d. Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu,
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

*Uses and gratification model* meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Penelitian yang menggunakan model ini memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan. McQuail mengatakan ada dua hal utama yang mendorong munculnya pendekatan penggunaan ini. Pertama, ada oposisi terhadap pandangan deterministik tentang efek media. Kedua, ada keinginan untuk lepas dari debat

yang berkepanjangan tentang selera media massa. Dalam persoalan ini pendekatan *uses and gratifications model* menyajikan alternatif lain dalam memandang hubungan antara isi media dengan komunikasi, dan dalam pengkategorian isi media menurut fungsi.

## 2. *Agenda Setting*

*Agenda setting model* (model penataan agenda) menghidupkan kembali model jarum hipodermik, tetapi penelitian saat ini berfokus pada efek kesadaran dan pengetahuan daripada efek opini dan sikap. Cohen mengatakan bahwa “teori ini didasarkan pada gagasan bahwa pers lebih dari sekedar seorang surveyor informasi dan opini. Ini mungkin tidak selalu berhasil dalam mempengaruhi opini orang, tetapi sangat efektif dalam mempengaruhi opini pembaca”. Menginstruksikan berarti mempengaruhi persepsi khalayak mengenai apa yang dianggap penting.

Media berfungsi sebagai *test case* (uji kasus) untuk menentukan isu mana yang lebih mendesak atau penting dengan memilih dan menonjolkan teknik tertentu. Asumsi model ini menguntungkan karena mudah untuk diuji. Alasannya, dari semua topik yang diliput media, inilah yang paling diperhatikan orang. Oleh karena itu, model *agenda setting* menekankan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan tersebut.

Dengan kata lain, apa yang dianggap penting oleh media akan dianggap penting pula oleh masyarakat. Apa yang dilupakan media akan luput pula dari perhatian masyarakat.

Efek dari model ini terdiri dari efek langsung dan efek lanjutan (*subsequent effects*). Efek langsung berkaitan dengan isi: apakah isu itu ada atau tidak dalam agenda khalayak, dari semua isu, mana yang dianggap penting menurut khalayak. Sedangkan efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu) atau tindakan.

Pengaruh media massa terasa lebih kuat lagi pada masyarakat modern, karena orang memperoleh banyak informasi tentang dunia dari media massa. Pada saat yang sama mereka sukar mengecek kebenaran yang disajikan media<sup>41</sup>.

### 3. Pendekatan syar'i tentang Persepsi dan pemberitaan

Pendekatan normatif (*syar'i*) merupakan pendekatan terhadap suatu masalah yang didasarkan atas hukum Islam, baik itu berasal dari al-Qur'an, al-Hadis, kaidah ushul fiqh dan pendapat para ulama dalam memandang sebuah permasalahan dalam hal ini terkait dengan persepsi masyarakat terhadap pemberitaan kelangkaan minyak goreng pada media online waspadaaceh.com.

---

<sup>41</sup> Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa*, cet ke-1 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), Hal. 28-32

Dalam Al-Qur'an, beberapa proses dan fungsi persepsi dimulai dari proses penciptaan. Dalam QS. Al-Mu'minun ayat 12-24, disebutkan proses penciptaan manusia dilengkapi dengan penciptaan fungsi-fungsi pendengaran dan penglihatan. Dalam ayat tersebut tidak disebutkan telinga dan mata, tetapi sebuah fungsi. Kedua fungsi ini merupakan fungsi vital bagi manusia dan disebutkan selalu dalam keadaan bersamaan.

Alat indera yang dimiliki oleh manusia berjumlah lima macam yang biasa disebut sebagai panca indera. Panca indera merupakan suatu alat yang berperan penting dalam melakukan persepsi, karena dengan indera inilah individu dapat memahami informasi menjadi sesuatu yang bermakna. Di dalam Al-Qur'an terdapat beberapa ayat yang maknanya berkaitan dengan panca indera yang dimiliki manusia, antara lain dalam QS. An-Nahl ayat 78:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: *“Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati agar kamu bersyukur”* (QS. An-Nahl: 78).

Ayat tersebut memberi gambaran bahwa manusia dilahirkan dengan tidak mengetahui sesuatu apapun, maka Allah melengkapi manusia dengan alat indera untuk manusia sehingga manusia dapat merasa atas apa yang

terjadi padanya dan pengaruh-pengaruh luar yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang berbeda sifatnya antara satu dengan yang lain. Dengan alat indera tersebut, manusia akan mengenali lingkungannya dan hidup di dalam lingkungan tersebut.

Allah Swt menganugerahkan alat indera kepada makhluk-Nya agar mengetahui segala sesuatu di luar dirinya. Melalui alat indera manusia dan hewan bisa menjaga dirinya dan mempertahankan kehidupannya. Beberapa bentuk emosi bisa mempengaruhi persepsi. Rasulullah Saw mengisyaratkan bahwa semua dorongan dan emosi yang terdapat dalam diri kita dapat menghalangi persepsi dan pikiran secara benar.

Sabda Rasulullah Saw: *Hubbu dunyaa rasu kulli khathiiatin wa hubbuka syaia yu'mii wa yushmi* (Cinta kepada dunia merupakan pangkal setiap kesalahan dan cintamu kepada sesuatu akan menjadikan dirimu buta dan tuli). Diriwayatkan oleh Anas ra. Hadits ini mengisyaratkan bahwa kecintaan kepada dunia dapat memperlambat cara berpikir yang benar dan menghalangi persepsi kita secara tepat.

Selanjutnya, dalam menyaring berita atau informasi di jelaskan dalam QS. Al-An'am ayat 67 dan QS. Al-Hujurat ayat 6 :

لِكُلِّ نَبِيٍّ مُّسْتَقَرٌّ وَسَوْفَ تَعْلَمُونَ

Artinya : “Untuk tiap-tiap berita (yang dibawa oleh rasul-rasul) ada (waktu) terjadinya dan kelak kamu akan mengetahui” (QS. Al-An’am: 67).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu” (QS. Al-Hujurat: 6).

Isi surat Al-Hujurat ayat ke enam di atas bermakna menyarankan kepada semua orang untuk tidak langsung percaya pada suatu berita, harus ditelusuri terlebih dahulu nyata atau tidak sebelum mempercayainya. Hal ini mengingatkan pada pihak media maupun para wartawan baik dalam media cetak atau online untuk lebih cermat dan penuh ketelitian dalam memberitakan. Sebab, berita dalam media online bersifat sementara serta gampang untuk dirubah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif (*qualitative research*) yaitu penelitian yang ditujukan untuk menganalisis dan mendeskripsikan peristiwa, sikap, fenomena, persepsi dan aktivitas sosial serta pemikiran individu atau kelompok. Pendekatan kualitatif memanfaatkan data dalam bentuk narasi, ungkapan dan cerita detail dari informan atau orang-orang yang diamati. Data atau informasi yang didapatkan kemudian disajikan dengan metode deskriptif, dengan fokus utama menjelaskan objek yang diteliti dalam bentuk kata-kata atau kalimat yang digambarkan secara langsung sesuai dengan fakta dari hasil penelitian yang telah dilakukan di lapangan, kemudian ditarik kesimpulan.

Selanjutnya, dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan analisis isi (*content analysis*) yakni penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Dalam analisis isi kualitatif dilakukan klasifikasi atau penyaringan terhadap teks atau kata-kata ke dalam sejumlah kategori yang mewakili isi tertentu. Secara teknik, analisis isi mencakup klasifikasi lambing-lambang yang digunakan dalam

komunikasi, penggunaan analisis tertentu dalam merumuskan suatu prediksi serta penggunaan kriteria dalam klasifikasi.

## **B. Sumber Data**

Dalam pengumpulan sumber data, penyusun menggunakan data primer dan sekunder.

### **1. Data Primer**

Pengumpulan data secara primer adalah data penelitian yang dikumpulkan secara langsung oleh penulis di lapangan. Dalam pengumpulan data primer, penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur, dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun dan disiapkan sebelumnya kepada informan penelitian.

### **2. Data Sekunder**

Pengumpulan data secara sekunder adalah data penelitian yang dikumpulkan secara tidak langsung atau berasal dari sumber yang telah ada sebelumnya. Data ini berfungsi untuk mendukung data yang diperoleh secara primer sebelumnya. Data sekunder berupa buku, catata, penelitian terdahulu, catatan, dan sebagainya.

### C. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek penelitian yang mampu memberikan data atau informasi terkait keadaan atau permasalahan yang diangkat dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan penelitian. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling menguasai semua informasi yang kita butuhkan.

Penggunaan *purposive sampling* dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap pemberitaan kelangkaan minyak goreng pada media online [waspadaaceh.com](http://waspadaaceh.com).

Tabel 2.1 Rancangan Informan Penelitian

No	Nama	Keterangan
1	Maskur Abdullah	Redaktur Pelaksana media online Waspadaaceh.com
2	Rukiah	Wartawan media online Waspadaaceh.com
3	Sarah	Masyarakat Gampong Rukoh
4	Nila	Masyarakat Gampong Rukoh
5	Firman	Masyarakat Gampong Rukoh
6	Erma	Masyarakat Gampong Rukoh
7	Nirda Masita	Masyarakat Gampong Rukoh

8	Andre	Masyarakat Gampong Rukoh
9	Indra Agusri	Masyarakat Gampong Rukoh
10	Rahmatsyah	Masyarakat Gampong Rukoh

Sumber: Diolah peneliti Tahun 2022

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk melengkapi data dan informasi dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Teknik pengumpulan data digunakan untuk mendapatkan data sebagai pelengkap penelitian tentang persepsi masyarakat terhadap pemberitaan kelangkaan minyak goreng pada media online waspadaaceh.com. Data tersebut diperoleh dari pihak-pihak yang terlibat langsung dalam penelitian ini melalui wawancara dengan media online waspadaaceh.com dan masyarakat gampong Rukoh serta dokumen-dokumen pendukung lainnya. Pengumpulan data pada penelitian ini dirincikan sebagai berikut :

##### **1. Wawancara**

Wawancara merupakan kegiatan mengumpulkan data dengan cara melakukan tanya jawab kepada narasumber, untuk mendapatkan informasi terkait penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis wawancara yang terstruktur yakni menyiapkan sejumlah pertanyaan yang mengarah pada kedalaman informasi sebelum memulai wawancara.

Adanya pertanyaan-pertanyaan sebelum memulai wawancara, akan memudahkan penulis dalam memperoleh data yang dibutuhkan. Wawancara juga akan lebih terkendali dengan memperhatikan tiap-tiap poin pada pertanyaan yang telah disediakan. Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber sebanyak sepuluh orang, dengan rincian satu orang redaksi media waspadaaceh.com, satu orang wartawan media waspaadaaceh.com dan delapan orang masyarakat Gampong Rukoh.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan data dengan mengamati dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian, seperti buku, agenda, skripsi, catatan, surat kabar, majalah, jurnal dan lain sebagainya. Dokumentasi memiliki bentuk yang beragam, mulai dari yang tertulis sederhana hingga tulisan yang lebih lengkap.

## E. Teknik Analisis Data

Setelah data atau informasi terkumpul, selanjutnya dilakukan penyederhanaan terhadap data yang diperoleh kedalam bentuk yang mudah dibaca dan dipahami sebagai upaya untuk mendapatkan informasi yang lengkap. Menyederhanakan semua data yang ada dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

## 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses memilih, memfokuskan, kemudian menyederhanakan serta mengubah data kedalam bentuk catatan. Langkah pertama dalam analisis data dalam penelitian ini berasal dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah didapatkan di lapangan. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan seluruh data dan informasi mengenai persepsi masyarakat terhadap pemberitaan kelangkaan minyak goreng pada media online waspadaaceh.com

## 2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya yakni menyajikan data. Penyajian data adalah cara untuk memberikan gambaran dari data penelitian yang tersusun secara menyeluruh. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, terperinci, menyeluruh, dan hubungan jelas antara kategori dan bagan.

Dalam penelitian ini, penyajian data mengenai persepsi masyarakat terhadap pemberitaan kelangkaan minyak goreng pada media online waspadaaceh.com, disajikan dalam bentuk laporan atau deskripsi sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh, dirancang dengan tujuan menggabungkan informasi tersusun dalam teks yang mudah dipahami.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Setelah dilakukan reduksi data, selanjutnya penyajian data, kemudian langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Verifikasi bertujuan untuk membuktikan kesesuaian dan kebenaran yang telah dibuat berdasarkan data dan informasi yang telah diperoleh dari hasil penelitian.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Profil Media Waspadaaceh.com**

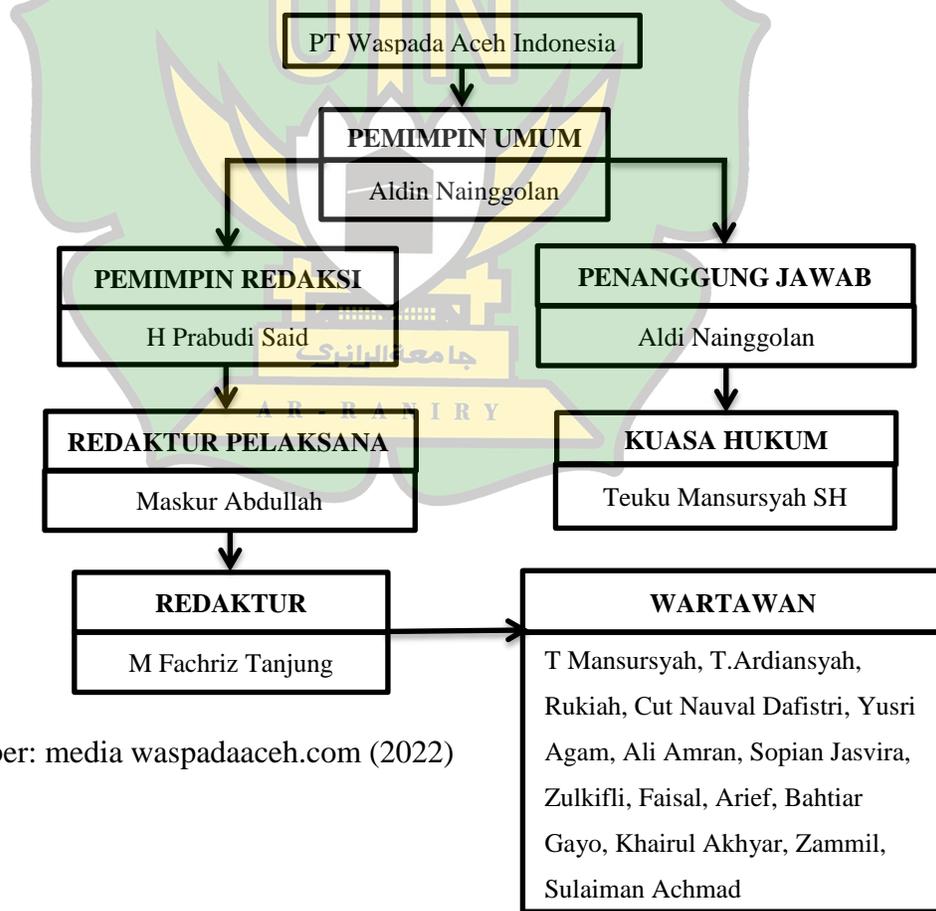
Media Waspadaaceh.com didirikan oleh Aldin NL, dr. Hajjah Rayati Syafrin, Maskur Abdullah dan Muhammad Haris pada tahun 2017. Waspadaaceh.com adalah website yang menyediakan akses artikel berita online, foto dan laporan. Portal ini dikelola secara profesional oleh orang-orang dengan pengalaman dibidang media massa. Harian Waspada yang merupakan surat kabar populer di Sumatera bahkan Indonesia adalah bagian dari jaringan kuat waspadaaceh.com. Media ini lebih fokus menurunkan laporan atau berita tentang berbagai isu yang muncul di Aceh dan bergantung pada iklan atau bentuk promosi lainnya untuk menghasilkan uang. Media ini berada dibawah standar PT Waspada Aceh Indonesia, yang berdomisili di kota Banda Aceh, tepatnya di Jalan Sri ratu Safiatuddin No 21 C Banda Aceh, Telepon: 0651 22385, Email: [redaksi@waspadaaceh.com](mailto:redaksi@waspadaaceh.com).

Dinamika informasi di Aceh dan Nasional juga dipengaruhi oleh media online ini. Tujuan media ini adalah untuk mengapresiasi kebutuhan masyarakat akan informasi yang lebih cepat dan akurat dari berbagai daerah di Aceh. Media waspadaaceh.com memiliki visi untuk menjadi perusahaan

media yang profesional dan terpercaya, dalam memberikan edukasi kepada masyarakat agar lebih cerdas dan bijaksana, dalam memahami dan menyikapi segala bentuk informasi terkait dengan perkembangan teknologi digital. Dan memiliki misi untuk menyediakan informasi faktual dan terpercaya yang mengedepankan kaedah-kaedah jurnalistik dan etika jurnalistik, sehingga mampu mendorong masyarakat untuk berpikir dan bertindak lebih cerdas dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

## 2. Struktur Redaksi Media Waspadaaceh.com

Bagan 3.1 Struktur redaksi waspadaaceh.com



Sumber: media waspadaaceh.com (2022)

## B. Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada media [waspadaaceh.com](http://waspadaaceh.com), serta masyarakat yang tinggal di Gampong Rukoh, Kec. Darussalam, Kota Banda Aceh, maka berikut uraian hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya.

### 1. Topik pemberitaan minyak goreng pada media [waspadaaceh.com](http://waspadaaceh.com)

Media [waspadaaceh](http://waspadaaceh.com) merupakan salah satu media yang menayangkan berita terkait dengan permasalahan minyak goreng. Berikut lima berita beserta pengelompokan topiknya yang peneliti ambil mengenai isu minyak goreng dan telah tayang pada media tersebut:

#### a. Berita Membahas Harga Minyak Goreng

##### 1) Harga Minyak Goreng di Banda Aceh Masih Tinggi Capai Rp20.000/Kg

*Gambar 1.1 Screenshot Isi Berita Harga Minyak Goreng*

Banda Aceh (Waspada Aceh) – Harga minyak goreng baik dalam bentuk kemasan maupun curah di Banda Aceh masih cukup tinggi. Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Muhammad Lutfi, mengimbau kepada masyarakat agar tidak *panic buying* atau membeli minyak goreng secara berlebihan.

Berdasarkan pantauan [Waspadaaceh.com](http://Waspadaaceh.com) di salah satu Swalayan di Banda Aceh, Sabtu (22/1/2022), harga minyak goreng masih bertahan pada kisaran Rp20.000 per kilogram.

Terlihat pada dinding swalayan tertulis harga minyak goreng segala jenis, yaitu minyak goreng merek Bimoli Special ukuran 2 kilogram mencapai Rp40.000, sedangkan Bimoli CI juga masih bertahan dengan harga Rp39.000 per 2 kilogram.

Sementara itu, minyak goreng jenis Sovia dan Sania ukuran 2 kilogram mencapai Rp38.500, sedangkan untuk ukuran 1 kilogram masing-masing mencapai Rp19.500.

Menanggapi mahalnya minyak goreng di Indonesia, berdasarkan pantauan [Waspadaaceh.com](http://Waspadaaceh.com), Jumat (21/1/2022) melalui kanal youtube Kementerian Perdagangan, Muhammad Lutfi, menjamin pasokan dan stok minyak goreng dengan harga Rp14.000 per liter. Sebagaimana diketahui, 1 liter minyak goreng memiliki berat hampir setara dengan 1 kilogram (kg).

"Pasokan dan stok minyak goreng dengan harga Rp14.000 per liter pasti dapat mencukupi kebutuhan masyarakat selama 6 bulan kedepan," ucapnya.

Lutfi menyampaikan kebijakan tersebut telah disosialisasikan kepada semua produsen minyak goreng dan retail modern.

#### BERITA TERBARU



Lautan Manusia Tumpuan pada Kegiatan Jalan Sehat Bersama Anies di Aceh

Featured 3 Desember 2022



Hari Guru, Refleksi Kemajuan Pendidikan Aceh

Laporan Khusus 2 Desember 2022



22 Ribu Kupon Jalan Sehat Bersama Anies Tersebar di Aceh

Featured 2 Desember 2022



Melihat Prestasi Sekolah Favorit SMAN 1 Syamtalira Aron Aceh Utara

Laporan Khusus 2 Desember 2022



Masrosida, Pasien Idap Penyakit Paru Terima Bantuan dari Dinas Sosial

Aceh 2 Desember 2022

Sumber: <https://waspadaaceh.com/harga-minyak-goreng-di-banda-aceh-masih-tinggi-capai-rp20-000-kg/>

## 2) Bardan Sahidi: Minyak Goreng Satu Harga Rp14.000/Kg Omong Kosong

### Gambar 1.2 Screenshot Isi Berita Ungkapan Bardan Sahidi

Banda Aceh (Waspada Aceh) – Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Aceh (DPRA), Bardan Sahidi, mengatakan minyak goreng satu harga Rp14.000 per kilogram yang disampaikan pemerintah melalui Menteri Perdagangan masih omong kosong.

Pasalnya, kata Bardan, harga minyak goreng di daerah Aceh masih bertahan dengan harga di atas Rp15.000 per kilogram.

"Instruksi Menteri Perdagangan untuk harga minyak goreng Rp14.000 per kilogram belum sampai ke daerah. Seperti pasar di Aceh Tengah, baik di pasar Jagong Jeget dan pasar Atulintang, kisarannya masih ada yang menjual di atas Rp15.000 sampai Rp20.000 per kilogram," kata Bardan kepada *Waspadaaceh.com*, Senin (24/1/2022).

Selain itu, di Pasar Inpres Kota Takengon, pasar Petani, pasar Bawah dan pasar Paya Ilang serta pasar Angkup Kecamatan Silih Nara, harganya juga variatif.

Anggota DPRA asal Aceh Tengah ini menyebutkan, bukan hanya Aceh Tengah, di Nagan Raya di sejumlah kota dan kabupaten di Aceh harga masih di atas Rp15.000 sampai Rp20.000 per kilogram.

Sedangkan, kebutuhan minyak goreng menjadi penting bagi sejumlah pedagang kecil di Takengon Kabupaten Aceh Tengah.

"Tadi pagi kami menerima laporan dari pedagang cilok dan batagor mba Minah, katanya, beli minyak goreng curah, rata-rata perhari butuh 10 – 15 kilogram. Ngak bisa beli minyak goreng kemasan dari pasar moderen," tutur Bardan.

Jadi politisi PKS ini menyebutkan wacana yang disampaikan oleh pemerintah melalui Kementerian Perdagangan bahwa minyak goreng satu harga Rp14.000 per kilogram baru sebatas wacana saja. Omong kosong, karena belum sampe ke daerah, katanya. (*Kia Rukiah*)

#### BERITA TERBARU



Lautan Manusia Tumpah pada Kegiatan Jalan Sehat Bersama Anies di Aceh  
**Featured** 3 Desember 2022



Hari Guru, Refleksi Kemajuan Pendidikan Aceh  
**Laporan Khusus** 2 Desember 2022



22 Ribu Kupon Jalan Sehat Bersama Anies Tersebar di Aceh  
**Featured** 2 Desember 2022



Melihat Prestasi Sekolah Favorit SMAN 1 Syamtalira Aron Aceh Utara  
**Laporan Khusus** 2 Desember 2022



Masrosida, Pasien Idap Penyakit Paru Terima Bantuan dari Dinas Sosial Aceh  
**Aceh** 2 Desember 2022

Sumber: <https://waspadaaceh.com/bardan-sahidi-minyak-goreng-satu-harga-rp14-000-kg-omong-kosong/>

Kedua berita di atas berisi membahas mengenai harga minyak goreng. Berita pertama berisi terkait tingginya harga minyak goreng yang masih berlaku di Aceh dan berita kedua berisi mengenai ungkapan salah seorang anggota DPRA terkait ketetapan satu harga dari pemerintah yang tidak berlaku di daerah Aceh. Seperti diketahui sebelumnya, pada 21 Januari 2022 lalu Kementerian Perdagangan melalui kanal Youtubanya mengeluarkan kebijakan ketetapan satu

harga untuk bahan pokok minyak goreng, namun pada kenyataannya ketetapan tersebut belum berlaku di daerah.

## b. Berita Mengenai Kepanikan Masyarakat

### 1) Masyarakat Banda Aceh Buru Minyak Goreng, Belum 24 Jam Stok Kosong

Gambar 1.3 Screenshot Isi Berita Masyarakat Buru Minyak Goreng

Banda Aceh (Waspada Aceh) – Harga minyak goreng yang telah dipatok pemerintah dengan satu harga menjadi Rp14.000 per liter membuat masyarakat Banda Aceh menyerbu swalayan berburu minyak goreng.

Penurunan harga dari Rp20.000/kg disambut baik oleh masyarakat, sehingga belum sampai 24 jam stok harian minyak goreng di swalayan Banda Aceh kosong.

Adanya aturan dari pemerintah agar masyarakat tidak *panic buying* (membeli secara berlebihan) tampaknya belum berhasil diterapkan. Pasalnya, berdasarkan pantauan *Waspadaaceh.com*, Senin (31/1/2022) di salah satu swalayan di Banda Aceh, warga banyak yang membeli hingga stok ludes terjual.

Walaupun pihak swalayan sudah memasang imbauan pembatasan pembelian bagi setiap konsumen, yakni maksimal hanya 1 pcs per konsumen, tetap saja stok di swalayan itu sering mengalami kekosongan.

"Minyak goreng dua liter Rp28.000 maksimal 1 pcs per konsumen," tertulis dalam imbauan tersebut.

Salah seorang penjaga kasir di swalayan, Dina mengatakan, penjualan minyak goreng sejak diturunkan pemerintah dengan satu harga, pembelinya sulit dikontrol.

"Stok untuk harian sering kosong. Walaupun ada aturan satu keluarga hanya boleh membeli 1 pcs, tapi kita tidak tau. Mungkin saja dia datang bersama keluarganya, susah untuk dikontrol," tuturnya.

Di sejumlah mini market di Banda Aceh juga mengalami kekosongan minyak goreng. Namun minyak kelapa harganya tetap normal dan ketersediaan juga masih ada. (*Kia Rukiah*)

**BERITA TERBARU**

- Lautan Manusia Tumpah pada Kegiatan Jalan Sehat Bersama Anies di Aceh **Featured** 3 Desember 2022
- Hari Guru, Refleksi Kemajuan Pendidikan Aceh **Laporan Khusus** 2 Desember 2022
- 22 Ribu Kupon Jalan Sehat Bersama Anies Tersebar di Aceh **Featured** 2 Desember 2022
- Melihat Prestasi Sekolah Favorit SMAN 1 Syamtalira Aron Aceh Utara **Laporan Khusus** 2 Desember 2022
- Masrosida, Pasien Idap Penyakit Paru Terima Bantuan dari Dinas Sosial Aceh **Aceh** 2 Desember 2022

Sumber: <https://waspadaaceh.com/masyarakat-banda-aceh-buru-minyak-goreng-belum-24-jam-stok-kosong/>

Berita di atas berisi mengenai kepanikan yang terjadi dimasyarakat. Kepanikan terjadi menyambut penurunan harga yang dilakukan oleh pemerintah. Hal tersebut mengakibatkan kekosongan stok minyak goreng pada beberapa swalayan yang ada di Banda Aceh. Keadaan tersebut juga memperlihatkan bahwa aturan pemerintah agar tidak *panic buying* atau membeli secara berlebihan belum berhasil diterapkan.

c. Berita Mengenai Upaya Pemerintah Menyelesaikan Kelangkaan Minyak Goreng

1) Komisi II DPRA Desak Pemerintah Sidak Distributor Minyak Goreng

*Gambar 1.4 Screenshot Isi Berita Komisi II DPRA Desak Pemerintah Sidak Distributor Minyak Goreng*

**Banda Aceh (Waspada Aceh)** – Komisi II Dewan Perwakilan Rakyat Aceh (DPRA) mendesak pemerintah melakukan sidak ke distributor menyusul kelangkaan minyak goreng di Aceh.

"Pemerintah harus sidak untuk melihat di lapangan sejauh mana ketersediaan minyak goreng. Begitu pun dengan harganya, apakah sudah disesuaikan dengan instruksi pemerintah atau belum," kata Ketua Komisi II DPRA Irfanusir di Banda Aceh, Selasa (15/2/2022).

Menurut dia, pemerintah juga harus mencari tahu kenapa bisa stok minyak kosong. Apakah memang betul tidak adanya stok minyak yang tersedia di Aceh atau terjadi penimbunan minyak goreng oleh penjual.

Ia melanjutkan pemerintah sudah mengeluarkan tentang harga minyak goreng di pasaran, di mana harganya diturunkan. Akan tetapi masih ada pengusaha-pengusaha nakal yang belum menurunkan harganya.

"Untuk itu menurutnya perlu tindakan tegas dari pemerintah," kata Irfanusir. **(Kia Rukiah)**

Sumber: <https://waspadaaceh.com/komisi-ii-dpra-desak-pemerintah-sidak-distributor-minyak-goreng/>

**BERITA TERBARU**

- Lautan Manusia Tumpah pada Kegiatan Jalan Sehat Bersama Anies di Aceh **Featured** 3 Desember 2022
- Hari Guru, Refleksi Kemajuan Pendidikan Aceh **Laporan Khusus** 2 Desember 2022
- 22 Ribu Kupon Jalan Sehat Bersama Anies Tersebar di Aceh **Featured** 2 Desember 2022
- Melihat Prestasi Sekolah Favorit SMAN 1 Syamtalira Aron Aceh Utara **Laporan Khusus** 2 Desember 2022
- Masrosida, Pasien Idap **Laporan Khusus** 2 Desember 2022

## 2) Gubernur Aceh Ingatkan Segera Atasi Kelangkaan Minyak Goreng

*Gambar 1.5 Screenshot Isi Berita Gubernur Aceh Ingatkan Pemerintah Atasi Kelangkaan Minyak Goreng*

Banda Aceh (Waspada Aceh) – Gubernur Aceh, Nova Iriansyah, mengingatkan, kelangkaan minyak goreng yang sempat terjadi pada bulan Februari lalu, hingga kini masih belum teratasi.

"Ada laporan dari masyarakat seputar, masih terjadinya sengkarut masalah dalam distribusi migor tersebut," kata Gubernur Aceh, Nova Iriansyah, dalam sambutannya sebelum membuka High Level Meeting Tim Pengelola Inflasi Daerah (TPID) se-Aceh tahun 2022, di Restoran Meuligoe Gubernur Aceh, Selasa (8/3/2022).

Permasalahan distribusi minyak goreng (migor) di Aceh yang berbuntut pada terjadinya kelangkaan stok di pasar, kata Nova, hendaknya segera teratasi sebelum memasuki bulan suci Ramadhan yang hanya tinggal menghitung hari.

"Dengan harapan, saat menjalani ibadah di bulan Ramadhan, rakyat tak lagi dicekoki dengan persoalan distribusi bahan pokok khususnya migor," lanjut Gubernur Aceh.

Sebelumnya, untuk menindaklanjuti hal tersebut, Pemerintah Pusat telah melakukan upaya stabilisasi harga minyak goreng dengan menerbitkan Harga Eceran Tertinggi (HET) menjadi Rp14.000 per liter untuk kemasan premium, Rp13.500 per liter untuk kemasan sederhana, dan Rp11.500 per liter untuk kemasan curah.

"Namun, hingga saat ini ada informasi bahwa masyarakat masih membeli minyak goreng dengan harga tinggi. Juga masih terjadi kelangkaan stok. Pada kondisi ini, peran TPID menjadi penting untuk mencari akar permasalahan minyak goreng," ujarnya.

Stok minyak goreng yang saat ini belum normal, menurut Nova, hendaknya dapat kembali normal, sebelum memasuki bulan Ramadhan. Pasar tradisional juga diharapkan bisa menjual minyak goreng kemasan premium dengan harga Rp14.000 seperti yang telah dilakukan pasar modern," lanjut Nova.

### BERITA TERBARU



Lautan Manusia Tumpah pada Kegiatan Jalan Sehat Bersama Anies di Aceh  
Featured 3 Desember 2022



Hari Guru, Refleksi Kemajuan Pendidikan Aceh  
Laporan Khusus 2 Desember 2022



22 Ribu Kupon Jalan Sehat Bersama Anies Tersebar di Aceh  
Featured 2 Desember 2022



Melihat Prestasi Sekolah Favorit SMAN 1 Syamtalira Aron Aceh Utara  
Laporan Khusus 2 Desember 2022



Masrosida, Pasien Idap Penyakit Paru Terima Bantuan dari Dinas Sosial Aceh  
Aceh 2 Desember 2022

Sumber: <https://waspadaaceh.com/gubernur-aceh-ingatkan-segera-atasi-kelangkaan-minyak-goreng/>

Kedua berita di atas berisi mengenai upaya pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan kelangkaan minyak goreng yang terjadi. Berita pertama mengenai anggota DPRA yang medesak pemerintah untuk segera melakukan sidak ke para distributor dan mencari tahu penyebab stok minyak goreng kosong. Selanjutnya, pada berita kedua membahas mengenai Gubernur Aceh mengeluarkan peringatan bagi

pemerintah daerah untuk segera menyelesaikan permasalahan minyak goreng yang sedang terjadi saat ini.

## 2. Persepsi masyarakat terhadap pemberitaan minyak goreng pada media waspadaaceh.com

Pada bagian ini dijelaskan terkait bagaimana persepsi masyarakat terhadap pemberitaan minyak goreng pada media waspadaaceh.com, terdiri dari cara pandang masyarakat dengan latar belakang yang berbeda setelah membaca berita pada media tersebut. Saat ini, media online menjadi salah satu media yang paling banyak diminati oleh khalayak diberbagai kalangan, baik pekerja, mahasiswa, ibu rumah tangga dan lain sebagainya. Hal itu karena media online mudah, serta bisa diakses dari mana saja dengan menggunakan alat bantu gadget atau komputer. Sebagai media yang dapat menyampaikan informasi secara cepat dan tidak dibatasi oleh ruang maupun waktu, media online tentu dituntut untuk selalu mengupdate informasi terbaru yang ada, salah satunya mengenai permasalahan minyak goreng. Berikut ulasan persepsi yang terbentuk dimasyarakat setelah membaca berita minyak goreng yang tayang pada media waspadaaceh.com berdasarkan topik berita yang berbeda.

a. Persepsi masyarakat terhadap berita mengenai harga minyak goreng

Kenaikan harga minyak goreng yang melampaui batas normal membuat sebagian masyarakat merasa kecewa. Permasalahan bahan pokok tersebut juga sangat berdampak bagi masyarakat yang sehari-hari bekerja sebagai pedagang. Seperti hasil wawancara dengan salah seorang pedagang makanan setelah membaca berita pada gambar 1.1 mengenai tingginya harga minyak goreng

*“Saat membaca dan mendengar berita mengenai harga minyak goreng, yang pertama terjadi jelas kami panik. Harganya yang melambung tinggi dari normal sangat berdampak terutama bagi kami selaku pedagang yang setiap hari membutuhkan dan menggunakan minyak goreng dalam jumlah yang banyak”<sup>42</sup>.*

Selanjutnya, adanya penetapan satu harga yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat melalui Menteri Perdagangan nyatanya belum berlaku di daerah. Masalah tersebut juga membuat masyarakat merasa kecewa, karena cara solusi Rujuk Anjuran mencegah kerugian tidak diberikan oleh pemerintah. Seperti hasil wawancara dengan salah seorang masyarakat setelah membaca berita pada gambar 1.2 mengenai penetapan satu harga masih omong kosong.

*“Setelah membaca berita mengenai minyak goreng terkejut, apalagi kami orang jualan. Kalau tidak ada minyak goreng bagaimana kami jualan, apalagi harganya yang terus melonjak. Sebelumnya dikatakan harga minyak curah Rp14.000/Kg namun saat belanja langsung*

---

<sup>42</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Sarah (28) penjual ayam geprek, pada 20 September 2022.

*kepasar belum berlaku. Ditambah kita orang pedagang uangnya terbatas, setiap hari menggunakan minyak paling sedikit lima sampai enam kilogram”<sup>43</sup>.*

Tidak hanya itu, tingginya harga bahan pokok tersebut membuat beberapa pedagang terpaksa harus mengurangi atau memperkecil ukuran dagangan dari ukuran atau jumlah sebelumnya.

*“Karena harga tinggi dan terbatasnya minyak goreng memerlukan modal besar. Tidak mungkin harga dagangan dinaikkan, jadi kita memilih untuk perkecil sedikit ukuran tapi harga masih tetap sama”<sup>44</sup>.*

Tidak hanya pedagang, dampak dari harga minyak goreng juga dirasakan oleh kalangan ibu rumah tangga, terlebih minyak goreng merupakan sembako atau bahan pokok wajib ada dirumah.

*“Adanya berita mengenai harga minyak goreng juga ikut berdampak bagi kami yang notabennya adalah ibu rumah tangga. Karena minyak goreng inikan adalah salah satu sembako atau bahan wajib yang harus ada dirumah. Dengan harga minyak goreng saat ini kami dituntut untuk lebih pintar dalam mengelolah pengeluaran keuangan.”<sup>45</sup>*

Kenaikan harga minyak goreng yang mencapai 50% dari harga sebelumnya sangat dirasakan masyarakat, karena selain harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit, minyak goreng juga sulit didapat di pasaran.

---

<sup>43</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Nila (45) penjual nasi uduk, pada 20 September 2022

<sup>44</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Firman (36) Penjual Gorengan, pada 19 September 2022

<sup>45</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Erma (40) ibu rumah tangga, pada 14 September 2022

- b. Persepsi masyarakat terhadap berita mengenai kepanikan masyarakat yang membeli minyak goreng dalam jumlah banyak

Adanya aturan pemerintah agar masyarakat tidak membeli dalam jumlah besar tampaknya belum berhasil diterapkan. Pasalnya, dalam sebuah pemberitaan pada media [waspadaaceh.com](http://waspadaaceh.com) dikatakan bahwa pada salah satu swalayan yang ada di Banda Aceh, belum sampai 24 jam banyak warga yang membeli hingga stok habis. Hal ini juga ikut dilakukan oleh Rahmatsyah salah seorang sekdes di Gampong Rukoh yang memilih untuk membeli bahan pokok tersebut dalam jumlah yang banyak setelah membaca berita pada gambar 1.3 mengenai masyarakat buru minyak goreng hingga stok kosong.

*“Adanya pemberitaan mengenai masalah minyak goreng ini membuat kami sekeluarga memilih untuk membeli dalam jumlah banyak. Itu kami lakukan saat ditetapkan satu harga untuk minyak goreng, karena kami takut kehabisan makanya kami stok”<sup>46</sup>.*

Selain itu, keputusan untuk membeli dalam jumlah banyak juga ikut dilakukan oleh salah seorang ibu rumah dengan alasan harga yang diturunkan.

*“Karena saya biasa belanja perbulan, saya butuh minyak biasa hanya beberapa kilo. Namun, saat harga lagi turun saya tambah stok beberapa kilo lagi dari biasanya”<sup>47</sup>.*

---

<sup>46</sup> Wawancara dengan bapak Rahmatsyah, Sekdes di Gampong Rukoh, 22 September 2022

<sup>47</sup> Wawancara dengan ibu Erma

c. Persepsi masyarakat terhadap berita mengenai upaya pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan minyak goreng

Pemberitaan media jelas menunjukkan bahwa tindakan pemerintah tampaknya tidak memberikan solusi terbaik. Upaya pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan bahan pokok ini belum terlihat jelas hasilnya. Seperti persepsi salah seorang masyarakat gampong rukoh setelah membaca berita pada gambar 1.4 mengenai anggota DPRA desak pemerintah sidak distributor minyak goreng.

*“Berita mengenai minyak goreng ini juga berdampak bagi kami selaku anak kos yang juga membutuhkan minyak goreng. Ikut panik juga dengan masalah ini, takut minyak goreng tidak ada lagi. Apalagi ini juga sangat disayangkan bagi para pedagang ditambah dengan pemerintah juga belum menyelesaikan masalah kelangkaan ini”<sup>48</sup>.*

Dalam pemberitaan, pemerintah juga terus berupaya untuk menyelesaikan permasalahan kelangkaan minyak goreng tersebut. Namun, hingga saat ini stok minyak yang ada masih belum normal seperti sebelumnya. Seperti ungkapan salah seorang masyarakat setelah membaca berita pada gambar 1.5 mengenai Gubernur ingatkan pemerintah segera atasi kelangkaan minyak goreng.

*“Harusnya pemerintah mencari tau langsung ke lapangan apa yang jadi penyebab kelangkaan minyak ini, pemerintah juga harus lebih tegas dalam menyelesaikan permasalahan ini, karena minyak goreng inikan bahan pokok yang digunakan setiap hari.”<sup>49</sup>*

<sup>48</sup> Hasil wawancara dengan Nirda Masita (21) Mahasiswa UIN Ar-Raniry, pada 22 September 2022

<sup>49</sup> Hasil wawancara dengan Indra Aagusri (26) Staf kantor Desa Rukoh, Darussalam

Masyarakat membutuhkan berita untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan serta langkah yang kemudian harus dilakukan dalam mempersepsikan suatu pemberitaan. Sebuah berita tentu harus bersifat objektif dan faktual. Objektif berarti bebas tidak memihak pada suatu aspek atau seimbang, sedangkan faktual berarti mengandung kebenaran atau fakta-fakta bukan kejadian yang dibuat-buat<sup>50</sup>. Dalam hal ini, berkaitan dengan sifat faktual dari peristiwa yang terjadi di masyarakat yaitu kenaikan harga minyak goreng dan kelangkaannya, yang keduanya berdampak negatif yang signifikan bagi masyarakat. Karena hal tersebut, masyarakat harus mengeluarkan dana yang cukup banyak. Selain itu, media online juga memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi.

### 3. Pendekatan Syar’I Terhadap Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng

Berdasarkan firman Allah dalam QS. Al-An’am ayat 67 yang telah disebutkan pada bab sebelumnya, memiliki arti bahwa “tiap-tiap berita ada waktu terjadinya dan kelak kamu akan mengetaui”, ayat tersebut juga memiliki dua tafsir, tafsir pertama yakni bahwa pada setiap kabar atau berita pasti ada hakikatnya. Tafsir selanjutnya ialah segala sesuatu pasti akan terjadi pada waktunya<sup>51</sup>. Pada waktu itu juga akan diketahui apakah berita tersebut benar atau tidak, serta diketahui juga hikmah dari berita tersebut.

---

<sup>50</sup> Molina, Sundar dan Lee, *“Fake News” is not simply false information: A concept explication dan taxonomy of online content*, (American: Behavioral Scientist, 2021), Hal. 180

<sup>51</sup> Tafsir al-Qurthubi (7/11)

Berdasarkan tafsir ayat di atas dikaitkan dengan adanya berita mengenai permasalahan minyak goreng maka dapat dilihat bahwa media [waspadaaceh.com](http://waspadaaceh.com) menayangkan berita berdasarkan dengan apa yang terjadi pada saat itu. Berita minyak goreng yang dimuat dalam media tersebut adalah benar terjadi, hikmah dari adanya berita tersebut yakni masyarakat jadi mengetahui mengenai permasalahan bahan pokok tersebut.

Seperti yang telah disebutkan pada bab sebelumnya, berita adalah informasi yang didasarkan pada fakta dan data aktual dan dipublikasikan oleh media untuk memancing tanggapan dan persepsi masyarakat, mulai dari ketidakpuasan terhadap pemerintah hingga membeli produk dalam jumlah banyak (*panic buying*) oleh masyarakat. Pemberitaan mengenai minyak goreng pada media online [waspadaaceh.com](http://waspadaaceh.com) merupakan daya tarik yang signifikan bagi masyarakat atau penting untuk diketahui masyarakat luas. Hal itu disebabkan karena minyak goreng merupakan kebutuhan utama yang harus dipenuhi saat memasak baik di rumah tangga maupun bagi pedagang makanan.

Selanjutnya berdasarkan firman Allah QS. Al-Hujurat ayat 6 yang juga telah disebutkan pada bab sebelumnya, memiliki arti bahwa “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal

atau perbuatanmu itu”. Ayat tersebut berisi mengenai peringatan untuk tidak tergesa-gesa menerima suatu berita, terlebih dahulu mencari tahu serta meneliti kebenarannya. Hal tersebut penting dilakukan agar tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan atau kecerobohan dalam mengikuti berita yang akhirnya nanti akan terjadi penyesalan karena terlanjur dilakukan. Ayat tersebut juga memberikan tuntutan kepada kaum muslimin agar berhati-hati dalam menerima berita terutama jika bersumber dari orang fasik. Pentingnya berhati-hati dalam menerima berita adalah agar menghindari penyesalan akibat tindakan yang diakibatkan oleh berita yang belum diteliti kebenarannya. Karena itu, saat membaca maupun mendengar suatu berita, masyarakat terlebih dulu mencari tahu kebenaran yang terjadi bukan langsung mempercayai dan mempersepsikan negatif berita atau informasi tersebut. Dikaitkan dengan hasil penelitian dapat dilihat bahwa sebagian besar dari masyarakat langsung mempercayai suatu pemberitaan serta langsung mepersepsikan negatif terhadap suatu permasalahan bukan memeriksa terlebih dulu kebenaran yang ada di lapangan.

### **C. Pembahasan dan Analisis**

Pada bagian sub bab di metode penelitian sebelumnya, penulis telah menjelaskan bahwa penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi, penulis mendapatkan temuan dari analisis serta melihat

fakta di lapangan. Kemudian penulis mendapatkan temuan terkait dengan persepsi masyarakat melalui wawancara langsung maupun tidak langsung dari beberapa narasumber dengan latar belakang yang berbeda-beda. Pada bagian pembahasan dan analisis ini, penulis fokus pada hal-hal sebagai berikut.

Berita yang ditayangkan pada media online waspadaaceh.com terkait dengan naiknya harga minyak goreng dan kelangkaannya adalah fakta dan informasi aktual yang dapat ditemukan di seluruh wilayah Indonesia, khususnya Aceh. Dari kelima berita yang peneliti ambil, dapat dilihat bahwa media waspadaaceh.com memberitakan isu minyak goreng dengan topik yang berbeda-beda. Waspadaaceh.com memberitakan terkait dengan masalah tingginya harga, ketetapan satu harga dari Kementerian Perdagangan yang masih belum berlaku di daerah Aceh, kepanikan masyarakat sehingga memburu minyak goreng sampai stok kosong, serta upaya pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan kelangkaan bahan pokok tersebut. Dalam hal ini, bentuk berita yang tayang pada media tersebut yakni berita *hard news* atau berita keras dimana informasinya bersifat penting dan menarik untuk segera disajikan kepada khalayak umum.

Secara keseluruhan, berita terkait isu minyak goreng yang tayang pada media waspadaaceh.com fokus membahas permasalahan mengenai tingginya harga minyak goreng yang masih berlaku di Aceh dan upaya pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan kelangkaan bahan pokok tersebut. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa pemberitaan pada media online

waspadaaceh.com lebih berpihak kepada permasalahan yang terjadi pada masyarakat. Informasi yang disajikan menjelaskan kepada masyarakat terkait usaha pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan kelangkaan minyak goreng salah satunya dengan melakukan sidak pada distributor-distributor yang ada di Aceh. Seperti diketahui, kebutuhan minyak goreng menjadi penting bagi setiap kalangan masyarakat khususnya pada pedagang kecil atau pedagang makanan. Pemberitaan yang tayang juga berisi himbauan kepada masyarakat agar tidak terjadi kepanikan hingga memborong bahan pokok tersebut dalam jumlah yang banyak.

Berikutnya dari hasil wawancara terkait persepsi yang peneliti lakukan pada delapan orang terpilih yang ada di Gampong Rukoh, Kecamatan Syiah Kuala, Kota Banda Aceh sebelumnya ditemukan bahwa setelah membaca berita terkait minyak goreng yang ada pada media waspadaaceh.com, persepsi yang terjadi di masyarakat adalah terbentuknya kepanikan. Mahalnya harga minyak goreng yang diberitakan melalui media online waspadaaceh.com merupakan fakta yang banyak terjadi di lapangan. Cukup banyak dari masyarakat yang merespon negatif kinerja pemerintah, dengan alasan pemerintah kurang mampu menunjukkan keberpihakannya pada masyarakat biasa.

Berdasarkan teori *uses and gratification model* atau model kegunaan dan kepuasan, media waspadaaceh.com menjadi salah satu media yang dipilih oleh masyarakat, hal ini karena isi dari pemberitaan yang tayang pada media tersebut

memenuhi kebutuhan masyarakat terkait pemberitaan minyak goreng. Waspadaaceh.com membahas mengenai harga minyak goreng yang masih tinggi, kepanikan yang terjadi pada masyarakat, ketetapan satu harga oleh pemerintah pusat tidak berlaku di daerah, serta harapan pemerintah daerah untuk segera mengatasi kelangkaan bahan pokok tersebut. Dalam hal ini, terlihat bahwa media waspadaaceh.com menyajikan berita terkait minyak goreng dengan topik yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan masyarakat selaku pembaca. Seperti yang kita ketahui, media online saat ini menjadi salah satu media yang banyak diminati, dalam hal ini masyarakat atau khalayak dianggap aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan terkait dengan permasalahan minyak goreng yang ada di Indonesia, khususnya Aceh.

Berdasarkan teori kedua yakni *agenda setting model* (model penataan agenda) yang memiliki asumsi dasar untuk membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Efek dari model ini terdiri dari efek langsung dan efek tidak langsung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efek langsung yang terjadi yakni isu terkait minyak goreng merupakan isu yang dianggap penting oleh khalayak ramai, karena bahan pokok tersebut selalu digunakan dalam kehidupan sehari-hari setiap kalangan. Selanjutnya, dalam penelitian ini efek lanjutan yang terjadi berupa persepsi yang terbentuk pada khalayak setelah membaca pemberitaan terkait minyak goreng, yakni terjadinya kepanikan yang disebabkan oleh ketakutan akan kehabisan bahan pokok tersebut. Kepanikan yang

terjadi mengakibatkan sebagian masyarakat membeli minyak goreng dalam jumlah banyak. Dapat dilihat bahwa keberadaan media online terasa sangat kuat pada masyarakat modern, karena tidak terbatasnya ruang dan waktu orang bisa mengetahui semua kejadian yang ada didunia hanya melalui internet yang diakses dengan menggunakan gadget maupun komputer.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya terkait dengan topik pemberitaan minyak goreng pada media online waspadaaceh.com dan persepsi masyarakat terhadap pemberitaan minyak goreng pada media tersebut, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Media online waspadaaceh.com membuat berita terkait dengan naiknya harga dan kelangkaan minyak goreng merupakan fakta dan data yang terjadi di Aceh. Waspadaaceh.com menjadi salah satu media yang dipilih masyarakat karena menyajikan berita minyak goreng sesuai dengan kebutuhan yang ada dimasyarakat. Fokus pemberitaan membahas mengenai tingginya harga serta upaya pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan bahan pokok tersebut. Berita yang tayang juga lebih berpihak pada kepentingan masyarakat.
2. Kelangkaan minyak goreng mengakibatkan kerugian pada masyarakat, mulai dari pengusaha makanan hingga ibu rumah tangga. Masalah tersebut pada akhirnya membentuk respon atau persepsi negatif pada masyarakat yakni terjadinya kepanikan. Setelah membaca pemberitaan terkait isu minyak goreng terjadi dua efek pada masyarakat. Pertama, efek langsung

berupa berita minyak goreng menjadi isu yang dianggap penting oleh semua kalangan, karena bahan pokok tersebut selalu digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Kedua, efek lanjutan yang terjadi berupa persepsi yang terbentuk dimasyarakat setelah membaca berita minyak goreng yakni terjadinya kepanikan yang disebabkan oleh ketakutan akan kehabisan bahan pokok tersebut hingga menyebabkan sebagian masyarakat memilih untuk membeli minyak goreng dalam jumlah banyak.

#### **B. Saran**

1. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan kepada media waspadaaceh.com agar terus memberitakan segala permasalahan yang ada di Aceh. Waspadaaceh.com diharapkan dapat memuat berita dengan terus berimbang, bahasa yang lebih efektif, sederhana dan mudah dipahami segala kalangan.
2. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan kepada masyarakat untuk tidak langsung memberikan persepsi negatif terhadap suatu pemberitaan yang berisi mengenai permasalahan yang sedang terjadi. Untuk masyarakat diharapkan agar lebih tenang dan tidak langsung panik dalam menanggapi suatu berita yang tayang pada media online mengenai suatu permasalahan kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Abdul, Rahman Shaleh. 2003. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Adhitia, Puji Lestari. 2010. *Analisis Wacana Pemberitaan Pro Kontra Pemidanaan Pelaku Nikah Sirri Di Harian Seputar Indonesia*. Edisi Februari.
- Ardiano, Elvinaro & Erdinaya, Lukiat Komala. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Himat, Mahi M. 2018. *Jurnalistik: literaly Journalism*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Irwanto. 2002. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- KN, Anton Mabruhi. 2018. *Produksi Program TV Non-Drama*. Gramedia.
- Kusumaningrat, Hikma. 2006. *Jurnalisme, Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mahyuddin. 2019. *Sosiologi Komunikasi: Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualisasi*. Makassar: Shofia.
- Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Preanada Group.
- Muhammad bin Ali bin Muhammad bin Abdillah al-Syukani al-Yamani. *Fath al-Qadir* (Dimasyq: Dar Ibn Katsir, 1414), Jilid 4. Cet. 1
- Nasution, Suharman. 2005. *Berbagai Pendekatan dalam Proses Belajar dan Mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurudin. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, cet ke-1. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunika*s, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Romli, A.S.M. 2014. *Jurnalistik Online*. Bandung: Cendekia.
- Rubani, Mardhiah. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Pekanbaru: UR Press.

- Severin, Werner J & Tankard, James W. Jr. 2009. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, edisi ke-5*. Jakarta: Kencana.
- Siagian, Sondang P. 1995. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugono, Dendy. 2008. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan*. Bandung: PT Karya Nusantara.
- Tebba, Sudirman. 2005. *Jurnalistik Baru*. Ciputat: Kalam Indonesia.
- Tom E. Rolnicki. Et. Al. 2008. *Pengantar Jurnalisme*. Jakarta: Kencana.
- Wahyuni, Isti Nursih. 2014. *Komunikasi Massa*, cet ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Walgito, Bimo. 2012. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.

**Skripsi:**

- Dwi Ana Ratna Utami. 2017. *Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017).
- Ibnu al-Qayyim al-Jauziyyah, al-Fawa'id, (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1393-1973).
- Jamal Latif. 2017. *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Perilaku Pedagang (Studi Kasus Pada Pedagang Nasabah KSPPS Cahaya Mitra Sejahtera)*. Skripsi. Semarang: UIN Walisongo Semarang.
- Lee, Molina Sundar. 2021. *"Fake News" is not simply false information: A concept explication dan taxonomy of online content*. American: Behavioral Scientist.
- Liana Noor Fadillah. 2017 *Tanggapan Siswa Terhadap Pembelajaran Al-Islam Kemuhammadiyah di SMP Muhammadiyah Clongok*. Skripsi. Purwekerto: Universitas Muhammadiyah Purwekerto.
- Rian. 2021. *Persepsi Masyarakat Desa Pinggir Tentang Berita Hoax pada Media Online*. Skripsi. Pekanbaru: Universitas Islam Riau.

**Jurnal:**

Asrindah Nasution. *Panic Buying Masyarakat Terhadap Kenaikan Harga dan Kelangkaan Minyak Goreng di Kota Medan Denai*". Jurnal Bisnis Corporate, Vol. 6 No. 2.

Chontina Siahaan, dkk, "Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng Di Media Online Dan Kepanikan Masyarakat", International Journal of Demo (online), Vol. 4, No. 2, Juni (2022), email: [chontinasiahaan58@gmail.com](mailto:chontinasiahaan58@gmail.com). Diakses 20 Juli 2022.

Heny Triyaningsih, *Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat tentang Virus Corona (Studi Kasus; Masyarakat di pamekasan)*, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah, Vol. 1, No. 1, 2020.

Ika Chandra dan Rini Sudarmanti, *Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Susu Kental Manis*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 4, No. 1, 2021.

Khairul Syafuddin dan Hayu Lusianawati, *Terbentuknya Opini Publik Terhadap Kenaikan Harga Minyak Goreng yang Berdampak Pada UMKM di Twitter*, Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), Vol. 1, April 2022.

Shauqi Fitrayatra, dkk, "Respon krisis IRT Mengenai Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng", Jurnal Politikom Indonesiana (online), Vol. 7, No. 1, Juni 2022, email: <https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana>.  
[Diakses 21 Juli 2022](#)

**Website:**

<https://waspadaaceh.com/bardan-sahidi-minyak-goreng-satu-harga-rp14-000-kg-omong-kosong/>

<https://waspadaaceh.com/gubernur-aceh-ingatkan-segera-atasi-kelangkaan-minyak-goreng/>

<https://waspadaaceh.com/harga-minyak-goreng-di-banda-aceh-masih-tinggi-capai-rp20-000-kg/>

<https://waspadaaceh.com/komisi-ii-dpra-desak-pemerintah-sidak-distributor-minyak-goreng/>

<https://waspadaaceh.com/masyarakat-banda-aceh-buru-minyak-goreng-belum-24-jam-stok-kosong/>

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online <https://kbbi.web.id/pendapat>



## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **PEDOMAN WAWANCARA**

Judul Penelitian : Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Minyak Goreng Pada Media Online Waspadaaceh.Com

Nama Peneliti : Marnida Ningsih

Prodi/ Fakultas : Komunikasi Dan Penyiaran Islam/ Dakwah Dan Komunikasi

#### **DAFTAR PERTANYAAN UNTUK MEDIA ONLINE WASPADAACEH.COM**

1. Sejak kapan media waspadaaceh.com berdiri?
2. Siapa pendiri media waspadaaceh.com?
3. Apa tujuan berdirinya media waspadaaceh.com?
4. Apa visi dan misi dari media waspadaaceh.com?
5. Bagaimana susunan redaksi media waspadaaceh.com?
6. Apa saja topik pemberitaan tentang minyak goreng yang ada pada media waspadaaceh.com?
7. Apakah berita tentang minyak goreng yang tayang pada media waspadaaceh.com benar terjadi?
8. Jumlah pembaca berita?

#### **DAFTAR PERTANYAAN UNTUK MASYARAKAT GAMPONG RUKOH, KEC. DARUSSALAM, KOTA BANDA ACEH**

1. Apakah b/i tahu media online waspadaaceh.com?
2. Apakah b/i tahu isu minyak goreng saat ini?
3. Apakah b/i ada membaca berita terkait kelangkaan dan tingginya harga minyak goreng pada media tersebut?
4. Bagaimana tanggapan atau pendapat b/i terkait pemberitaan minyak goreng pada media tersebut?
5. Apakah setelah b/i membaca berita terkait kelangkaan dan tingginya harga minyak goreng, berkeinginan untuk membeli dalam jumlah banyak?
6. Menurut pandangan b/i apakah pemberitaan tersebut berdampak bagi kehidupan b/i selaku pembaca berita?
7. Apakah terjadi kepanikan pada b/i setelah membaca berita terkait minyak goreng pada media tersebut?
8. Tindakan apa yang b/i lakukan setelah membaca berita terkait kelangkaan dan tingginya harga minyak goreng?
9. Menurut b/i bagaimana seharusnya sikap masyarakat terhadap suatu pemberitaan, apakah langsung mempercayainya atau menyaring terlebih dahulu?

## SK SKRIPSI

### SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Nomor: B.4997/Un.08/FDK/KP.00.4/11/2022

Tentang

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023

#### DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.

Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2022, Tanggal 17 November 2021

#### MEMUTUSKAN

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
Pertama : Menunjuk Sdr.: 1) Drs. Baharuddin AR, M. Si. .... PEMBIMBING UTAMA (Subtansi Penelitian)  
2) Drs. Syukri Syamaun, M. Si. .... PEMBIMBING KEDUA (Teknik Penulisan)

Untuk membimbing KKU Skripsi:

Nama : Marnida Ningsih  
NIM/Jurusan : 180401027/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : *Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng Pada Media Online Waspadaaceh.Com*

Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;

Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2022;

Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.

Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada Tanggal : 28 November 2022 M  
5 Jumadil Awal 1444 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

  
Kusmawati Hatta

Tersusun:  
1. Rektor UIN Ar-Raniry.  
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.  
3. Pembimbing Skripsi.  
4. Mahasiswa yang bersangkutan.  
5. Arsip.  
Keterangan:  
SK berlaku sampai dengan tanggal: 28 November 2023

## SURAT PENELITIAN



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.3540/Un.08/FDK-I/PP.00.09/09/2022  
Lamp : -  
Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,

1. Pemimpin Umum Media Waspada Aceh
2. Keuchik Gampong Rukoh, kec. Syiah Kuala

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : MARNIDA NINGSIH / 180401027  
Semester/Jurusan : IX / Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat sekarang : Desa Klieng Cot Arun, Kec. Baitussalam, Kab. Aceh Besar

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul *Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng Pada Media Online Waspadaaceh.com*

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 06 September 2022

an. Dekan

..... Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,

A R - R A



Berlaku sampai : 24 Desember  
2022

Drs. Yusril, M.L.I.S.

## SURAT BALASAN WASPADAACEH.COM



Kantor/Office:  
Jl. Sri Ratu Syafiatuddin No.55  
Banda Aceh - 23122  
Telp (0651) 22385/ 0813 6026 0710  
Email: redaksi@waspadaaceh.com

No : B.095/Wsp-Aceh/IX/22  
Hal : **Penerimaan Penelitian Ilmiah Mahasiswa**  
Sifat : Biasa

Banda Aceh, 12 September 2022

Kepada Yth,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**  
di-  
Banda Aceh

Dengan hormat,

Assalamualaikum Wr. Wbr.

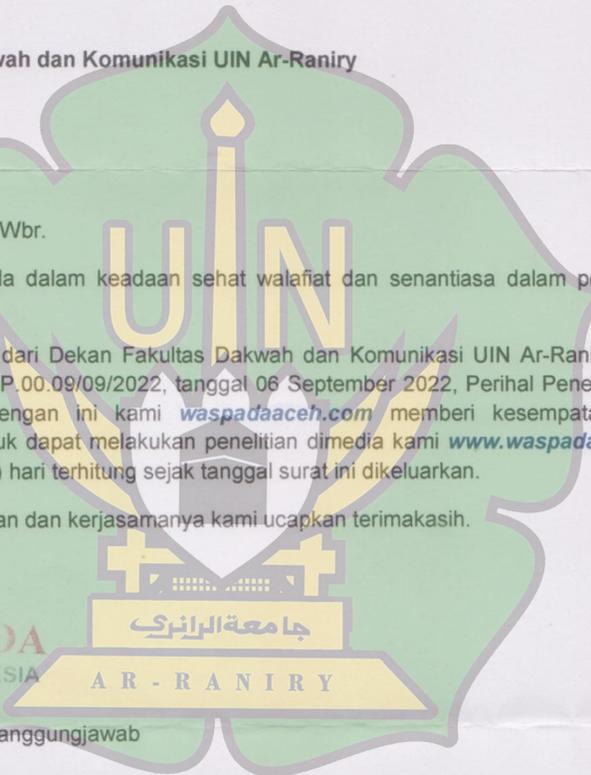
Semoga Bapak berada dalam keadaan sehat walafiat dan senantiasa dalam perlindungan Allah SWT, Amin.!

Menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Nomor : B.3540/Un.08/FDK-I/PP.00.09/09/2022, tanggal 06 September 2022, Perihal Penelitian Ilmiah Mahasiswa, maka dengan ini kami [waspadaaceh.com](http://waspadaaceh.com) memberi kesempatan Saudari **Marnida Ningsih** untuk dapat melakukan penelitian dimedia kami [www.waspadaaceh.com](http://www.waspadaaceh.com), selama 15 (lima belas) hari terhitung sejak tanggal surat ini dikeluarkan.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,

  
**Aldin NT**  
Pemimpin Umum/Penanggungjawab



## SURAT BALASAN GAMPONG RUKOH



PEMERINTAH KOTA BANDA ACEH  
KECAMATAN SYIAH KUALA  
**GAMPONG RUKOH**

Alamat : Jl. Utama No. 14 , Dusun Mns. Baro Gampong Rukoh 11.71.04.2009 Kode Pos 23112

### SURAT KETERANGAN

Nomor : 470/ 42. /2022

KEUCHIK GAMPONG RUKOH KECAMATAN SYIAH KUALA KOTA BANDA ACEH,  
dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a/ Nim : **MARNIDA NINGSIH/180401027**  
Semester/Jurusan : IX/Komunikasi dan Penyisaran Islam  
Alamat sekarang : Desa Klieng Cot Arun ,Kecamatan Baitussalm  
Kabupaten Aceh Besar

Benar telah melakukan penelitian dan pengumpulan data di Gampong Rukoh Kec. Syiah  
Kuala Banda Aceh, dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul : “ **Persepsi Masyarakat  
Terhadap Pemberitaan Minyak Goreng Pada Media Online Waspadaaceh.com**”

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan  
sebagaimana mestinya.

Banda Aceh, 26 September 2022  
Keuchik Gampong Rukoh

**H. ISMUG ABBAS**

## DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1. Pengambilan surat ijin penelitian pada media waspadaaceh.com (Ibu Amybustaman)



Gambar 2. Wawancara dengan mahasiswi UIN Ar-Raniry (Nirda Masita)



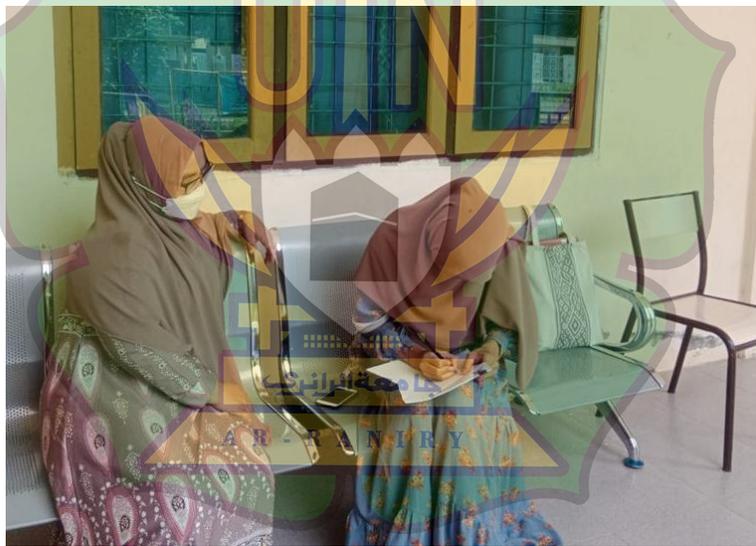
Gambar 3. Wawancara dengan aparat desa (Bapak Andre)



Gambar 4. Wawancara dengan pedagang ayam goreng pandawa (Ibu Sarah)



Gambar 5. Wawancara dengan penjual nasi uduk (Ibu Nila)



Gambar 6. Wawancara dengan ibu rumah tangga (Ibu Erma)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Marnida Ningsih
2. Tempat / Tgl. Lahir : Sigulai /18 Desember 2000
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 180401027 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Desa Klieng Cot Arun
  - a. Kecamatan : Baitussalam
  - b. Kabupaten : Aceh Besar
  - c. Provinsi : Aceh
8. Email : [marnidaningsih@gmail.com](mailto:marnidaningsih@gmail.com)

### Riwayat Pendidikan

9. SD N 4 Simeulue Timur : Tahun 2006-2012
10. SMP N 2 Simeulue Timur : Tahun 2012-2015
11. SMA N 2 Sinabang : Tahun 2015-2018

### Orang Tua/Wali

12. Nama Ayah : Mahrumin
13. Nama Ibu : Arlinawati
14. Pekerjaan Orang Tua : Karyawan Honorer
15. Alamat Orang Tua : Desa Air Dingin
  - a. Kecamatan : Simeulue Timur
  - b. Kabupaten : Simeulue
  - c. Provinsi : Aceh

Banda Aceh, 28 November 2022

Peneliti,



(Marnida Ningsih)