

**ANALISIS KOMPARATIF RESPON MASYARAKAT TERHADAP
KELANGKAAN MINYAK GORENG DI ACEH TAHUN 2022
(Studi Kasus: Media Serambi Indonesia di Facebook dan Instagram)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**RIZKI THAHARA
NIM. 180801053**

**Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan
Program Studi Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
2023 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Rizki Thahara
NIM : 180801053
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Tempat Tanggal Lahir : Sigli, 29-12-1997
Alamat : Dusun Geulumpang GP Mesjid Runtoh

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

A R - R A N IRY Banda Aceh,
Yang menyatakan



RIZKI THAHARA
NIM. 180801053

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS KOMPARATIF RESPON MASYARAKAT TERHADAP
KELANGKAAN MINYAK GORENG DI ACEH TAHUN 2022
(Studi Kasus:Media Serambi Indonesia di Facebook dan Instagram)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan
UIN Ar-Raniry Banda Aceh Sebagai Salah Satu Persyaratan Penulisan Skripsi
Pada Program Studi Ilmu Politik

Oleh:

RIZKI THAHARA

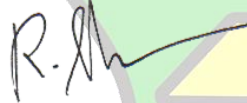
NIM. 180801053

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan
Program Studi Ilmu Politik

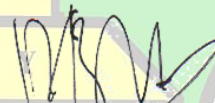
Disetujui Untuk Diuji/Dimunaqasyahkan Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Rizkika Lhena Darwin, M.A.
NIP. 198812072018032001



Melly Masni, M.IR
NIP. 199305242020122016

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KOMPARATIF RESPON MASYARAKAT TERHADAP
KELANGKAAN MINYAK GORENG DI ACEH TAHUN 2022
(Studi Kasus:Media Serambi Indonesia di Facebook dan Instagram)**


SKRIPSI

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry
Banda Aceh Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah
Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Dalam Program
Studi Ilmu Politik.


Pada Hari/Tanggal: Kamis, 18 Desember 2022
24 Jumadil awal 1444 H

Banda Aceh,
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi:

Ketua


Rizkika Lhena Darwin, M.A.
NIP.198812072018032001

Sekretaris,


Melly Masni, M.IR
NIP.199305242020122016

Penguji I



Muhammad Thalal, Lc. M.Si., M.Ed
NIP. 197810162008011011

Penguji II,


Ramzi Murziqin, M.a
NIP.198605132019031006

جامعة الرانيري
Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Pemerintahan UIN Ar-Raniry


Dr. Muji Mulia, S.Ag., M.Ag
NIP. 197403271999031005



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Beberapa sakit tak berdarah, tapi lebih rumit cara menyembuhkannya. Sebab bentuknya abstrak. Yang ditampar perasaannya. Yang terluka egonya.

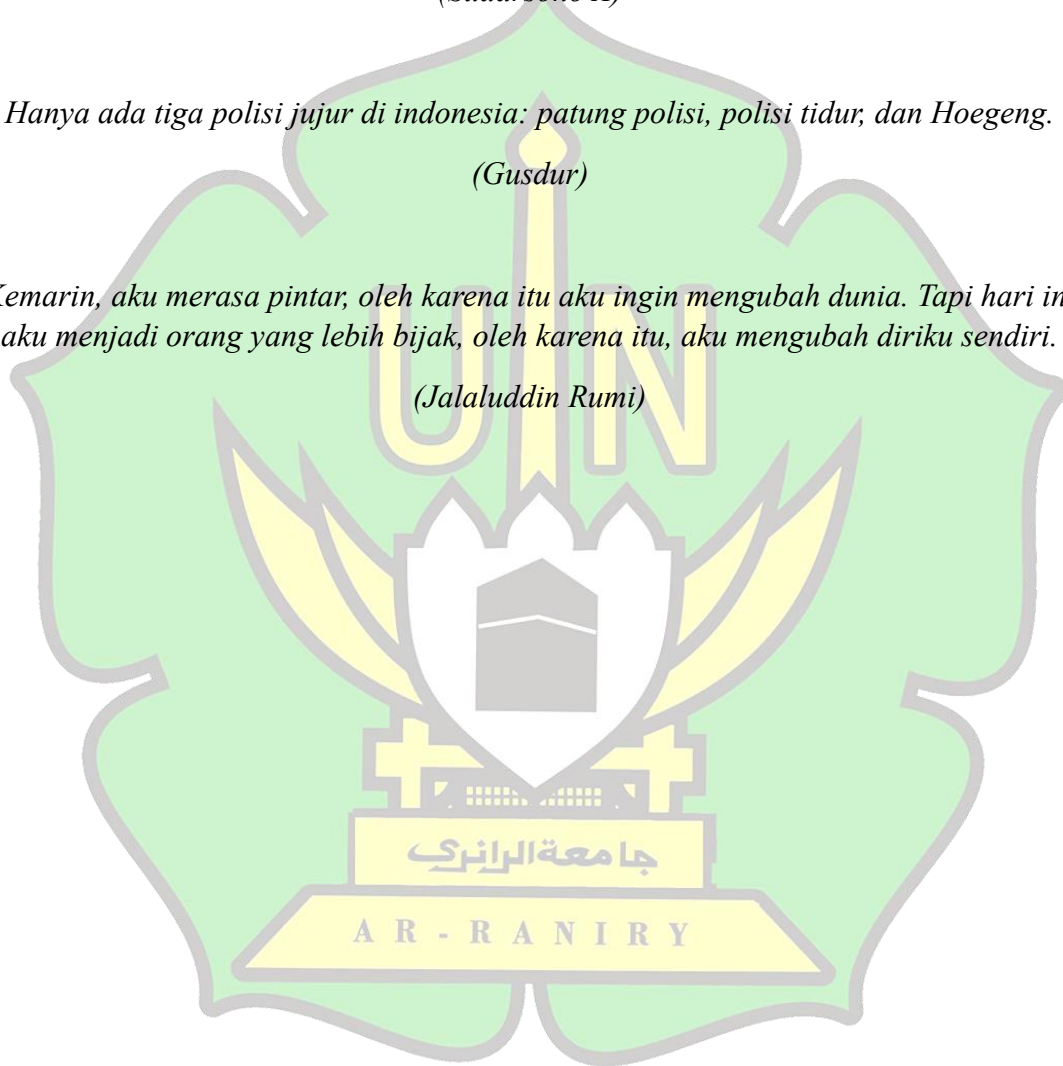
(Sudarsono A)

Hanya ada tiga polisi jujur di Indonesia: patung polisi, polisi tidur, dan Hoegeng.

(Gusdur)

Kemarin, aku merasa pintar, oleh karena itu aku ingin mengubah dunia. Tapi hari ini aku menjadi orang yang lebih bijak, oleh karena itu, aku mengubah diriku sendiri.

(Jalaluddin Rumi)



ABSTRAK

Di antara komoditas kebutuhan pokok, minyak goreng menjadi salah satu kebutuhan yang sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat. Kelangkaan pasokan minyak goreng tersebut disebabkan oleh menurunnya produktivitas perkebunan sawit milik BUMN, swasta, dan petani swadaya di Indonesia serta Malaysia, yang merupakan dua negara produsen utama yang memasok setidaknya 85% produksi minyak sawit dunia. Penelitian ini bertujuan untuk melihat reaksi masyarakat pengguna media sosial Facebook dan Instagram terhadap kelangkaan kelangkaan minyak goreng di Aceh. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan penelitian komparatif non-hipotesis, dimana data didapatkan berdasarkan respons masyarakat di media massa SerambiNews yang tersedia di platform Facebook dan Instagram terkait kelangkaan kelangkaan minyak goreng di Aceh. Terdapat sejumlah respons masyarakat yang bersifat diskonfirmatif (negatif) baik di platform Facebook maupun Instagram SerambiNews. Komentar-komentar negatif tersebut didasari oleh ketidakpuasan masyarakat terhadap langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah dalam menangani permasalahan ini. Kedepannya terkait dengan isu kelangkaan minyak goreng agar menjadi prioritas untuk diinformasikan, bukan hanya sebagai bahan informasi bagi media, tetapi juga untuk mendukung masyarakat dan mengingatkan pemerintah bahwa kesejahteraan masyarakat adalah yang utama. Kelangkaan minyak goreng jangan ikut digoreng sebagai bahan politik dan pendekatan bulshit kepada masyarakat. Jangan menjadikan minyak goreng sebagai isu nasional yang menyengsarakan masyarakat Indonesia.

Kata Kunci: *Kelangkaan, Minyak Goreng, Media*



KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa pula kita sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabat beliau yang telah membawa kita ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Dalam penyelesaian skripsi ini yang berjudul **Analisis Komparatif Respon Masyarakat Terhadap Kelangkaan Minyak Goreng Di Aceh Tahun 2022 (Studi Kasus: Media Serambi Indonesia Di Facebook Dan Instagram)** Dalam penelitian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa ada banyak kekurangan. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak alhamdulillah peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

Untuk itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tinggi kepada:

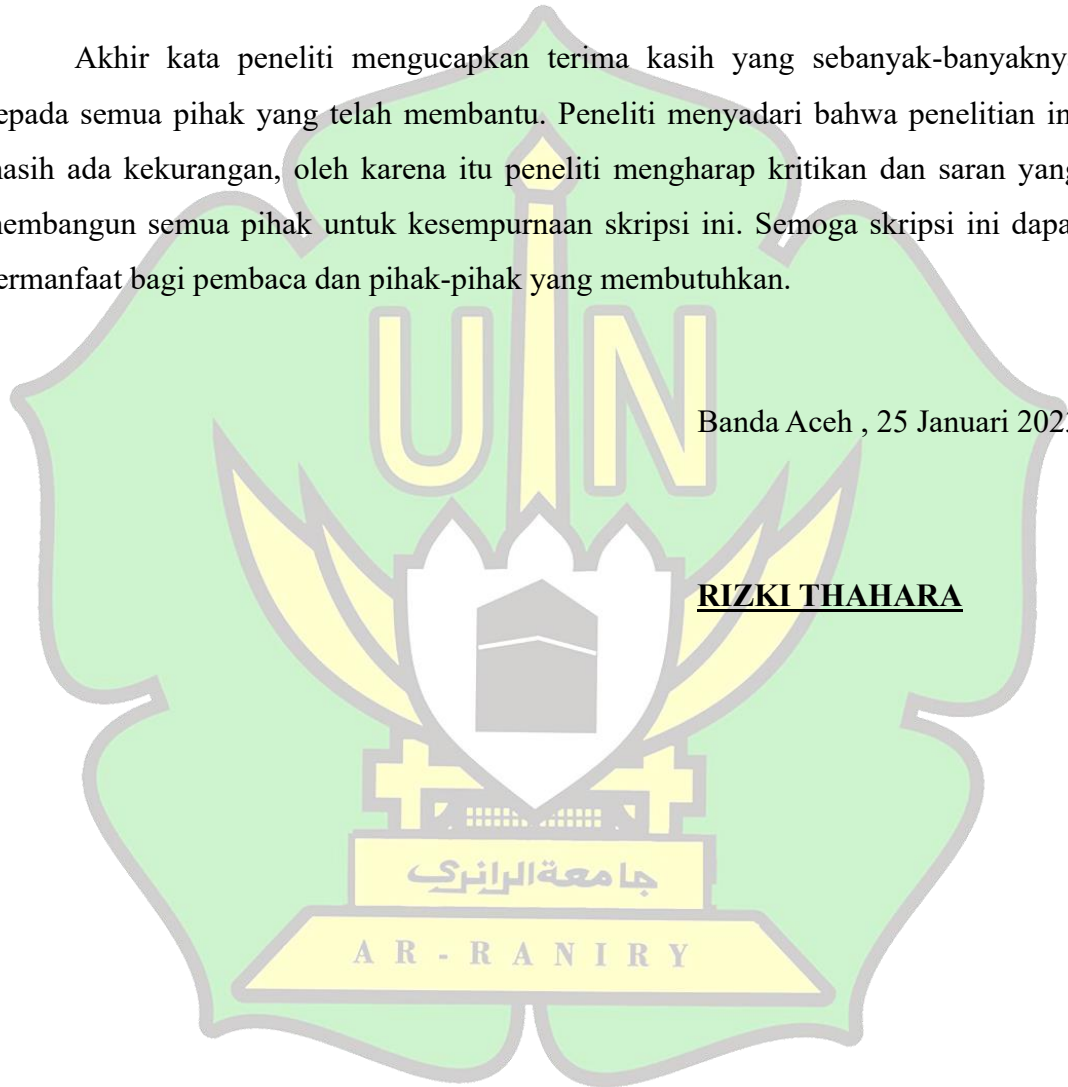
1. Prof. Dr. H. Mujiburrahman, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
2. Bapak Dr. Muji Mulia, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry.
3. Ibu Rizkika Lhena Darwain, M.A. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik dan Pembimbing Pertama yang telah banyak memberi masukan dalam proses pengerjaan Skripsi ini.
4. Bapak Ramzi Murziqin, M.A. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Politik
5. Ibu Melly Masni, M.IR. Selaku Dosen Pembimbing Kedua yang selalu memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu Pengetahuan dan membimbing selama proses perkuliahan.
7. Nurlaila, Fitri Isnaini, M. Nazar, Fachrurrazi, Rizka Turrahmi selaku saudara kandung peneliti, terima kasih kaka dan abang yang telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi tiada henti kepada peneliti.

8. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan, Grup Whatsapp Bismillah Wisuda dan juga kepada seseorang yang istimewa yang insial '*Beautiful eyes*' yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini juga selalu sabar mendengarkan keluh kesah selama proses pengerjaan skripsi yang panjang ini.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih ada kekurangan, oleh karena itu peneliti mengharap kritikan dan saran yang membangun semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh , 25 Januari 2023

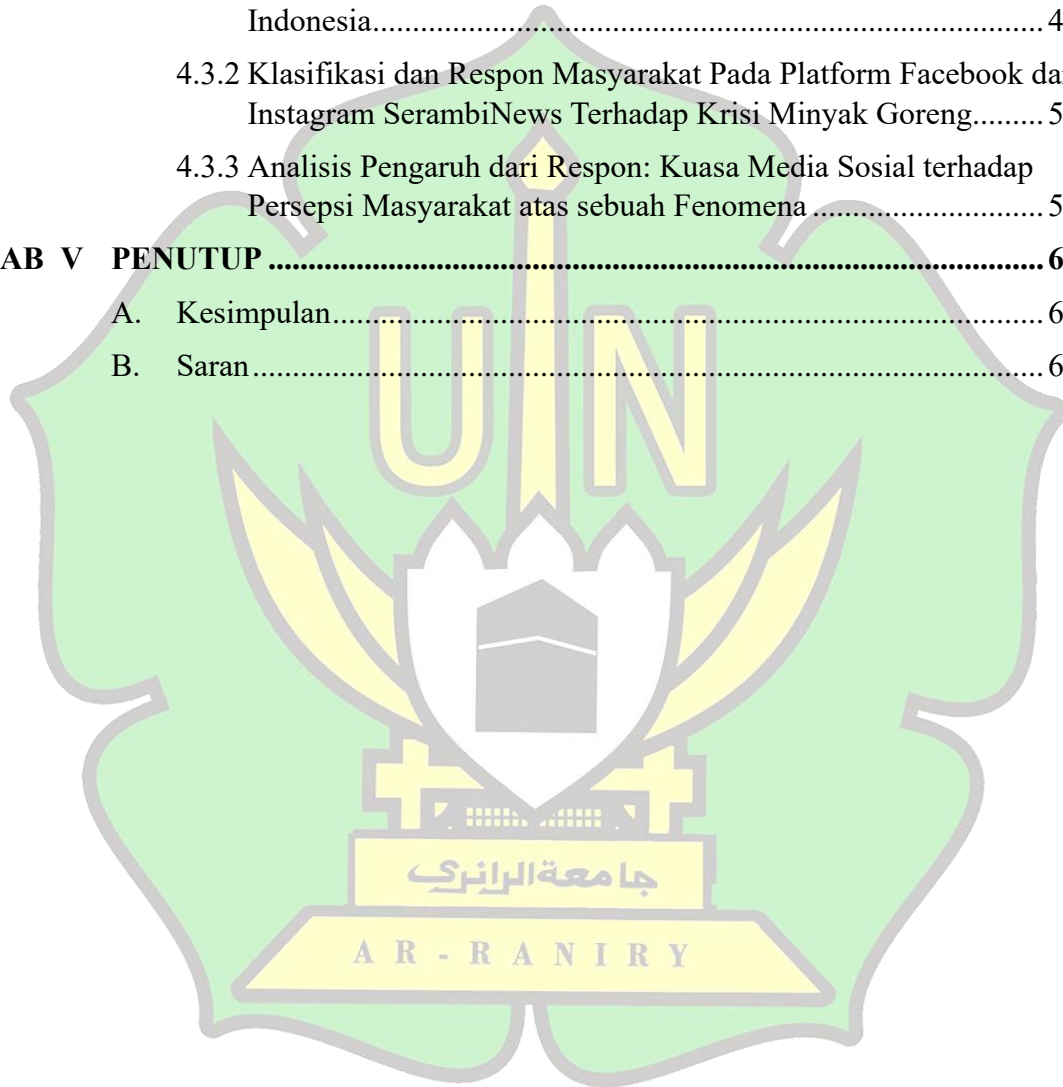
RIZKI THAHARA



DAFTAR ISI

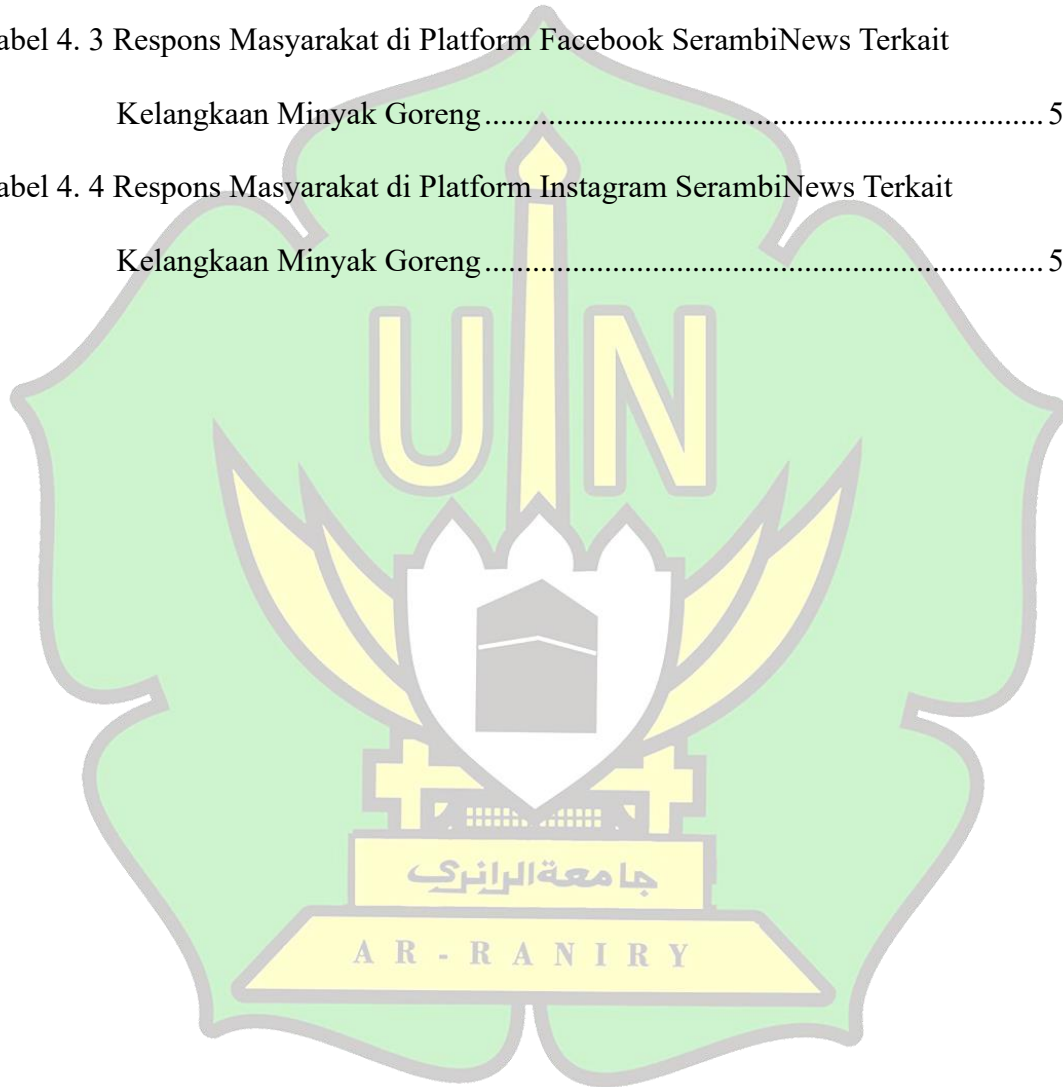
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Penelitian yang Relevan	13
2.1.1. Konsep Media sosial (Social Network)	16
2.1.2. Konsep Respons.....	22
2.1.3. Agenda Setting.....	24
2.2. Kerangka Berpikir	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Fokus Penelitian.....	32
3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
3.4. Sumber Data.....	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data	33
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	33
BAB IV PEMBAHASAN.....	35
4.1 Kelangkaan Minyak Goreng di Aceh	35
4.2 Akses Media Digital Oleh Masyarakat	37
4.2.1 Potret Keterjangkauan Pengguna dan Aksesibilitas Media Sosial	37

4.2.2	Faceboook.....	38
4.2.3	Instragram.....	39
4.3	Media Digital dan Respon Terhadap Fenomena Politik: Pemberitaan Serambi Indonesia Terhadap Kelangkaan Minyak Goreng di Aceh ..	40
4.3.1	Variasi Konten Pemberitaan: Facebook dan Instagram Serambi Indonesia.....	43
4.3.2	Klasifikasi dan Respon Masyarakat Pada Platform Facebook dan Instagram SerambiNews Terhadap Krisi Minyak Goreng.....	54
4.3.3	Analisis Pengaruh dari Respon: Kuasa Media Sosial terhadap Persepsi Masyarakat atas sebuah Fenomena	57
BAB V	PENUTUP	62
A.	Kesimpulan.....	62
B.	Saran.....	66



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Pemberitaan Serambinews.com di Facebook.....	42
Tabel 4. 2 Pemberitaan SerambiNews.com di Instagram	43
Tabel 4. 3 Respons Masyarakat di Platform Facebook SerambiNews Terkait Kelangkaan Minyak Goreng.....	56
Tabel 4. 4 Respons Masyarakat di Platform Instagram SerambiNews Terkait Kelangkaan Minyak Goreng.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Postingan SerambiNews.com di Facebook tanggal 18 Januari 2022.....	44
Gambar 4. 2 Postingan SerambiNews.com di Facebook tanggal 1 Februari 2022.....	46
Gambar 4. 3 Postingan SerambiNews.com di Facebook tanggal 7 Februari 2022.....	47
Gambar 4. 4 Postingan SerambiNews.com di Facebook tanggal 1 April 2022	48
Gambar 4. 5 Postingan SerambiNews.com di Facebook tanggal 22 April 2022	49
Gambar 4. 6 Postingan SerambiNews.com di Instagram Pada Tanggal 1 Januari 2022	51
Gambar 4. 7 Postingan Reels (video pendek) SerambiNews.com di Instagram Pada Tanggal 16 Februari 2022.....	52
Gambar 4. 8 Postingan Reels (video pendek) SerambiNews.com di Instagram Pada Tanggal 28 Maret2022.....	53
Gambar 4. 9 Respon Masyarakat Pada Postingan "Pemerintah bakal memberikan Bantuan Langsung Tunai (BLT) minyak goreng sebesar Rp. 100.000,00 per bulan".....	58
Gambar 4. 10 Respons Masyarakat Terhadap Postingan "Minyak Goreng Semakin Langka, Ratusan Warga Abdya Rela Mengantre Berjam-jam"	60

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di antara komoditas kebutuhan pokok, minyak goreng menjadi salah satu kebutuhan yang sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat. Akan tetapi dalam memenuhi kebutuhan bahan pokok tersebut, masyarakat dihadapkan dengan beberapa permasalahan salah satunya adalah ketidakstabilan harga minyak goreng di Indonesia. Ketidakstabilan harga minyak goreng pada awal tahun 2022 menjadi salah satu masalah serius baik secara global maupun nasional.

Pada awal tahun 2022 terjadi kenaikan harga pada salah satu jenis sembako (Sembilan Bahan Pokok) di Indonesia yaitu minyak goreng. Menurut Direktur Jenderal Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, kelangkaan pasokan minyak goreng tersebut disebabkan oleh menurunnya produktivitas perkebunan sawit milik BUMN, swasta, dan petani swadaya di Indonesia serta Malaysia, yang merupakan dua negara produsen utama yang memasok setidaknya 85% produksi minyak sawit dunia. Selain menurunnya produktivitas kelapa sawit, kelangkaan pasokan tersebut terjadi karena produksi minyak nabati jenis lain seperti minyak *rapeseed* dan minyak kedelai juga

menurun. Hal ini menyebabkan permintaan terhadap minyak sawit sebagai pilihan alternatif meningkat.¹

Direktur KPBN, seperti yang dikutip di beberapa situs media dan laporan Outlook CPOPC 2022 mengaitkan turunnya produktivitas sawit dengan tiga faktor utama. Faktor pertama adalah kurangnya tenaga kerja di perkebunan sawit. Karantina wilayah yang diterapkan selama pandemic COVID-19 membatasi mobilitas dan menyebabkan pembatasan jumlah tenaga kerja di perkebunan sawit dan banyak dari mereka yang akhirnya kembali ke kampung halaman mereka. Akibatnya, kapasitas produksi perkebunan sawit menjadi terbatas. Faktor kedua adalah cuaca yang buruk menyebabkan banjir di perkebunan sawit dan menghambat produktivitas. Faktor ketiga adalah tingginya harga pupuk yang menyulitkan petani untuk mengakses pupuk yang terjangkau.²

Menurut data Badan Statistik (BPS) kenaikan harga minyak goreng mencapai 33.78% secara tahunan (*year on year/yoj*) pada desember 2021. Rata-rata harga eceran minyak yang beredar sebesar Rp. 21,125, -per liter. Hal ini terus berlanjut hingga tahun 2022. Pada awal Januari 2022 telah terjadi kenaikan harga minyak goreng yang berkisar antara Rp. 19.000, - per liter sampai dengan Rp. 24.000, - per liter tergantung dari jenis kemasan yang digunakan.³

¹ Nisrina Nafisah dan Felippa Amanta, *Produktivitas Kelapa Sawit Tetap Terbatas Seiring Melonjaknya Harga Minyak Goreng di Indonesia*, CIPS, Vol 12, (2022): hlm. 3.

² *Ibid*, hlm. 4.

³ Rochani Nani Rahayu, *Kenaikan Harga Minyak Goreng Kelapa Sawit Di Indonesia Sebuah Analisis Berita Kompas Online*, INTELEKTIVA, Vol. 13, No. 8 (2022): hlm. 27.

Isu kelangkaan minyak goreng yang terjadi pada awal tahun 2022 juga berdampak ke Provinsi Aceh. Kelangkaan minyak goreng mengakibatkan harga minyak goreng mengalami kenaikan. Mengutip dari laman Dektiksumut, jumlah penduduk miskin di Aceh bertambah 11,7 ribu orang per september 2022. Meningkatnya angka kemiskinan dari 14,64 persen pada maret 2022 menjadi 14,75 persen pada september 2022 dikarenakan inflasi lebih tinggi sebesar 3,62% terutama makanan dan minuman, tembakau 7,93% dan inflasi transportasi 21%.

Isu kelangkaan minyak ini juga tidak luput dari perhatian media massa. Media merupakan motor penggerak secara aktif yang dapat mengarahkan opini masyarakat bahkan dapat berupa pemberian nilai atas fakta. Bagi media, berita merupakan bingkai (*Frame*) yang membatasi pemahaman pembaca melalui serangkaian paragraf di setiap berita, media menyampaikan pesan publik.⁴

Teori Agenda Setting telah memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana media mempengaruhi khalayak. Dalam beberapa tahun terakhir, agenda setting telah memegang bahwa agenda-item media dianggap penting-identik dengan agenda publik, atau apa yang dianggap khalayak penting. Agenda setting memiliki fungsi bagi media massa yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa media mempunyai kemampuan mentransfer isu untuk

⁴ Kartini, Rizki Mahyani Br Hasibuan, DKK, “*Metode Analisis Framing Dalam Media Sosial*”, Jurnal Edukasi Nonformal, Vol.3, No.2 (2020), Hal. 142

memengaruhi agenda publik. Khalayak akan menganggap isu itu penting karena media menganggap isu itu penting juga.

Teori agenda setting merupakan teori yang digunakan dalam ilmu komunikasi pada komunikasi massa yang dapat mempengaruhi khalayak. Ada dua asumsi dasar yang menjadi dasar penelitian tentang agenda setting yang pertama yaitu masyarakat pers dan massa media tidak memberikan fakta yang asli, mereka memilih dan membentuk isu. Dan yang ke dua konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain. Munculnya teori agenda setting memberikan kritik dengan menggambarkan bahwa manusia adalah pasif sehingga dalam mengendalikan lingkungannya agenda media berpengaruh terhadap agenda masyarakat.

Agenda setting ini berawal dari pemikiran dua orang yaitu Walter Lippman dan Bernard Cohen. Lalu teori agenda setting ini diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw pada tahun 1972. Maxwell McCombs dan Donald Shaw, mereka menemukan dalam survei pemilih Carolina Utara selama pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1968 bahwa apa yang dianggap orang sebagai masalah terpenting adalah apa yang dilaporkan media massa sebagai yang paling penting. Teori agenda setting menyebutkan media memberi pengaruh kuat terhadap masyarakat dalam isu tertentu. Jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, atau salah satu angle peristiwa, maka media itu akan memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Teori ini mengacu pada bagaimana liputan berita media menentukan isu mana yang menjadi fokus perhatian publik. Dengan demikian, teori agendasetting lahir, dibangun di atas

gagasan bahwa media massa menetapkan agenda tentang apa yang harus diperhatikan orang. Fungsi agenda setting media massa ialah kemampuan media massa untuk menseleksi dan menekankan beberapa topik, menyebabkan publik menerima topik tersebut sebagai topik yang penting.

Secara teori, visi-misi media massa adalah “*company philosophy*” yang menjadi “basic values” yang harus ditaati para wartawan dalam menulis berita. “Nilai-nilai dasar” baik yang sifatnya ideologis, politis, maupun ekonomis, menjadi acuan dalam penyusunan kebijakan redaksi (editorial policy) sebuah media massa.⁵

Kebijakan redaksi adalah kriteria layak-tidaknya sebuah berita dipublikasikan di media tersebut. Dalam dunia komunikasi massa kebijakan ini disebut gatekeeping, yakni “a series of check point” yang dijaga oleh para gatekeeper (para redaktur rubrik) sebagai pengawal kebijakan redaksi yang menyeleksi topik yang dipandang penting dan menarik.

Sebuah berita harus melalui “gate” tersebut sebelum sampai ke publik. Artinya, lolos-tidaknya sebuah peristiwa diberitakan (menjadi berita) bergantung pada hasil pengecekan tersebut, belum lagi ditambah “selera” redaktur yang subjektif. Secara teoritis, setiap media memiliki “agenda-media” yang disetting sejak awal. Agenda dan gatekeeping itulah yang “mengendalikan akses kita terhadap berita, informasi, dan hiburan”.⁶ Dalam perspektif teori komunikasi (massa) dikenal dengan “agendamedia

⁵ Efendi, E., Taufiqurrohmah, A., Supriadi, T., & Kuswananda, E. (2023). Teori Agenda Setting. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1715-1718.

⁶ Pembayun, J. G. (2015). Konglomerasi media dan dampaknya pada pilpres 2014. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 109-116.

setting theory”. The Agenda-Setting Theory mengatakan media (terutama media berita) tidak selalu berhasil memberi tahu kita apa yang harus dipikirkan, tetapi mereka cukup berhasil memberi tahu kita apa yang harus dipikirkan.

Secara praktis, Agenda-Setting menentukan apa yang harus diberitakan sehingga menjadi “agenda publik” (public agendas), yakni isu utama yang menjadi bahan pembicaraan; diharapkan agenda publik nantinya menjadi “agenda kebijakan” (policy agenda) atau mempengaruhi “agenda politik” (political agenda) para pembuat kebijakan, yang pada akhirnya menentukan kebijakan publik (public policy).

Agenda media adalah sekumpulan isu yang dibahas oleh sumber media dan agenda publik adalah isu yang dianggap penting oleh publik. Demikianlah, semua pemberitaan media melalui proses tertentu yang “dibingkai” (framing) berdasarkan agenda-media, sehingga menimbulkan pengaruh dan interpretasi tertentu dan menciptakan “opini publik” (public opinion). Opini publik itulah yang mengendalikan pemikiran dan sikap masyarakat terhadap isu tertentu.

Teori agenda setting ini bertumpu pada dua asumsi dasar. Yang pertama adalah media menyaring dan membentuk apa yang kita lihat, bukan hanya mencerminkan cerita kepada audiens. Contohnya adalah melihat cerita sensasional atau memalukan di bagian atas siaran sebagai lawan dari cerita yang terjadi baru-baru ini atau yang mempengaruhi lebih banyak orang, seperti badai yang mendekat atau reformasi pajak legislatif. Asumsi kedua adalah semakin besar perhatian media terhadap suatu isu, semakin besar kemungkinan publik menganggap isu tersebut penting. Cara lain untuk melihatnya: Organisasi media massa tidak memberi tahu kita apa yang harus dipikirkan

atau bagaimana perasaan kita tentang suatu cerita atau masalah, tetapi memberi kita cerita atau masalah tertentu yang harus lebih dipikirkan orang. Ada manfaat psikologis dan ilmiah untuk teori agenda setting. Semakin banyak sebuah cerita dipublikasikan di media massa, semakin jelas tersimpan dalam ingatan individu ketika mereka diminta untuk mengingatnya, bahkan jika itu tidak secara khusus memengaruhi mereka atau mendaftar sebagai masalah yang menonjol di benak mereka.

Adapun agenda yang dapat ditentukan oleh media massa yaitu: 1. Apa yang harus dipikirkan oleh masyarakat. 2. Menentukan fakta yang harus dipercayai masyarakat. 3. Menentukan penyelesaian terhadap suatu masalah. 4. Menentukan tumpuan perhatian terhadap suatu masalah. 5. Menentukan apa yang perlu diketahui dan dilakukan oleh masyarakat.

Istilah framing merupakan metode penyajian realitas dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak di bingkai secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan pada aspek tertentu. Penonjolan aspek-aspek tertentu dari isu berkaitan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis.⁷

Isu kelangkaan minyak goreng ini juga tidak luput dari framing media, hal tersebut mengakibatkan isu tentang kelangkaan minyak goreng belakangan ini menjadi ramai diperbincangkan oleh masyarakat. Media massa memegang peran penting dalam penyampaian informasi terkait isu tersebut. Istilah “media massa” merujuk pada alat

⁷ *Ibid.*, Hal. 141

atau cara terorganisasi untuk berkomunikasi secara terbuka dalam jarak jauh kepada banyak orang (khalayak) dalam jarak waktu yang ringkas. Media massa bukan sekadar alat, melainkan juga melembaga (*Pers*) dalam masyarakat sehingga terjadi proses pengaturan terhadap media agar dapat menyampaikan informasi secara akurat dan cepat. Lebih jauh, media merupakan kekuatan sosial dan kultural yang hadir di tengah-tengah masyarakat.⁸

Media massa memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik dan mengarahkan opini massa sesuai dengan kepentingannya. Salah satu teori yang paling dikenal adalah “Agenda Setting Theory”. Diyakini bahwa agenda media dapat mengatur agenda publik, dan agenda publik pada gilirannya dapat mengatur agenda pemerintah. Maka dari pada itu apa pun yang diekspos terus menerus oleh banyak media pada waktu yang sama, dengan cepat dapat mempengaruhi topik pembicaraan di masyarakat luas.⁹

Media massa juga memiliki kekuatan untuk menarik minat pembaca dengan menambahkan kata ataupun unsur yang menarik emosi pembaca nya. Sebagai contoh, banyak media yang memanipulasi emosi demi meningkatkan pembacanya, salah satu cara nya dengan memberitakan hal yang menarik empati dan simpati pembaca seperti bencana alam, serangan teroris dan peristiwa penting lainnya. Umumnya pemberitaan

⁸ Nurani Soyomukti, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*” (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), Hal. 199

⁹ Achmad Naufal Abdillah, Skripsi: “*Studi Komparasi Pemberitaan Kasus investasi Bodong Indra Kentz (Analisis Framing Pemberitaan Media Online CNNINDONESIA.Com dan Detik.Com Edisi Februari – Maret 2022)*”, (Jakarta: Universitas Nasional, 2022), Hal. 4

seperti itu didukung dengan gambar dan narasi yang dapat membangkitkan perasaan empati para pembacanya.

Pada era yang serba digital saat ini media massa pun ikut berkembang dan berinovasi sehingga muncul media yang lebih efektif dan efisien dalam penggunaannya, yaitu media yang terhubung dengan internet sehingga memiliki jangkauan yang sangat luas karena menyangkut semua bentuk teknologi, alat maupun sarana tempat manusia mendapatkan informasi baik itu hiburan, opini, maupun berita. Berbeda dengan zaman sebelum adanya internet, dimana istilah “jurnalis” yang hanya memberitakan sebuah peristiwa penting yang terjadi dalam jangka waktu tertentu dengan narasi yang biasanya lebih panjang daripada media sosial, dan pemberitaan disampaikan komunikasi satu arah (tidak dapat saling berinteraksi). Sehingga media sosial menjadi garda terdepan yang hanya menghadirkan informasi terkait berita-berita terkini.

Salah satu media massa yang mengikuti perkembangan zaman dan menjadi portal kepercayaan masyarakat Aceh adalah SerambiNews. SerambiNews adalah portal berita daring yang berbasis di Provinsi Aceh. Portal ini menyajikan berita-berita terkini baik dari provinsi Aceh maupun dari seluruh Indonesia. SerambiNews sendiri didirikan pada tahun 2000 dan telah menjadi sumber informasi terpercaya bagi masyarakat Aceh.

SerambiNews sebagai portal berita lokal memiliki fokus yang kuat pada pemberitaan seputar Aceh hingga Internasional, termasuk politik, ekonomi, budaya dan olahraga. SerambiNews juga menyediakan beragam konten seperti artikel berita, opini,

wawancara, foto dan video. Mereka memiliki komitmen untuk menyediakan berita yang akurat, berimbang, dan objektif.

Selain itu, SerambiNews juga aktif menghadirkan liputan secara langsung dari acara dan kejadian penting terkini melalui platform daring mereka. Adapun platform daring yang SerambiNews miliki antara lain laman Facebook, laman Instagram, dan laman website resmi. Seiring dengan perkembangan teknologi dan semakin tingginya jumlah pengguna media sosial yang ada di Indonesia, SerambiNews berhasil memberitakan isu-isu terbaru secara lebih efektif dan efisien melalui platform mereka. Pemanfaatan platform seperti Facebook dan Instagram sebagai media pemberitaan memungkinkan para pembaca untuk saling berinteraksi dengan cara memberikan *like*, komentar, dan juga membagikan kepada teman maupun kerabat dekat.

Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite yang dikutip dari lama databook.id, Facebook telah memiliki 2,93 miliar pengguna aktif pada Oktober 2022. Kemudian disusul oleh Instagram pada posisi ke-4 dengan total pengguna sekitar 1,5 miliar pengguna per Oktober 2022.¹⁰ Di Indonesia sendiri, berdasarkan data dari GoodStats.id hingga Januari 2023, terdapat setidaknya 167 juta pengguna media sosial di Indonesia. Dengan kata lain, 78% dari 212,9 juta pengguna internet di Indonesia menggunakan media sosial atau sekitar 60,4% penduduk Indonesia menggunakan

¹⁰ Cindy Mutia Annur, *Ini Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak pada Oktober 2022*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022> Dikutip pada 27 Mei 2023.

media sosial dari total penduduk sekitar 276,4 Juta.¹¹ Pada Provinsi Aceh sendiri menurut data dari laman web teukufarhan.com jumlah pengguna media sosial di aceh mencapai sebesar 3.7 juta, jumlah yang besar dan melebihi 50 persen jumlah penduduk Aceh.¹²

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia termasuk Provinsi Aceh sangat aktif dalam menggunakan sosial media khususnya Instagram dan Facebook yang menempati posisi 2 dan 3 pada media sosial dengan pengguna paling banyak di Indonesia. Platform Facebook dan Instagram merupakan platform yang multifungsi, bisa sebagai media komunikasi dan informasi. Informasi yang disajikan di platform tersebut juga beragam mulai dari informasi sosial, gaya hidup, ekonomi, olahraga, politik, dan sebagainya.

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut untuk melihat perbandingan respons masyarakat terhadap isu kelangkaan yang ada di Aceh melalui platform Facebook dan Instagram. Maka dari itu peneliti mengangkat judul “Analisis Komparatif Respons Masyarakat Terhadap Kelangkaan Minyak Goreng di Aceh Pada Tahun 2022 (Studi Kasus: Media Serambi Indonesia di Facebook dan Instagram)”.

¹¹ Raihan Hasya, *Whatsapp Teratas, Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Warganet Indonesia Sepanjang 2022*, <https://goodstats.id/article/whatsapp-teratas-ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-warganet-indonesia-sepanjang-2022-ijklw> Diakses pada 27 Mei 2023

¹² Teuku Farhan, *Aceh Tembus 3.7 Juta Pengguna Internet*, <https://teukufarhan.com/aceh-tembus-3-7-juta-pengguna-internet/>, Diakses Pada Tanggal 27 Mei 2023

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana reaksi masyarakat pengguna media sosial Facebook dan Instagram SerambiNews terhadap kelangkaan minyak goreng di Aceh pada tahun 2022?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

Untuk melihat reaksi masyarakat pengguna media sosial Facebook dan Instagram terhadap kelangkaan minyak goreng di Aceh pada tahun 2022.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini untuk:

1. Secara Teoretis

Untuk melihat respons masyarakat aceh terutama pengguna aplikasi Facebook dan Instagram menanggapi isu kelangkaan minyak goreng di Aceh dari sudut pandang ilmu politik.

2. Secara Praktis

Adapun manfaat praktis yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menambah dan melengkapi kepustakaan di bidang Ilmu Politik, terutama yang berkaitan mengenai Respons Masyarakat Terhadap Kelangkaan Minyak Goreng di Aceh.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian yang Relevan

Pertama jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ismail, Hanifah Nur Rahmah, dan Rini Sulistiyowati dengan judul “Penggunaan Software Orange Data Mining Pada Implementasi Text Mining Dalam Analisis Sentimen Netizen di Twitter Terhadap Kelangkaan Minyak Goreng. Adapun tujuan dari penelitian tersebut untuk mengetahui respons sentimen netizen terhadap minyak goreng berdasarkan sosial media Twitter, dan topik apa saja yang paling banyak dibahas terkait minyak goreng berdasarkan media sosial modelling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sentimen analisis dan topic modelling. Hasil penelitian menunjukkan respons masyarakat terhadap minyak goreng mendapatkan respons positif dan negatif yang seimbang, yaitu 36% positif dan 36% negatif serta netral sebesar 28%. Emosi mood tertinggi masyarakat adalah *depression* dengan persentase sebesar 69% dari 1.365 *tweet* yang diambil. Hasil untuk topik-topik yang muncul adalah hampir semuanya membicarakan artikel kartel minyak goreng, harga yang mahal, langka, dan rakyat.¹³

Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian, dan juga platform media. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini

¹³ Rahmah, H. N., & Sulistiyowati, R. (2022). Penggunaan Software Orange Data Mining Pada Implementasi Text Mining Dalam Analisis Sentimen Netizen Di Twitter Terhadap Kelangkaan Minyak Goreng. *Sigma-Mu*, 14(2), 1-11.

menggunakan metode analisis berita yang terdapat di Facebook dan Instagram SerambiNews, bertujuan untuk melihat respons pengguna media sosial terutama yang ada di Aceh terkait isu kelangkaan minyak goreng.

Kedua, skripsi dari Marnida Ningsih dengan judul, “Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng Pada Media Online Waspadaaceh.com. 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 penelitian ini adalah *Uses and Gratification* dan *Agenda Setting*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis isi. 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 masyarakat, karena memenuhi kebutuhan terkait dengan berita minyak goreng.¹⁴

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Marnida Ningsih dengan penelitian ini terletak pada tujuan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk melihat

¹⁴ Ningsih, M. (2023).(Skripsi). *Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng pada Media Online Waspadaaceh. Com* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).

respons atau tanggapan masyarakat pengguna media sosial Instagram dan Facebook terhadap kelangkaan minyak goreng yang diberitakan oleh SerambiNews.

Ketiga, jurnal penelitian yang ditulis oleh Deden Kusnanda, dan Angga Aditya Permana dengan judul “Analisis Sentimen Opini Masyarakat Terhadap Harga Minyak Goreng Pada Twitter”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana opini masyarakat terhadap harga minyak goreng dengan menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sentimen masyarakat tentang harga minyak goreng pada media sosial twitter ini menunjukkan bahwa lebih banyak mendapatkan respons sentimen netral dengan jumlah 94 netral, positif 5 dan negatif 1 dari 100 tweet yang diambil. Data ini didapatkan dengan menggunakan bahasa pemrograman python.¹⁵

Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Deden Kusnanda dan Angga Aditya terletak pada jenis pendekatan dan sumber data. Jenis pendekatan pada penelitian ini menggunakan studi komparatif emosi pada respons masyarakat terhadap berita SerambiNews pada platform Facebook dan Instagram. Sumber data diperoleh dari artikel berita SerambiNews pada platform Facebook dan Instagram.

¹⁵ Kusnanda, D., & Permana, A. A. (2023). Analisis Sentimen Opini Masyarakat Terhadap Harga Minyak Goreng Pada Twitter. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 114-121.

2.1.1. Konsep Media sosial (Social Network)

Pada umumnya social network atau media sosial merujuk pada interaksi antara individu atau kelompok dalam sebuah komunitas atau lingkungan sosial. Dalam kontes digital, media sosial mengacu pada platform online yang memungkinkan penggunanya untuk saling terhubung satu sama lain, berinteraksi, dan berbagi informasi melalui internet. Adapun platform online yang dimaksud adalah media sosial, diantaranya; Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, WhatsApp, dan masih banyak lagi.

Pada dasarnya media sosial memungkinkan penggunanya untuk membentuk dan memperluas jaringan sosialnya dengan teman, keluarga, rekan kerja, maupun orang-orang baru. Mereka dapat berbagi pemikiran, ide, informasi, foto, video, berita, dan konten lainnya. Selain itu, social network juga menjadi tempat untuk berinteraksi, berdiskusi, mendukung dan saling berhubungan dengan orang-orang yang memiliki minat, hobi dan/atau tujuan yang sama.

Istilah media sosial pertama kali diperkenalkan oleh Professor J.A Barnes pada tahun 1954. Media sosial merupakan sebuah sistem struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu atau organisasi. Media sosial ini akan membuat mereka memiliki kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang telah dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga bisa saling berhubungan.¹⁶

Menurut Boyd dan Ellison media sosial merupakan sebuah web berbasis jasa yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat list pengguna yang

¹⁶ Rahmat Anang Prizeyanto, Skripsi: “*Analisis Jejaring Sosial Penulisan Kata ISIS Pada Twitter*”, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2015), Hal. 7

tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Namun media sosial bukan hanya tentang daftar pertemanan saja tapi juga mengenai pembagian informasi pribadi detail antara anggota-anggotanya. Salah satu situs media sosial yang paling populer di dunia adalah Facebook.¹⁷

Kesamaan karakteristik yang dimiliki oleh media sosial dan media konvensional adalah kemampuan menjangkau audiens yang kecil atau besar. Namun media sosial pun memiliki beberapa perbedaan dari berbagai aspek dengan media konvensional pada umumnya,

1. Keterjangkauan: Media sosial yang merupakan bagian dari internet, memberikan skala keterjangkauan tidak terbatas. Tingkat keterjangkauan media sosial sangat luas, mampu menembus batas ruang dan waktu. Bisa diakses kapan saja dan di mana saja.
2. Aksesibilitas: Media mainstream biasanya dimiliki dan diakses oleh masyarakat terbatas, sedangkan media sosial dapat ditembus oleh masyarakat umum, baik yang bermodal maupun tidak.
3. Penggunaan: Untuk membuat dan mengelola media biasanya diperlukan keahlian khusus sehingga perlu pendidikan secara spesifik. Namun, media sosial tidak demikian, siapa pun yang punya keinginan untuk membuat dan

¹⁷ Rafli Ahya Ihmawan, Skripsi: “*Hubungan Antara Frekuensi Penggunaan Facebook Dengan Kejadian Insomnia Pada Pelajar di SMA Negeri 1 Rawalo Tahun 2016*”, (Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2016) Hal. 12

mengelolanya, pasti bisa sebab dari sisi teknis mudah serta dari sisi biaya murah sehingga memungkinkan setiap orang dapat menggunakannya.

4. Respons: Respons dalam proses interaksi antara publik dan media konvensional bersifat tertunda (*delayed feedback*). Namun dalam media sosial, respons bersifat langsung pada saat itu juga, tanpa jeda waktu yang relatif lama. Untuk menjembatani hal ini, media konvensional pada umumnya juga menggunakan beberapa fasilitas media sosial dalam berkomunikasi dengan pembaca atau penontonnya.

5. Konten: Informasi atau konten dalam media sosial dapat diubah kapan saja pengelolanya mau, bahkan orang yang berkomentar pun dapat ikut mengubahnya. Sebaliknya, informasi atau konten dalam media konvensional permanen, tidak dapat diubah sama sekali.¹⁸

Di sinilah kekuatan revolusi teknologi informasi ini berada. Dengan media sosial, orang dapat menemukan informasi, inspirasi, pendirian orang-orang, komunitas dan interaksinya lebih cepat dari yang pernah ada. Ide-ide baru, pelayanan, model bisnis, dan teknologi muncul serta berkembang pada kecepatan yang melampaui media konvensional. Antony Mayfield dalam bukunya *what is social media* mendefinisikan media sosial sebagai satu kelompok jenis baru dari media, yang mencakup karakter-karakter berikut ini:

¹⁸ Ilham Catur Nur Islami, Skripsi: “*Personal Branding Ridwan Kamil Dalam Pilkada Jawa Barat 2018 (Analisis Isi Media Instagram Akun Ridwan Kamil Periode Bulan Januari-Maret 2018)*”, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019), Hal. 11

1. Partisipasi: Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (feedback) dari setiap orang yang tertarik. Tidak ada yang dapat membatasi seseorang untuk menjadi bagian dari media sosial. Setiap orang dapat melakukannya secara bersama-sama berdasarkan kesadaran sendiri.
2. Keterbukaan: Setiap kata yang telah dipublikasikan di media sosial berpeluang untuk ditanggapi oleh orang lain karena pada dasarnya media sosial bersifat terbuka untuk siapa saja. Hampir tidak ada penghalang untuk mengakses dan membuat isi. Karenanya setiap pengunjung akan cenderung tidak suka jika dalam media sosial ada semacam password yang dapat menghambat proses interaksi.
3. Percakapan: Perbedaan yang mendasar antara media konvensional dengan media sosial adalah media konvensional bersifat menginformasikan (satu arah), sedangkan media sosial lebih pada percakapan dua arah atau lebih.
4. Komunitas: Media sosial seringkali dimanfaatkan oleh komunitas masyarakat baik terkait dengan pekerjaan, etnis, pendidikan, profesi maupun minat yang sama. Media sosial memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif.
5. Saling terhubung: Sifat dari media sosial itu berjejaring. Antara satu dengan yang lainnya akan saling terhubung. Keberhasilan media sosial terletak pada

link-link yang menghubungkan media sosial dengan situs-situs, antarmedia sosial, juga orang per orang.¹⁹

Berdasarkan paparan diatas media sosial adalah sebuah media tempat individu berkumpul secara daring dengan maksud berinteraksi, berdiskusi, mendukung dengan orang-orang yang memiliki kesamaan seperti hobi, gagasan, dan juga tujuan. Sama seperti bentuk inovasi lainnya, media sosial memiliki lebih dan kekurangan antara lain:

1. Kelebihan Media sosial

Keberadaan situs media sosial ini memudahkan kita untuk berinteraksi dengan orang-orang dari seluruh belahan dunia dengan biaya yang lebih murah. Selain itu, dengan adanya situs media sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat dan luas. Selain itu media sosial mempunyai kelebihan interaksi yang lebih jujur di dalam dunia maya dibandingkan dengan dunia maya. Maksudnya di sini adalah pengguna media sosial cenderung lebih mudah untuk menunjukkan segala pendapat dan luapan emosional yang dimilikinya. Hal ini yang menjadikan dunia maya menciptakan banyak intrik sosial termasuk juga masalah sosial empati.

2. Kelemahan Media sosial

Kemunculan situs media sosial ini secara tidak langsung membawa dampak negatif, seperti laju informasi yang cepat dan luas hingga tidak terbandung.

¹⁹ *Ibid.*, Hal. 12-13

Informasi yang beredar bukan saja tepat pada sasaran tetapi juga meluber ke berbagai elemen pengguna media sosial. Selain itu juga dapat mengakibatkan kecanduan yang berlebihan dan terganggunya privasi seseorang.²⁰

Penggunaan media sosial yang rutin dapat memberikan efek terhadap individu. Berdasarkan batas pengelompokannya, Keith R. Stamm dan John E. Bowes membagi efek komunikasi massa menjadi dua bagian dasar yaitu:

1. Efek primer, jika dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat terlepas dari media sosial atau situs media sosial, artinya efek yang ditimbulkan nyata terjadi. Sedangkan di era modern yang kaya akan informasi dan teknologi ini, manusia tentu tidak dapat jauh dari keberadaan media sosial. Efek primer terjadi apabila seseorang mengatakan telah terjadi proses komunikasi terhadap objek yang dilihatnya. Efek ini meliputi terpaan, perhatian dan pemahaman.
2. Efek sekunder, efek sekunder ini meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan atau keyakinan), tingkat efektif (perubahan emosi/perasaan), serta tingkat behavioral (perubahan perilaku, seperti; menerima, memilih dan menolak).²¹

²⁰ Deni Akbar Fauzi, Skripsi: “*Hubungan Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Dengan Empati Pada Remaja Siswa Kelas XI SMA Negeri 10 Pekanbaru*”, (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2015), Hal.12

²¹ *Ibid.*, Hal. 13-14

2.1.2. Konsep Respons

Menurut Soekanto respons adalah perilaku yang merupakan konsekuensi dari perilaku yang sebelumnya sebagai tanggapan atau jawaban suatu persoalan atau masalah tertentu. Penerimaan atau penolakan, serta sikap acuh tidak acuh terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator oleh pesannya. Respons dapat dibedakan menjadi opini (pendapat) dan sikap, dimana pendapat atau opini adalah jawaban terbuka terhadap suatu persoalan yang dinyatakan dengan kata-kata yang diucapkan atau tertulis. Sedangkan sikap merupakan reaksi positif atau negatif terhadap orang-orang, objek atau situasi tertentu.

Respons mempunyai dua bentuk, yaitu:

1. Respons positif, yaitu apabila masyarakat mempunyai tanggapan atau reaksi positif dimana mereka dengan antusias ikut berpartisipasi menjalankan program yang diselenggarakan pribadi atau kelompok.
2. Respons negatif, yaitu apabila masyarakat memberikan tanggapan yang negatif dan kurang antusias ikut berpartisipasi menjalankan program yang diselenggarakan pribadi atau kelompok, dimana mereka menanggapi dengan skeptis atau pragmatis. Menurut Walgito respons adalah suatu perbuatan yang merupakan hasil akhir dari adanya stimulus atau rangsangan dimana respons terbagi dua yaitu:
 - a. Respons atau perbuatan yang reflektif (terjadi tanpa disadari individu) merupakan reaksi dari stimulus yang diterima tidak sampai ke otak sebagai pusat kesadaran.

- b. Respons atau perbuatan yang disadari, yaitu perbuatan organisme atas adanya motif dari individu yang bersangkutan, dan stimulus yang diterima individu itu sampai ke otak dan benar-benar disadari oleh individu yang bersangkutan.²²

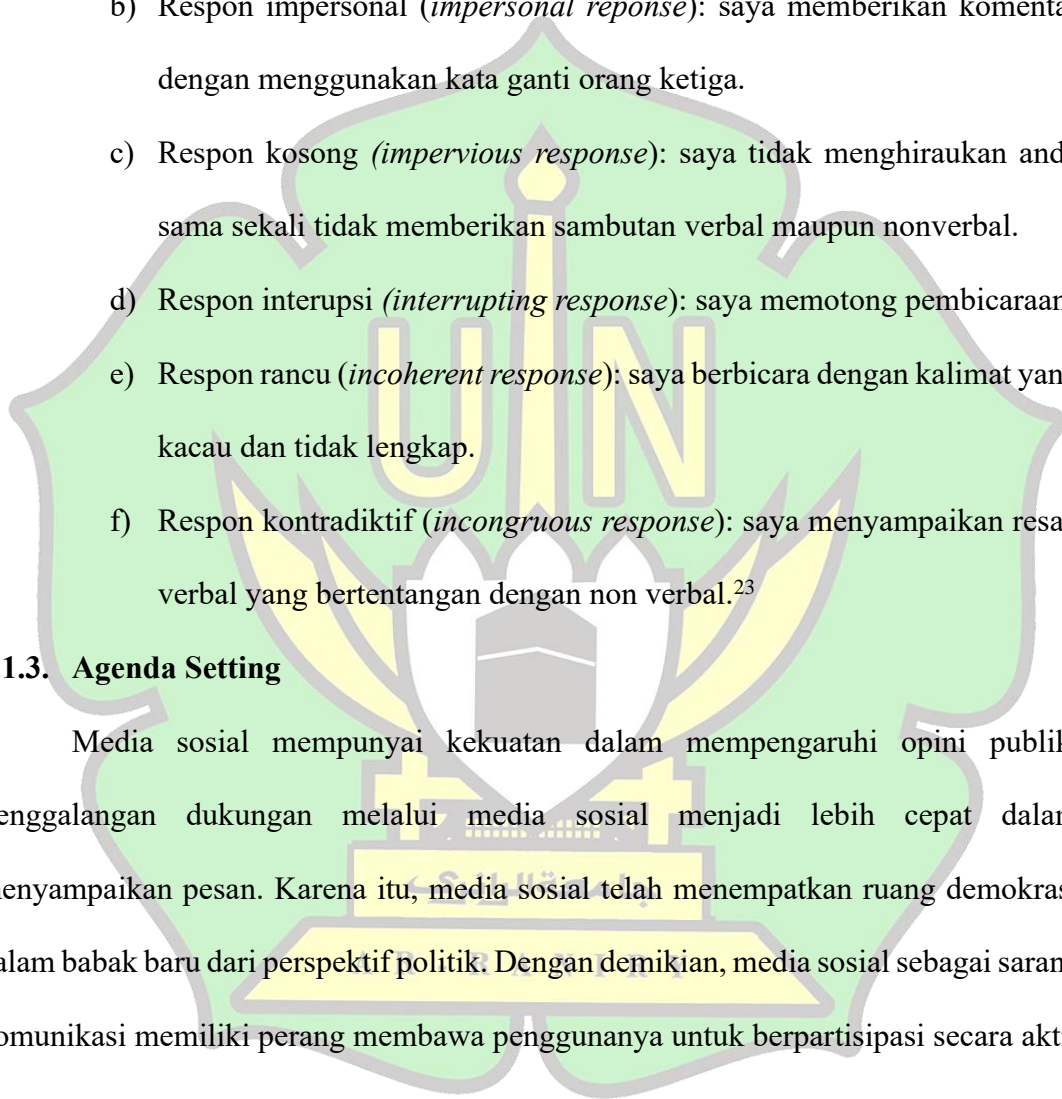
Menurut Tubbs dan Moss respon dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu respon konfirmasi dan respon diskonfirmasi:

1) Konfirmasi

- a) Pengakuan langsung (*direct acknowledgement*): saya menerima pernyataan anda dan memberikan respon dengan segera.
- b) Perasaan Positif (*Positif feeling*): saya mengungkapkan perasaan yang positif.
- c) Respon meminta keterangan (*clarifying response*): saya meminta menerangkan isi pesan anda.
- d) Respon setuju (*agreeing response*): saya memperteguh apa yang telah anda katakan.
- e) Respon suportif (*suportif response*): saya mengungkapkan pengertian, dukungan, atau memperteguh anda.

2) Diskonfirmasi

²² Anjarwati Ingrum, Skripsi: “Respons masyarakat terhadap konversi lahan pertanian menjadi kawasan industri: Studi kasus di desa bergas kidul kecamatan bargas kabupaten semarang” (Semarang: Universitas Kristen Satya Wacana, 2019) Hal. 34

- 
- a) Respon sekilas (*tangential response*): saya memberikan respon pada kenyataan anda, tetapi dengan segera mengalihkan pembicaraan.
 - b) Respon impersonal (*impersonal reponse*): saya memberikan komentar dengan menggunakan kata ganti orang ketiga.
 - c) Respon kosong (*impervious response*): saya tidak menghiraukan anda sama sekali tidak memberikan sambutan verbal maupun nonverbal.
 - d) Respon interupsi (*interrupting response*): saya memotong pembicaraan.
 - e) Respon rancu (*incoherent response*): saya berbicara dengan kalimat yang kacau dan tidak lengkap.
 - f) Respon kontradiktif (*incongruous response*): saya menyampaikan resan verbal yang bertentangan dengan non verbal.²³

2.1.3. Agenda Setting

Media sosial mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi opini publik. Penggalangan dukungan melalui media sosial menjadi lebih cepat dalam menyampaikan pesan. Karena itu, media sosial telah menempatkan ruang demokrasi dalam babak baru dari perspektif politik. Dengan demikian, media sosial sebagai sarana komunikasi memiliki perang membawa penggunaanya untuk berpartisipasi secara aktif

²³ Oktavyani Turnesia Suhardi, Skripsi: “*Respon Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau Terhadap Penyebaran Informasi Pada Majalah Dinamis*”, (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2018), Hal. 13-14

dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, baik untuk membagi informasi maupun memberi respons secara online dalam waktu yang cepat.²⁴

Teori Agenda Setting telah memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana media mempengaruhi khalayak. Dalam beberapa tahun terakhir, agenda setting telah memegang bahwa agenda-item media dianggap penting-identik dengan agenda publik, atau apa yang dianggap khalayak penting. Agenda setting memiliki fungsi bagi media massa yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa media mempunyai kemampuan mentransfer isu untuk memengaruhi agenda publik. Khalayak akan menganggap isu itu penting karena media menganggap isu itu penting juga.

Teori agenda setting merupakan teori yang digunakan dalam ilmu komunikasi pada komunikasi massa yang dapat mempengaruhi khalayak. Ada dua asumsi dasar yang menjadi dasar penelitian tentang agenda setting yang pertama yaitu masyarakat pers dan massa media tidak memberikan fakta yang asli, mereka memilih dan membentuk isu. Dan yang ke dua konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain. Munculnya teori agenda setting memberikan kritik dengan menggambarkan bahwa manusia adalah pasif sehingga dalam mengendalikan lingkungannya agenda media berpengaruh terhadap agenda masyarakat.

²⁴Sukma Alam, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik” Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.09 No.01, 2021, Hal.69

Agenda setting ini berawal dari pemikiran dua orang yaitu Walter Lippman dan Bernard Cohen. Lalu teori agenda setting ini diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw pada tahun 1972. Maxwell McCombs dan Donald Shaw, mereka menemukan dalam survei pemilih Carolina Utara selama pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1968 bahwa apa yang dianggap orang sebagai masalah terpenting adalah apa yang dilaporkan media massa sebagai yang paling penting. Teori agenda setting menyebutkan media memberi pengaruh kuat terhadap masyarakat dalam isu tertentu. Jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, atau salah satu angle peristiwa, maka media itu akan memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Teori ini mengacu pada bagaimana liputan berita media menentukan isu mana yang menjadi fokus perhatian publik. Dengan demikian, teori agendasetting lahir, dibangun di atas gagasan bahwa media massa menetapkan agenda tentang apa yang harus diperhatikan orang. Fungsi agenda setting media massa ialah kemampuan media massa untuk menseleksi dan menekankan beberapa topik, menyebabkan publik menerima topik tersebut sebagai topik yang penting.

Secara teori, visi-misi media massa adalah “*company philosophy*” yang menjadi “basic values” yang harus ditaati para wartawan dalam menulis berita. “Nilai-nilai dasar” baik yang sifatnya ideologis, politis, maupun ekonomis, menjadi acuan dalam penyusunan kebijakan redaksi (editorial policy) sebuah media massa.

Kebijakan redaksi adalah kriteria layak-tidaknya sebuah berita dipublikasikan di media tersebut. Dalam dunia komunikasi massa kebijakan ini disebut gatekeeping, yakni “a series of check point” yang dijaga oleh para gatekeeper (para redaktur rubrik)

sebagai pengawal kebijakan redaksi yang menyeleksi topik yang dipandang penting dan menarik.

Sebuah berita harus melalui "gate" tersebut sebelum sampai ke publik. Artinya, lolos-tidaknya sebuah peristiwa diberitakan (menjadi berita) bergantung pada hasil pengecekan tersebut, belum lagi ditambah "selera" redaktur yang subjektif. Secara teoritis, setiap media memiliki "agenda-media" yang disetting sejak awal. Agenda dan gatekeeping itulah yang "mengendalikan akses kita terhadap berita, informasi, dan hiburan" (Wilson). Dalam perspektif teori komunikasi (massa) dikenal dengan "agendamedia setting theory". The Agenda-Setting Theory mengatakan media (terutama media berita) tidak selalu berhasil memberi tahu kita apa yang harus dipikirkan, tetapi mereka cukup berhasil memberi tahu kita apa yang harus dipikirkan.

Secara praktis, Agenda-Setting menentukan apa yang harus diberitakan sehingga menjadi "agenda publik" (public agendas), yakni isu utama yang menjadi bahan pembicaraan; diharapkan agenda publik nantinya menjadi "agenda kebijakan" (policy agenda) atau mempengaruhi "agenda politik" (political agenda) para pembuat kebijakan, yang pada akhirnya menentukan kebijakan publik (public policy).

Agenda media adalah sekumpulan isu yang dibahas oleh sumber media dan agenda publik adalah isu yang dianggap penting oleh publik. Demikianlah, semua pemberitaan media melalui proses tertentu yang "dibingkai" (framing) berdasarkan agenda-media, sehingga menimbulkan pengaruh dan interpretasi tertentu dan menciptakan "opini publik" (public opinion). Opini publik itulah yang mengendalikan pemikiran dan sikap masyarakat terhadap isu tertentu.

Teori agenda setting ini bertumpu pada dua asumsi dasar. Yang pertama adalah media menyaring dan membentuk apa yang kita lihat, bukan hanya mencerminkan cerita kepada audiens. Contohnya adalah melihat cerita sensasional atau memalukan di bagian atas siaran sebagai lawan dari cerita yang terjadi baru-baru ini atau yang mempengaruhi lebih banyak orang, seperti badai yang mendekat atau reformasi pajak legislatif. Asumsi kedua adalah semakin besar perhatian media terhadap suatu isu, semakin besar kemungkinan publik menganggap isu tersebut penting. Cara lain untuk melihatnya: Organisasi media massa tidak memberi tahu kita apa yang harus dipikirkan atau bagaimana perasaan kita tentang suatu cerita atau masalah, tetapi memberi kita cerita atau masalah tertentu yang harus lebih dipikirkan orang. Ada manfaat psikologis dan ilmiah untuk teori agenda setting. Semakin banyak sebuah cerita dipublikasikan di media massa, semakin jelas tersimpan dalam ingatan individu ketika mereka diminta untuk mengingatnya, bahkan jika itu tidak secara khusus memengaruhi mereka atau mendaftar sebagai masalah yang menonjol di benak mereka.

Adapun agenda yang dapat ditentukan oleh media massa yaitu: 1. Apa yang harus dipikirkan oleh masyarakat. 2. Menentukan fakta yang harus dipercayai masyarakat. 3. Menentukan penyelesaian terhadap suatu masalah. 4. Menentukan tumpuan perhatian terhadap suatu masalah. 5. Menentukan apa yang perlu diketahui dan dilakukan oleh masyarakat.

Jadi, Teori agenda setting diperkenalkan pertama kali oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw. Agenda setting di media massa berfungsi untuk menseleksi dan menekankan beberapa topik, menyebabkan publik menerima topik tersebut sebagai

topik yang penting. Asumsi dasar pada teori ini ada dua, Yang pertama adalah media menyaring dan membentuk apa yang kita lihat, bukan hanya mencerminkan cerita kepada audiens. Contohnya adalah melihat cerita sensasional atau memalukan di bagian atas siaran sebagai lawan dari cerita yang terjadi baru-baru ini atau yang mempengaruhi lebih banyak orang, seperti badai yang mendekat atau reformasi pajak legislatif. Asumsi kedua adalah semakin besar perhatian media terhadap suatu isu, semakin besar kemungkinan publik menganggap isu tersebut penting. Cara lain untuk melihatnya: Organisasi media massa tidak memberi tahu kita apa yang harus dipikirkan atau bagaimana perasaan kita tentang suatu cerita atau masalah, tetapi memberi kita cerita atau masalah tertentu yang harus lebih dipikirkan orang.²⁵

Sehingga, disini media memiliki peran yang sangat penting untuk memberikan informasi serta memberikan efek mengenai informasi tersebut pada khalayak. Media massa disini memiliki kemampuan untuk mengarahkan perhatian khalayak pada informasi yang disajikan. Stephen W. Littlejohn dan Karen Foss mengutip Rogers & Dearing mengatakan bahwa fungsi agenda setting merupakan proses linear yang terdiri dari tiga bagian:

1. Agenda media itu sendiri harus disusun awak media.
2. Agenda media dalam beberapa hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau naluri publik terhadap kepentingan isu.

²⁵ Erwan Efendi, *Teori Agenda Setting*. Volume 7 Nomor 1 Tahun 2023, Hlm. 1717

3. Agenda kebijakan adalah apa yang dipikirkan para pembuat kebijakan publik dan privat penting atau pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting oleh publik.

Werner Severin dan James W. Tankard dalam buku *Communication Theories* (2005) menyampaikan dimensi-dimensi 3 agenda di atas, yaitu:

1. Agenda media
 - a. Visibilitas, yaitu jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
 - b. Tingkat menonjol bagi khalayak, yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
 - c. Valensi, yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan suatu peristiwa.
2. Agenda publik
 - a. Keakraban, yakni derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu.
 - b. Penonjolan pribadi, yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi.
 - c. Kesenangan, yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik kita.
3. Agenda kebijakan
 - a. Dukungan (*support*), yakni kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu.

- b. Kemungkinan kegiatan, yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang di ibaratkan.
- c. Kebebasan bertindak, yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah.²⁶

2.2. Kerangka Berpikir

Analisis Komparatif Respons Masyarakat Terhadap Kelangkaan Minyak Goreng Di Aceh Pada tahun 2022 (Studi Kasus: Media Serambi Indonesia di Facebook dan Instagram)

Melihat berbagai macam respon berdasarkan teori Tubbs dan Moss:

1. Respon Konfirmasi
2. Respon Diskonfirmasi

Untuk melihat reaksi masyarakat pengguna media sosial Facebook dan Instagram terhadap kelangkaan minyak goreng di Aceh pada tahun 2022.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini melakukan pendekatan penelitian komparatif non-hipotesis, dimana data didapatkan berdasarkan respons masyarakat di media massa SerambiNews yang tersedia di platform Facebook dan Instagram terkait kelangkaan minyak goreng di Aceh. Dalam rentang waktu berita dari 1 Januari 2022 hingga 31 Desember 2022. Dengan jumlah total berita yang dimuat oleh SerambiNews sebanyak 10 postingan.

3.2. Fokus Penelitian

Menentukan fokus penelitian memiliki dua tujuan utama. Pertama, fokus tersebut membangun batasan-batasan (*Boundaries*) untuk studi serta menentukan wilayah inkuiri. Kedua, fokus itu menentukan kriteria inklusi-eksklusi (*Inclusion-exclusion*) untuk informasi baru yang muncul. Fokus masalah muncul dari analisis, kategorisasi, dan interpretasi keluaran yang muncul dalam situasi natural.²⁷ Fokus penelitian ini adalah membandingkan bermacam respon menggunakan teori Tubbs dan Moss dalam berita yang disajikan oleh SerambiNews di media Facebook dan Instagram.

²⁷ Rulam Ahmadi, “Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan”, (Jakarta: Prenada Media, 2014), Hal. 183

3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Aceh dengan menggunakan bantuan sosial media Facebook dan Instagram sebagai platform dari media massa SerambiNews. Adapun penelitian ini dimulai sejak 22 Mei 2023.

3.4. Sumber Data

Sumber data merupakan tempat yang dapat memperoleh data dengan menggunakan cara-cara tertentu baik dari manusia, artefak, ataupun dokumen-dokumen tertentu. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu artikel berita. Artikel berita adalah sebuah publikasi berita yang diterbitkan oleh media. Adapun media yang dimaksud di sini adalah SerambiNews. Dalam publikasi SerambiNews terkait kelangkaan minyak goreng peneliti mengambil data dari respons masyarakat terhadap publikasi berita tersebut.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis dokumen. Analisis dokumen merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan beberapa data yang dibutuhkan dengan cara menganalisis isi jurnal atau artikel yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Sumber bukti yang didiskusikan di sini adalah mereka yang paling sering dipergunakan dalam melakukan studi kasus: Dokumentasi, dan bukti fisik. Kemudian

respons-respons masyarakat terhadap kelangkaan minyak goreng di Aceh melalui media massa SerambiNews dengan platform Facebook dan Instagram sebagai media publikasi berita tersebut.



BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Kelangkaan Minyak Goreng di Aceh

Mengutip dari laman Dektiksumut, jumlah penduduk miskin di Aceh bertambah 11,7 ribu orang per september 2022. Meningkatnya angka kemiskinan dari 14,64 persen pada maret 2022 menjadi 14,75 persen pada september 2022 dikarenakan inflasi lebih tinggi sebesar 3,62% terutama makanan dan minuman, tembakau 7,93% dan inflasi transportasi 21%.

Kelangkaan minyak goreng di Aceh begitu sangat berdampak terhadap kestabilan pasar dan ekonomi masyarakat Aceh yang sempat menyebabkan kelangkaan. Kelangkaan minyak goreng memberikan pengaruh yang begitu besar juga terhadap kemajuan dan perkembangan UMKM yang ada, sebab kelangkaan minyak goreng yang merupakan komoditi utama dan bahan pokok dapur sulit didapatkan. Kendatipun didapatkan, harga minyak goreng melambung drastis. Menurut data Badan Statistik (BPS) kenaikan harga minyak goreng mencapai 33.78% secara tahunan (*year on year/yoy*) pada desember 2021. Rata-rata harga eceran minyak yang beredar sebesar Rp. 21,125, -per liter. Hal ini terus berlanjut hingga tahun 2022. Pada awal Januari 2022 telah terjadi kenaikan harga minyak goreng yang berkisar antara Rp. 19.000, - per liter sampai dengan Rp. 24.000, - per liter tergantung dari jenis kemasan yang digunakan.²⁸

²⁸ Rochani Nani Rahayu, *Kenaikan Harga Minyak Goreng Kelapa Sawit Di Indonesia Sebuah Analisis Berita Kompas Online*, INTELEKTIVA, Vol. 13, No. 8 (2022): hlm. 27.

Isu kelangkaan minyak goreng yang terjadi pada awal tahun 2022 juga berdampak ke Provinsi Aceh. Kelangkaan minyak goreng mengakibatkan harga minyak goreng mengalami kenaikan. Selain dari pada itu, yang menjadi penyebab kelangkaan minyak goreng di Aceh dikarenakan tidak adanya Distributor tetap di Aceh yang menyuplai minyak goreng. Minyak goreng di Aceh selalu masuk dari provinsi luar, sehingga apabila pusat atau perekonomian nasional anjlok, maka akan sangat berdampak besar bagi Aceh karena suplai minyak goreng menjadi terhambat.

Untuk mengantisipasi kelangkaan minyak goreng, Personel Kepolisian Polda Aceh melakukan sidak ketersediaan minyak goreng kemasan di salah satu gudang minyak goreng kemasan di Banda Aceh, Aceh, Kamis (17/3/2022). Jajaran Kepolisian Polda Aceh melakukan sidak ketersediaan minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan di seluruh Kabupaten/Kota di Aceh untuk memastikan persediaan minyak goreng dan kelancaran distribusi minyak goreng sebagai upaya antisipasi terjadinya penimbunan yang menyebabkan kelangkaan dan lonjakan harga di tengah masyarakat.

Selain itu, upaya juga dilakukan oleh Pemerintah Kota Banda Aceh yaitu mendesak Pemerintah Aceh untuk berkoordinasi dengan Pemerintah Pusat (Kemendag) untuk mempercepat pasokan minyak goreng dan menjamin ketersediaan minyak goreng di Aceh sesuai pers release Menteri Perdagangan tgl 27 Januari 2022. Juga, mendorong perindustrian ritel (Aprindo) Aceh untuk ketersediaan pasokan minyak goreng. Pihaknya juga akan melakukan koordinasi dengan satgas pangan dan instansi terkait untuk terus memonitor harga dan persediaan minyak goreng dan menyampaikan laporan secara berjenjang ke Pemerintah Aceh dan Kemendag.

4.2 Akses Media Digital Oleh Masyarakat

4.2.1 Potret Keterjangkauan Pengguna dan Aksesibilitas Media Sosial

Aksesibilitas media menjadi hal yang perlu dipertimbangkan bagi sebagian kalangan saat ini, khususnya dalam pencarian informasi melalui media tersebut. Kajian inipun berkembang seiring dengan munculnya penggunaan media sosial dalam interaksi manusia. Dalam penelitian ini, penulis juga ingin mengungkapkan aksesibilitas media sosial dalam interaksi pengguna media sosial tentang kelangkaan minyak goreng di Aceh. Media sosial memiliki keistimewaan tersendiri dimana penggunanya dapat saling berinteraksi satu sama lain. Dalam media sosial, masyarakat saling berinteraksi dengan lingkungan sekitar, kelompok pertemanan, dan keluarga yang merupakan bentuk dari kelompok referensi untuk mendapatkan informasi yang menarik bagi pemenuhan kebutuhan mereka.

Aksesibilitas Media Sosial memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan isu kelangkaan minyak goreng di Aceh. Sebab, penulis menemukan adanya pro dan kontra terhadap isu dan berita yang disampaikan melalui media sosial. Aksesibilitas juga berperan penting dalam memberikan sumbangsih kritikan dan saran melalui media sosial, dengan adanya tingkat keterjangkauan yang mudah diakses oleh masyarakat pada umumnya. Hal ini memberikan pengaruh yang cukup besar kepada protret keterjangkaun masyarakat dalam memberikan tanggapan terkait isu – isu nasional yang berkembang. Adanya aksesibilitas media sosial, memudahkan

masyarakat dalam merespon secara cepat apa yang menjadi masalah dalam tatanan kehidupan masyarakat.

4.2.2 Facebook

Pada tahun 2022, media sosial Facebook menjadi salah satu platform yang sangat populer di Aceh, menarik perhatian sekitar 1.8 hingga 2.3 juta pengguna dari berbagai kelompok umur, terutama di rentang usia 15 hingga 50 tahun. Masyarakat aceh aktif berinteraksi dan berbagai informasi melalui platform ini, menciptakan lingkungan digital yang dinamis dan beragam.

Salah satu akun Facebook yang cukup signifikan di Aceh adalah akun “Serambi Indonesia”, yang berhasil mengumpulkan 875.000 pengikut (Followers) pada akhir tahun 2022. Selama periode 1 Januari hingga 31 Desember 2022, Serambi Indonesia aktif berkomunikasi dengan para pengguna melalui lima postingannya tentang isu minyak goreng. Meskipun jumlah postingan terhadap isu tersebut sedikit, akun ini mampu membangun interaksi yang kuat dengan pengikutnya.

Facebook menjadi platform yang lebih dahulu hadir dikalangan masyarakat sebagai media sosial penghubung antara yang jauh dengan yang dekat. Selain dari pada itu, seiring berkembangnya zaman, Platform Facebook berafiliasi menjadi media yang dapat digunakan bukan hanya untuk berkomunikasi, tetapi juga menjadi wadah untuk memberikan informasi atau berita terkini tentang semua kejadian yang terjadi di dunia. Media massa memanfaatkan situasi ini untuk dapat memperbanyak pembaca dan

memperluas jangkauan serta akses agar informasi dan berita yang disampaikan, bisa lebih cepat diterima oleh masyarakat.

4.2.3 Instragram

Instagram merupakan platform media sosial yang dewasa ini baru berkembang sejak 10 tahun terakhir, dan bagian dari perusahaan yang sama, yaitu facebook. Instagram hadir dengan fitur yang lebih lengkap namun sederhana, dan mudah digunakan. Instagram juga menjadi media sosial yang digunakan banyak media massa dalam memberikan informasi dan berita teraktual untuk dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas.

Media sosial Instagram telah menjadi platform yang sangat diminati di Aceh, dengan jumlah pengguna mencapai angka yang mengesankan, yakni 3.721.410 pengguna. Data ini mencerminkan adopsi yang luas terhadap platform berbagai foto dan video ini, menunjukkan peran yang signifikan dalam menghubungkan masyarakat Aceh secara digital.

Demografi pengguna Instagram di Aceh menggambarkan keberagaman usia, dengan 12.6 persen dari total pengguna berada di kelompok umur 35-44 Tahun. Kelompok usia ini nampaknya aktif berkontribusi dalam menciptakan dinamika dan interaksi di platform tersebut, memberikan kontribusi pada keberagaman konten dan pembicaraan di Instagram.

Selanjutnya, sekitar 4.9 persen dari pengguna Instagram di Aceh berada dalam kelompok usia 45-54 tahun. Meskipun persentase ini lebih rendah, kehadiran, mereka

menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya menjadi sarana untuk kalangan muda, tetapi juga menarik perhatian generasi yang lebih tua di Aceh. Sisanya, mayoritas pengguna Instagram di Aceh berada di kelompok usia 55 tahun ke atas. Kehadiran kelompok usi ini menunjukkan bahwa Instagram berhasil menciptakan daya tarik lintas-generasi, menciptakan ruang bagi partisipasi dan interaksi dari berbagai kalangan masyarakat Aceh.

Di tengah dinamika pengguna Instagram di Aceh, akun Serambi Indonesia muncul sebagai salah satu aktor yang cukup signifikan. Dengan jumlah followers mencapai 243.000, akun ini memainkan peran penting dalam menyampaikan isu-isu penting, khususnya yang berkaitan dengan kelangkaan minyak goreng.

4.3 Media Digital dan Respon Terhadap Fenomena Politik: Pemberitaan Serambi Indonesia Terhadap Kelangkaan Minyak Goreng di Aceh

Pemberitaan minyak goreng di Aceh tersebar dengan begitu cepat dan menjadikan isu minyak menjadi berita terhangat di kalangan masyarakat. Bagaimana tidak? Kelangkaan minyak goreng memaksa rumah tangga harus dan wajib hemat serta memaksa ekonomi masyarakat harus naik mendadak. Hal ini sangat mengejutkan kalangan masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah, sebab mereka sama sekali tidak mempunyai persiapan dan stok yang cukup. Sementara kalangan masyarakat dengan ekonomi menengah keatas, tidak terlalu terkejut dengan hal ini, karena mereka mempunyai stok pangan dan bahan dapur yang cukup untuk satu bulan kedepan.

Salah satu media massa yang mengikuti perkembangan zaman dan menjadi portal kepercayaan masyarakat Aceh adalah SerambiNews. SerambiNews adalah

portal berita daring yang berbasis di Provinsi Aceh. Portal ini menyajikan berita-berita terkini baik dari provinsi Aceh maupun dari seluruh Indonesia. SerambiNews sendiri didirikan pada tahun 2000 dan telah menjadi sumber informasi terpercaya bagi masyarakat Aceh.

SerambiNews sebagai portal berita lokal memiliki fokus yang kuat pada pemberitaan seputar Aceh hingga Internasional, termasuk politik, ekonomi, budaya dan olahraga. SerambiNews juga menyediakan beragam konten seperti artikel berita, opini, wawancara, foto dan video. Mereka memiliki komitmen untuk menyediakan berita yang akurat, berimbang, dan objektif.

Selain itu, SerambiNews juga aktif menghadirkan liputan secara langsung dari acara dan kejadian penting terkini melalui platform daring mereka. Adapun platform daring yang SerambiNews miliki antara lain laman Facebook, laman Instagram, dan laman website resmi. Seiring dengan perkembangan teknologi dan semakin tingginya jumlah pengguna media sosial yang ada di Indonesia, SerambiNews berhasil memberitakan isu-isu terbaru secara lebih efektif dan efisien melalui platform mereka. Pemanfaatan platform seperti Facebook dan Instagram sebagai media pemberitaan memungkinkan para pembaca untuk saling berinteraksi dengan cara memberikan *like*, komentar, dan juga membagikan kepada teman maupun kerabat dekat.

Tabel 4. 1
Pemberitaan Serambinews.com di Facebook

No	Tanggal	Judul Berita	Respons	
			Komentar	Like
1.	18 Januari 2022	Pemerintah resmi menerapkan harga minyak goreng yakni sebesar Rp. 14.000,00 per liter yang berlaku mulai besok, Rabu (19/1/2022)	62	296
2.	1 Februari 2022	Dimulai dari hari ini, Selasa (1/2/2022), harga minyak goreng baik minyak goreng curah hingga kemasan premium dijual berdasarkan harga eceran tertinggi (HET).	107	256
3.	7 Februari 2022	Bahkan minyak goreng kemasan satu harga yang ditetapkan pemerintah pusat Rp. 14.000,00 per liter banyak kosong atau sudah habis	11	38
4.	1 April 2022	Pemerintah bakal memberikan Bantuan Langsung Tunai (BLT) minyak goreng sebesar Rp. 100.000,00 per bulan	160	254
5.	22 April 2022	Presiden Jokowi Widodo kembali mengeluarkan kebijakan baru demi menjaga ketersediaan dan kestabilan harga minyak goreng di dalam negeri. Kali ini Jokowi melarang paraproduksen untuk mengekspor minyak goreng, termasuk bahan bakunya.	75	125

Tabel 4. 2
Pemberitaan SerambiNews.com di Instagram

No	Tanggal	Judul Berita	Respons	
			Komentar	Like
1.	1 Januari 2022	Mulai Tahun Depan, Pemerintah Larang Peredaran Minyak Goreng Curah	9	9.593
2.	16 Februari 2022	Minyak Goreng Semakin Langka, Ratusan Warga Abdy Relu Mengantre Berjam-jam	24	276
3.	28 Maret 2022	Mahasiswa yang tergabung dalam Liga Mahasiswa Nasional Untuk Demokrasi (LMND) berdemo diTaman Riyadah Kota Lhokseumawe meminta kepada pemerintah agar menstabilkan harga kebutuhan pokok menjelang Ramadhan.	7	65

4.3.1 Variasi Konten Pemberitaan: Facebook dan Instagram Serambi Indonesia

Facebook dan Instagram Serambi Indonesia memuat konten berita yang sama, namun dengan penampilan yang berbeda yang disesuaikan dengan platform masing-masing. Konten dan variasi pemberitaan berupa video singkat, yang dibarengi dengan adanya tulisan berita di deskripsi. Kehadiran facebook dan instagram memberikan pengaruh besar terhadap kemudahan media massa dalam memberikan informasi dan berita untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas, bukan hanya Aceh, Indonesia, bahkan

dunia. Berikut adalah variasi konten pemberitaan terkait kelangkaan minyak goreng di Aceh yang dimuat oleh SerambiNews pada platform Facebook dan Instagram.

A. Facebook

Seperti yang telah dipaparkan pada tabel 4.1 terdapat 5 postingan berita yang mengangkat permasalahan kelangkaan minyak goreng, berikut adalah pembahasannya:

1. Pemerintah resmi menerapkan harga minyak goreng yakni sebesar Rp. 14.000,00 per liter yang berlaku mulai besok, Rabu (19/1/2022), berita tersebut diposting pada 18 Januari 2022, mendapatkan jumlah komentar sebesar 62 dan like sebanyak 296 yang merupakan postingan dengan jumlah like terbanyak.



Gambar 4. 1 Postingan SerambiNews.com di Facebook tanggal 18 Januari 2022

Dari berita tersebut mengindikasikan tindakan pemerintah yang signifikan dalam mengatur harga minyak goreng. Kebijakan ini dapat

diinterpretasikan sebagai upayapemerintah untuk mengendalikan harga dan mengelola ketidakstabilan ekonomi terkait sektor bahan pangan. Keputusan untuk menetapkan harga spesifik Rp. 14.000,00 per liter menunjukkan campur tangan langsung pemerintah dalam regulasi pasar. Hal tersebut dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kinerja pemerintah, terutama dalam menjaga stabilitas harga barang konsumen yang sangat vital. Keberhasilan atau kegagalan implementasi kebijakan ini dapat memengaruhi popularitas dan legitimasi pemerintahan yang berlangsung saat itu.

2. Dimulai dari hari ini, Selasa (1/2/2022), harga minyak goreng baik minyak goreng curah hingga kemesan premium dijual berdasarkan harga eceran tertinggi (HET). Postingan tersebut dimuat pada tanggal 1 februri 2022, mendapatkan perhatian dari pengguna Facebook berupa komentar sebanyak 107 dan jumlah like sebesar 256.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y



Gambar 4. 2 Postingan SerambiNews.com di Facebook tanggal 1 Februari 2022

Dari pemberitaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai upaya pemerintah untuk menanggulangi atau mencegah fluktuasi harga yang dapat mempengaruhi inflasi dan stabilitas ekonomi. Keputusan yang diberitakan tersebut dapat dipahami sebagai respons pemerintah terhadap tekanan publik terkait biaya hidup yang semakin meningkat. Langkah tersebut juga memperlihatkan bahwa pemerintah ingin menunjukkan kontrolnya terhadap harga-harga pokok kebutuhan masyarakat. Reaksi dan tanggapan dari berbagai pihak, termasuk produsen, pedagang, dan masyarakat umum dapat menjadi faktor penting dalam memahami dukungan atau ketidaksetujuan terhadap kebijakan tersebut sehingga dapat menjadi

poin krusial yang dapat memengaruhi citra dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

3. Bahkan minyak goreng kemasan satu harga yang ditetapkan pemerintah pusat Rp. 14.000,00 per liter banyak kosong atau sudah habis. Postingan dengan judul tersebut mendapatkan komentar yang paling sedikit diantara 5 postingan lainnya. Adapun jumlah tanggapan masyarakat sebanyak 11 komentar dan 38 like.



Gambar 4. 3 Postingan SerambiNews.com di Facebook tanggal 7 Februari 2022

Berita tersebut mengindikasikan dampak pelaksanaan kebijakan harga minyak goreng kemasan satu harga yang ditetapkan oleh pemerintah.

Dalam konteks ini, dapat diinterpretasikan sebagai sebuah tantangan atau kegagalan dalam implementasi kebijakan pemerintah. Ketika minyak goreng kemasan satu harga yang telah ditetapkan pemerintah sebesar Rp. 14.000,00

per liter ternyata banyak yang kosong atau sudah habis, terindikasi bahwa adanya ketidaksesuaian antara pasokan dan permintaan di pasar. Dari sudut pandang politik, hal ini bisa dianggap sebagai kegagalan pemerintah dalam merencanakan dan mengelola implementasi kebijakan, yang pada gilirannya dapat menciptakan ketidakpuasan atau kritik dari masyarakat serta dapat menjadi mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kinerja pemerintah.

4. Pemerintah bakal memberikan Bantuan Langsung Tunai (BLT) minyak goreng sebesar Rp. 100.000,00 per bulan. Judul berita tersebut diposting pada tanggal 1 April 2022. Postingan tersebut merupakan postingan dengan jumlah komentar terbanyak yaitu 160 komentar.



Gambar 4. 4 Postingan SerambiNews.com di Facebook tanggal 1 April 2022

Dari judul berita tersebut dapat diartikan sebagai upaya pemerintah untuk merespons atau meredam dampak dari kenaikan harga minyak goreng. Pemberian BLT untuk minyak goreng dapat dianggap sebagai langkah positif pemerintah dalam mengurangi beban ekonomi masyarakat, khususnya terkait dengan kebutuhan pokok. Namun, efektivitas kebijakan ini juga dapat menjadi bahan kritik, pertanyaan mungkin muncul seputar alokasi anggaran, target sasaran, dan apakah BLT tersebut mampu mencapai tujuan sosial ekonomi yang diinginkan.

5. Presiden Jokowi Widodo kembali mengeluarkan kebijakan baru demi menjaga ketersediaan dan kestabilan harga minyak goreng di dalam negeri. Kali ini Jokowi melarang paraprodusen untuk mengekspor minyak goreng, termasuk bahan bakunya, di posting pada 22 April 2022, mendapat perhatian pengguna Facebook sebanyak 75 komentar dan 125 like.



Gambar 4. 5 Postingan SerambiNews.com di Facebook tanggal 22 April 2022

Judul berita tersebut mencerminkan keputusan Presiden Joko Widodo untuk melarang ekspor minyak goreng, termasuk bahan bakunya, sebagai langkah untuk menjaga ketersediaan dan kestabilan harga minyak goreng di dalam negeri. Kebijakan ini dapat diinterpretasikan sebagai tindakan pemerintah yang berusaha aktif mengendalikan pasar dan menjaga stabilitas harga barang pokok, yang memiliki dampak langsung pada kehidupan sehari-hari masyarakat. Langkah tersebut dapat dilihat sebagai upaya pemerintah untuk mengutamakan kepentingan domestik, khususnya kepentingan konsumen dalam negeri, daripada membiarkan ekspor yang dapat merugikan stabilitas harga di dalam negeri. Keputusan ini juga dapat diartikan sebagai respons terhadap potensi kelangkaan atau kenaikan harga minyak goreng yang dapat memengaruhi inflasi dan kesejahteraan masyarakat.

B. Instagram

Pada tabel 4.2 yang telah dipaparkan di atas, terdapat 3 postingan SerambiNews di platform Instagram sebagai berikut:

1. Mulai Tahun Depan, Pemerintah Larang Peredaran Minyak Goreng Curah, judul postingan tersebut dimuat pada 1 Januari 2022, mendapatkan respon dari masyarakat yang cukup mengesankan yaitu dengan jumlah like sebesar 9.593.



Gambar 4. 6 Postingan SerambiNews.com di Instagram Pada Tanggal 1 Januari 2022

Judul berita tersebut dapat dikatakan sebagai langkah pemerintah untuk mengontrol dan mengatur lebih ketat sektor minyak goreng, yang merupakan komoditas penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Larangan peredaran minyak goreng curah bisa dianggap sebagai respons pemerintah terhadap beberapa isu, seperti masalah keamanan pangan dan perlindungan konsumen. Langkah ini dapat dilihat sebagai upaya pemerintah untuk memastikan kualitas dan kewanamanan minyak goreng yang dikonsumsi masyarakat, serta menghindari praktik-praktik tidak sehat yang mungkin terjadi dalam peredaran minyak goreng curah.

2. Minyak Goreng Semakin Langka, Ratusan Warga Abdiya Rela Mengantre Berjam-jam, diposting pada 16 Februari 2022. Postingan *reels* (video

pendek) tersebut mendapatkan 24 komentar yang mana komentar terbanyak dari 3 postingan yang dimuat SerambiNews di Instagram mengenai kenaikan harga minyak goreng.



Gambar 4. 7 Postingan Reels (video pendek) SerambiNews.com di Instagram Pada Tanggal 16 Februari 2022

Judul berita tersebut mencerminkan adanya permasalahan serius terkait ketersediaan minyak goren yang telah mencapai tingkat kelangkaan. Kelangkaan minyak goreng bisa menciptakan tekanan pada pemerintah dan memunculkan pertanyaan tentang kemampuan mereka dalam mengelola stabilitas pasokanbarang pokok, yang dapat mempengaruhi harga dan ketersediaan bahan makanan sehari-hari. Di sisi lain, antrean ratusan warga yang rela menghabiskan waktu berjam-jam untuk mendapatkan minyak goreng menciptakan visual yang kuat tentang dampak langsung kelangkaan tersebut pada tingkat kebutuhan dan kesulitan yang dihadapi oleh masyarakat. Hal ini dapat memunculkan pertanyaan tentang kebijakan pemerintah terkait distribusi dan regulasi pasokan minyak.

3. Mahasiswa yang tergabung dalam Liga Mahasiswa Nasional Untuk Demokrasi (LMND) berdemo di Taman Riyadhah Kota Lhokseumawe meminta kepada pemerintah agar menstabilkan harga kebutuhan pokok menjelang Ramadhan. Postingan tersebut dimuat pada tanggal 28 Maret 2022.



Gambar 4. 8 Postingan Reels (video pendek) SerambiNews.com di Instagram Pada Tanggal 28 Maret 2022

Dari reels tersebut dapat diinterpretasikan bahwa aksi demo ini sebagai upaya kelompok mahasiswa untuk memengaruhi kebijakan pemerintah terkait stabilisasi harga kebutuhan pokok menjelang Ramadhan. Aksi tersebut menciptakan tekanan politik dari mahasiswa yang mewakili masyarakat umum untuk mendesak pemerintah dalam merespons isu-isu ekonomi dan kebutuhan pokok yang dapat memengaruhi kesejahteraan masyarakat.

Dari hasil analisis variasi konten pemberitaan pada platform Facebook dan Instagram SerambiNEws, tergambar bahwa liputan mengenai kelangkaan minyak goreng di Provinsi Aceh lebih dominan di Facebook. Hal ini dapat dijelaskan oleh dominasi pangsa pasar berita masalah ekonomi-politik pada platform Facebook dibandingkan dengan Instagram. Meskipun demikian, Instagram memanfaatkan fitur *reels* (video pendek) sebagai strategi untuk meraih respons yang lebih besar dari masyarakat. Hal ini terbukti dengan capaian yang signifikan, terutama ditandai oleh jumlah like yang mencapai 9.593, menunjukkan efektivitas fitur *reels* dalam menarik perhatian dan interaksi pengguna.

4.3.2 Klasifikasi dan Respon Masyarakat Pada Platform Facebook dan Instagram SerambiNews Terhadap Krisis Minyak Goreng

Klasifikasi respon menggunakan teori Tubs dan Moss, yang membagi respon menjadi 2 yaitu;

1. Respons Sebagai Konfirmasi
 - a) Pengakuan langsung (*direct acknowledgement*): saya menerima pernyataan anda dan memberikan respon dengan segera.
 - b) Perasaan Positif (*Positif feeling*): saya mengungkapkan perasaan yang positif.
 - c) Respon meminta keterangan (*clarifying response*): saya meminta menerangkan isi pesan anda.
 - d) Respon setuju (*agreeing response*): saya memperteguh apa yang telah anda katakan.

e) Respon suportif (*supportif response*): saya mengungkapkan pengertian, dukungan, atau memperteguh anda.

2. Respons Sebagai Diskonfirmasi

a) Respon sekilas (*tangential response*): saya memberikan respon pada kenyataan anda, tetapi dengan segera mengalihkan pembicaraan.

b) Respon impersonal (*impersonal reponse*): saya memberikan komentar dengan menggunakan kata ganti orang ketiga.

c) Respon kosong (*impervious response*): saya tidak menghiraukan anda sama sekali tidak memberikan sambutan verbal maupun nonverbal.

d) Respon interupsi (*interrupting response*): saya memotong pembicaraan.

e) Respon rancu (*incoherent response*): saya berbicara dengan kalimat yang kacau dan tidak lengkap.

f) Respon kontradiktif (*incongruous response*): saya menyampaikan pesan verbal yang bertentangan dengan non verbal.²⁹

²⁹ Oktavyani Turnesia Suhardi, *Op.Cit*, hal. 14

Tabel 4. 3
Respons Masyarakat di Platform Facebook SerambiNews Terkait Kelangkaan Minyak Goreng

No	Judul	Respons	
		Konfirmatif	Diskonfirmatif
1.	Pemerintah resmi menerapkan harga minyak goreng yakni sebesar Rp. 14.000,00 per liter yang berlaku mulai besok, Rabu (19/1/2022)	17	38
2.	Dimulai dari hari ini, Selasa (1/2/2022), harga minyak goreng baik minyak goreng curah hingga kemasan premium dijual berdasarkan harga eceran tertinggi (HET).	46	54
3.	Bahkan minyak goreng kemasan satu harga yang ditetapkan pemerintah pusat Rp. 14.000,00 per liter banyak kosong atau sudah habis	4	7
4.	Pemerintah bakal memberikan Bantuan Langsung Tunai (BLT) minyak goreng sebesar Rp. 100.000,00 per bulan	18	142
5.	Presiden Jokowi Widodo kembali mengeluarkan kebijakan baru demi menjaga ketersediaan dan kestabilan harga minyak goreng di dalam negeri. Kali ini Jokowi melarang paraproducten untuk mengekspor minyak goreng, termasuk bahan bakunya.	22	52

Tabel 4. 4
Respons Masyarakat di Platform Instagram SerambiNews Terkait Kelangkaan Minyak Goreng

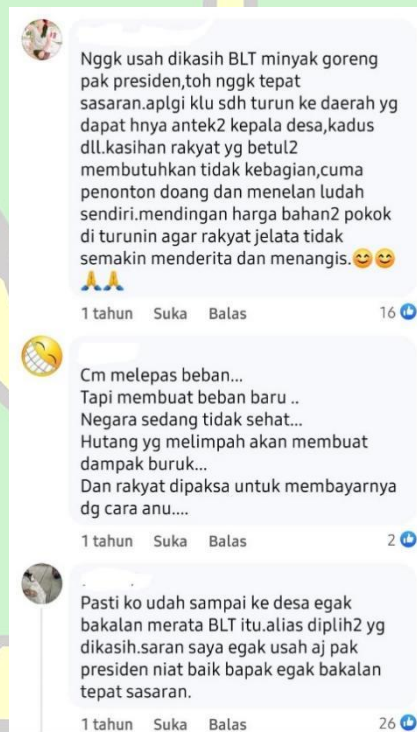
No	Judul	Respon	
		Konfirmasi	Diskonfirmasi
1.	Mulai Tahun Depan, Pemerintah Larang Peredaran Minyak Goreng Curah	1	8
2.	Minyak Goreng Semakin Langka, Ratusan Warga Abdya Rela Mengantre Berjam-jam	9	15
3.	Mahasiswa yang tergabung dalam Liga Mahasiswa Nasional Untuk Demokrasi (LMND) berdemo diTaman Riyadah Kota Lhokseumawe meminta kepada pemerintah agar menstabilkan harga kebutuhan pokok menjelang Ramadhan.	0	7

4.3.3 Analisis Pengaruh dari Respon: Kuasa Media Sosial terhadap Persepsi Masyarakat atas sebuah Fenomena

Berdasarkan hasil penemuan yang telah diuraikan, jumlah total respons dari masyarakat pada Platform Facebook SerambiNews mencapai 415 Komentar. Rincinnya menunjukkan adanya 107 komentar konfirmatif dan 293 komentar diskonfirmatif. Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas respons masyarakat bersifat diskonfirmatif, mengekspresikan ketidaksetujuan atau pandangan negatif terhadap langkah-langkah atau kebijakan yang diimplementasikan oleh pemerintah dalam menangani kelangkaan minyak goreng. Persentase ini mencapai

76,5% menyatakan ketidak setujuan, sementara 25,7 menyatakan dukungan terhadap kebijakan tersebut.

Berdasarkan informasi yang tertera pada Tabel 4.3 diatas, dapat diamati bahwa judul berita yang mendapatkan respon negatif paling tinggi adalah postingan dengan judul “Pemerintah bakal memeberikan Bantuan Langsung Tunai (BLT) minyak goreng sebesar Rp. 100.000,00 per bulan”, mencapai jumlah 142 respon negatif, sementara respon positif hanya mencapai 18.

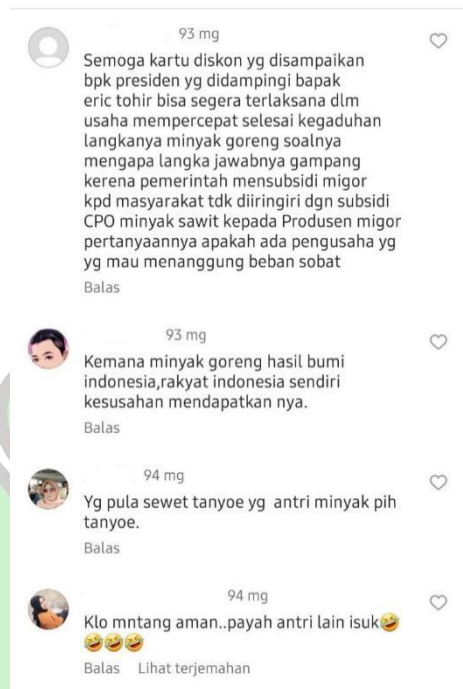


Gambar 4. 9 Respon Masyarakat Pada Postingan "Pemerintah bakal memberikan Bantuan Langsung Tunai (BLT) minyak goreng sebesar Rp. 100.000,00 per bulan"

Dari ilustrasi yang tertera diatas, terlihat bahwa terdapat sejumlah masyarakat yang menanggapi bahwa langkah pemerintah untuk memberikan Bantuan Langsung

Tunai (BLT) minyak goreng sebesar Rp. 100.000,00 tidak tepat sasaran. Beberapa individu menyuarakan pandangan bahwa pelaksanaan BLT dapat menyebabkan ketidakmerataan distribusi bantuan. Selain itu, terdapat komentar lain yang mengekspresikan pandangan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sedang berapa pada tingkat yang rendah.

Di sisi lain, platform Instagram SerambiNews mencapai total 40 komentar, menunjukkan jumlah yang signifikan lebih rendah dibandingkan dengan platform Facebook. Secara rinci, respons terhadap konten pada platform Instagram terbagi menjadi 25% respon konfirmatif (10 komentar) dan 75% respon diskonfirmatif (30 komentar). Meski demikian, perlu ditekankan bahwa aspek menarik pada platform ini terletak pada jumlah total like yang mencapai 9.934 pada tiga berita yang membahas isu kelangkaan minyak goreng. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh pemanfaatan fitur *reels* Instagram yang menyajikan video pendek; masyarakat cenderung menerima informasi dari *reels* tersebut tanpa sepenuhnya mengungkapkan opini mereka dalam bentuk komentar.



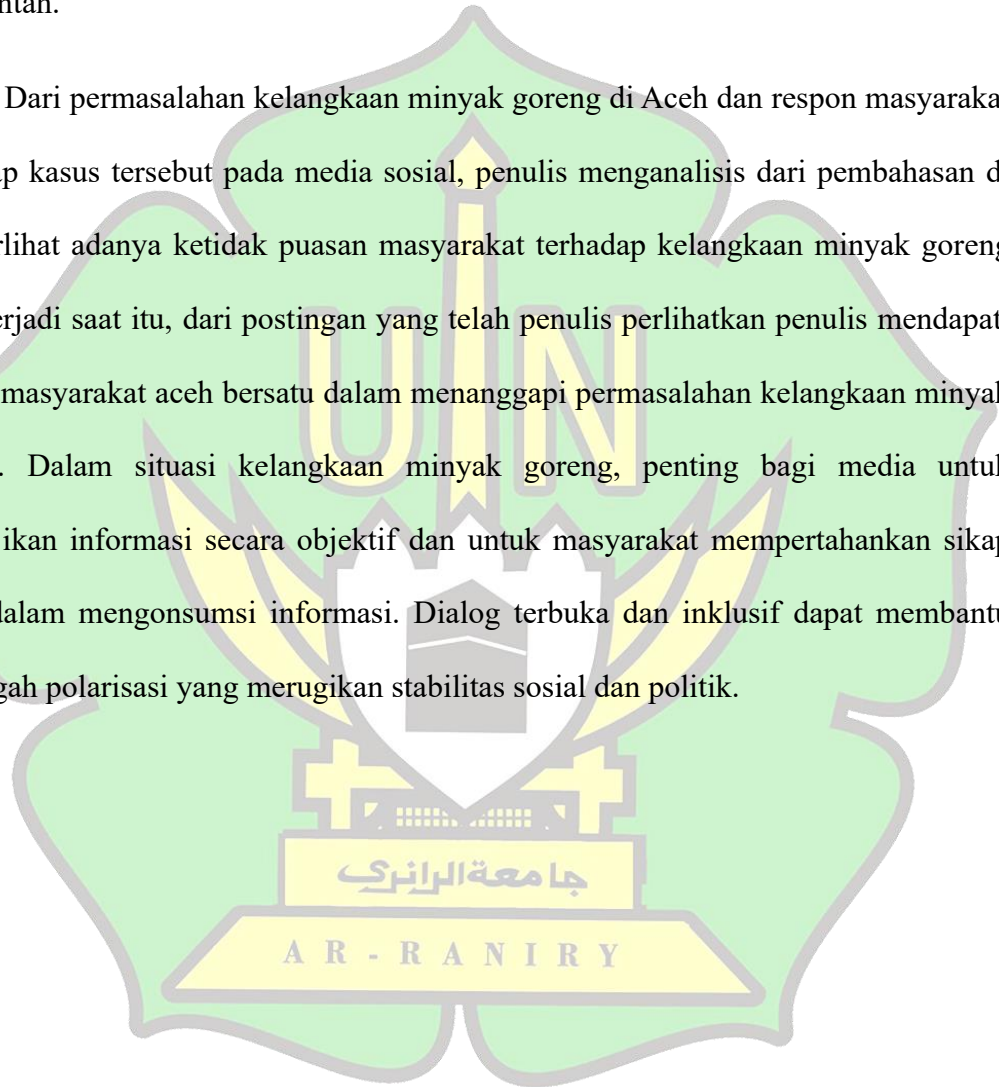
Gambar 4. 10 Respons Masyarakat Terhadap Postingan "Minyak Goreng Semakin Langka, Ratusan Warga Abdy Relu Mengantre Berjam-jam"

Dari gambar diatas, terdapat individu yang mengungkapkan rasa kekecewaannya terhadap kondisi dimana minyak goreng, sebagai komoditas utama di masyarakat Aceh, masih sulit diperoleh. Beberapa juga menyetakan ketidapuasannya terhadap kinerja pemerintah yang dianggap masih belum berhasil menyelesaikan permasalahan ini dengan efektif. Disisi lain, ada pula yang mengekspresikan harapannya agar permasalahan ini dapat diselesaikan dengan segera.

Dari analisis yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat sejumlah respons masyarakat yang bersifat diskonfirmatif (negatif) baik di platform Facebook maupun Instagram SerambiNews. Komentar-komentar negatif tersebut didasari oleh ketidakpuasan masyarakat terhadap langkah-langkah yang diambil oleh

pemerintah dalam menangani permasalahan ini. Apabila permasalahan ini tidak segera ditangani, dan respons negatif masyarakat di media sosial tetapi tinggi, konsekuensinya dapat berdampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Dari permasalahan kelangkaan minyak goreng di Aceh dan respon masyarakat terhadap kasus tersebut pada media sosial, penulis menganalisis dari pembahasan di atas terlihat adanya ketidakpuasan masyarakat terhadap kelangkaan minyak goreng yang terjadi saat itu, dari postingan yang telah penulis perlihatkan penulis mendapati bahwa masyarakat Aceh bersatu dalam menanggapi permasalahan kelangkaan minyak goreng. Dalam situasi kelangkaan minyak goreng, penting bagi media untuk menyajikan informasi secara objektif dan untuk masyarakat mempertahankan sikap kritis dalam mengonsumsi informasi. Dialog terbuka dan inklusif dapat membantu mencegah polarisasi yang merugikan stabilitas sosial dan politik.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada awal tahun 2022 terjadi kenaikan harga pada salah satu jenis sembako (Sembilan Bahan Pokok) di Indonesia yaitu minyak goreng. Menurut Direktur Jenderal Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, kelangkaan pasokan minyak goreng tersebut disebabkan oleh menurunnya produktivitas perkebunan sawit milik BUMN, swasta, dan petani swadaya di Indonesia serta Malaysia, yang merupakan dua negara produsen utama yang memasok setidaknya 85% produksi minyak sawit dunia. Selain menurunnya produktivitas kelapa sawit, kelangkaan pasokan tersebut terjadi karena produksi minyak nabati jenis lain seperti minyak *rapeseed* dan minyak kedelai juga menurun. Hal ini menyebabkan permintaan terhadap minyak sawit sebagai pilihan alternatif meningkat.³⁰

Menurut data Badan Statistik (BPS) kenaikan harga minyak goreng mencapai 33.78% secara tahunan (*year on year/yooy*) pada desember 2021. Rata-rata harga eceran minyak yang beredar sebesar Rp. 21,125, -per liter. Hal ini terus berlanjut hingga tahun 2022. Pada awal Januari 2022 telah terjadi kenaikan harga minyak goreng yang

³⁰ Nisrina Nafisah dan Felippa Amanta, *Produktivitas Kelapa Sawit Tetap Terbatas Seiring Melonjaknya Harga Minyak Goreng di Indonesia*, CIPS, Vol 12, (2022): hlm. 3.

berkisar antara Rp. 19.000, - per liter sampai dengan Rp. 24.000, - per liter tergantung dari jenis kemasan yang digunakan.³¹

Isu kelangkaan minyak goreng yang terjadi pada awal tahun 2022 juga berdampak ke Provinsi Aceh. Kelangkaan minyak goreng mengakibatkan harga minyak goreng mengalami kenaikan. Mengutip dari laman Dektiksumut, jumlah penduduk miskin di Aceh bertambah 11,7 ribu orang per september 2022.

Isu kelangkaan minyak goreng ini juga tidak luput dari framing media, hal tersebut mengakibatkan isu tentang kelangkaan minyak goreng belakangan ini menjadi ramai diperbincangkan oleh masyarakat. Media massa memegang peran penting dalam penyampaian informasi terkait isu tersebut. Istilah “media massa” merujuk pada alat atau cara terorganisasi untuk berkomunikasi secara terbuka dalam jarak jauh kepada banyak orang (khalayak) dalam jarak waktu yang ringkas. Media massa bukan sekadar alat, melainkan juga melembaga (*Pers*) dalam masyarakat sehingga terjadi proses pengaturan terhadap media agar dapat menyampaikan informasi secara akurat dan cepat. Lebih jauh, media merupakan kekuatan sosial dan kultural yang hadir di tengah-tengah masyarakat.³²

Salah satu media massa yang mengikuti perkembangan zaman dan menjadi portal kepercayaan masyarakat Aceh adalah SerambiNews. SerambiNews adalah portal berita daring yang berbasis di Provinsi Aceh. Portal ini menyajikan berita-berita

³¹ Rochani Nani Rahayu, *Kenaikan Harga Minyak Goreng Kelapa Sawit Di Indonesia Sebuah Analisis Berita Kompas Online*, INTELEKTIVA, Vol. 13, No. 8 (2022): hlm. 27.

³² Nurani Soyomukti, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*” (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), Hal. 199

terkini baik dari provinsi Aceh maupun dari seluruh Indonesia. SerambiNews sendiri didirikan pada tahun 2000 dan telah menjadi sumber informasi terpercaya bagi masyarakat Aceh.

SerambiNews sebagai portal berita lokal memiliki fokus yang kuat pada pemberitaan seputar Aceh hingga Internasional, termasuk politik, ekonomi, budaya dan olahraga. SerambiNews juga menyediakan beragam konten seperti artikel berita, opini, wawancara, foto dan video. Mereka memiliki komitmen untuk menyediakan berita yang akurat, berimbang, dan objektif.

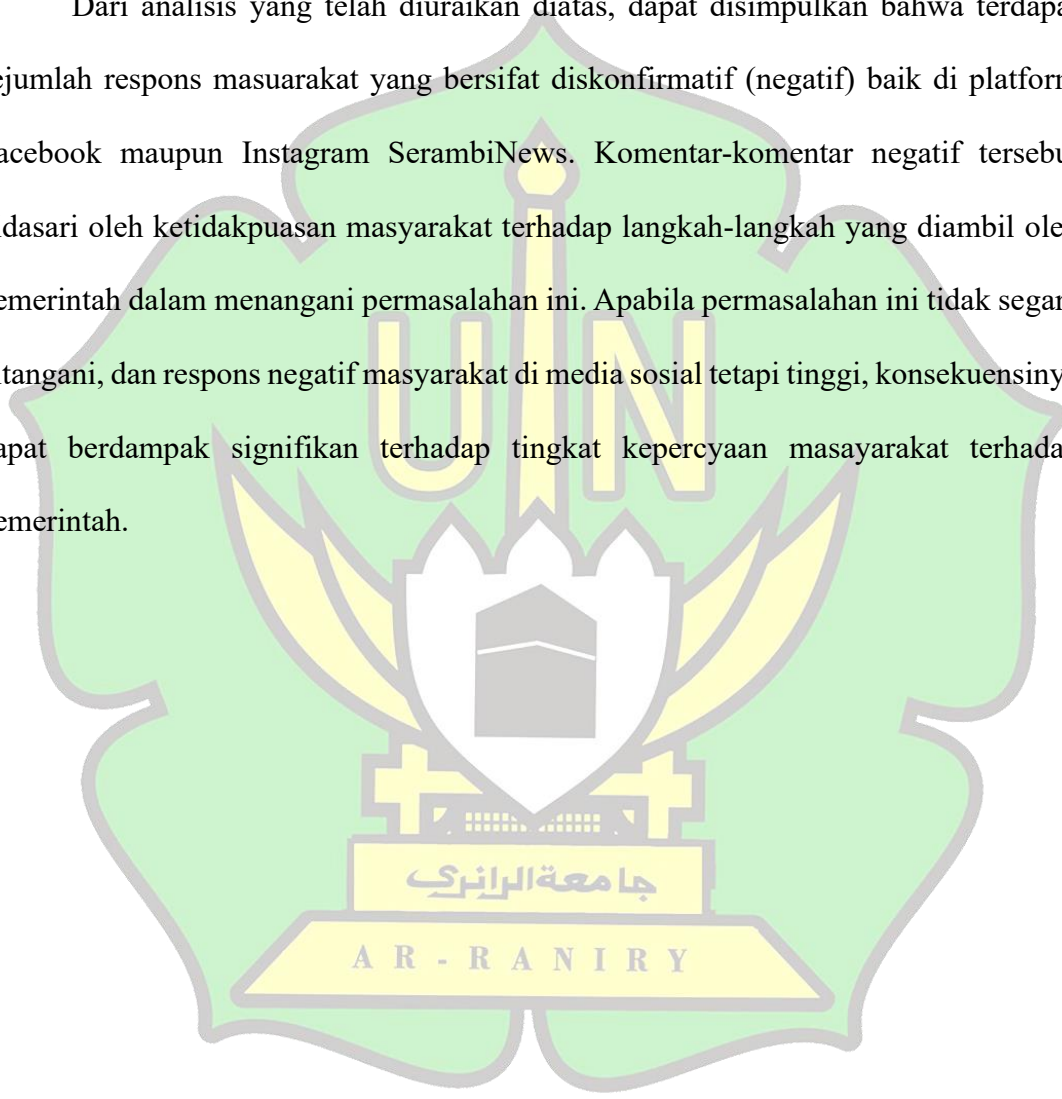
Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite yang dikutip dari lama databook.id, Facebook telah memiliki 2,93 miliar pengguna aktif pada Oktober 2022. Kemudian disusul oleh Instagram pada posisi ke-4 dengan total pengguna sekitar 1,5 miliar pengguna per Oktober 2022.³³ Di Indonesia sendiri, berdasarkan data dari GoodStats.id hingga Januari 2023, terdapat setidaknya 167 juta pengguna media sosial di Indonesia. Dengan kata lain, 78% dari 212,9 juta pengguna internet di Indonesia menggunakan media sosial atau sekitar 60,4% penduduk Indonesia menggunakan media sosial dari total penduduk sekitar 276,4 Juta.³⁴ Pada Provinsi Aceh sendiri menurut data dari laman web teukufarhan.com jumlah pengguna media sosial di aceh

³³ Cindy Mutia Annur, *Ini Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak pada Oktober 2022*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022> Dikutip pada 27 Mei 2023.

³⁴ Raihan Hasya, *Whatsapp Teratas, Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Warganet Indonesia Sepanjang 2022*, <https://goodstats.id/article/whatsapp-teratas-ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-warganet-indonesia-sepanjang-2022-ijklw> Diakses pada 27 Mei 2023

mencapai sebesar 3.7 juta, jumlah yang besar dan melebihi 50 persen jumlah penduduk Aceh.³⁵

Dari analisis yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat sejumlah respons masyarakat yang bersifat diskonfirmatif (negatif) baik di platform Facebook maupun Instagram SerambiNews. Komentar-komentar negatif tersebut didasari oleh ketidakpuasan masyarakat terhadap langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah dalam menangani permasalahan ini. Apabila permasalahan ini tidak segera ditangani, dan respons negatif masyarakat di media sosial tetapi tinggi, konsekuensinya dapat berdampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.



³⁵ Teuku Farhan, *Aceh Tembus 3.7 Juta Pengguna Internet*, <https://teukufarhan.com/aceh-tembus-3-7-juta-pengguna-internet/>, Diakses Pada Tanggal 27 Mei 2023

B. Saran

Skripsi ini masing sangat jauh dari kata sempurna, namun telah melalui kajian dan penelitian yang cukup mendalam, sehingga dapat dijadikan sebagai sumber rujukan sekaligus menambah khazanah ilmu pengetahuan terkhusus dalam upaya penanganan kelangkaan minyak goreng di Aceh.

Dalam hal ini, penulis mempunyai beberapa saran, sebagai berikut :

1. Media

Dalam hal ini, penulis menyarankan agar kedepannya terkait dengan isu kelangkaan minyak goreng agar menjadi prioritas untuk diinformasikan, bukan hanya sebagai bahan informasi bagi media, tetapi juga untuk mengedukasi masyarakat dan mengingatkan pemerintah bahwa kesejahteraan masyarakat adalah yang utama. Kemudian, media harus konsisten menyampaikan berita yang benar, sehingga masyarakat tidak merasa dibodoh-bodohi dengan informasi yang diberikan. Media menjadi peran penting dalam menjaga kestabilan sosial masyarakat.

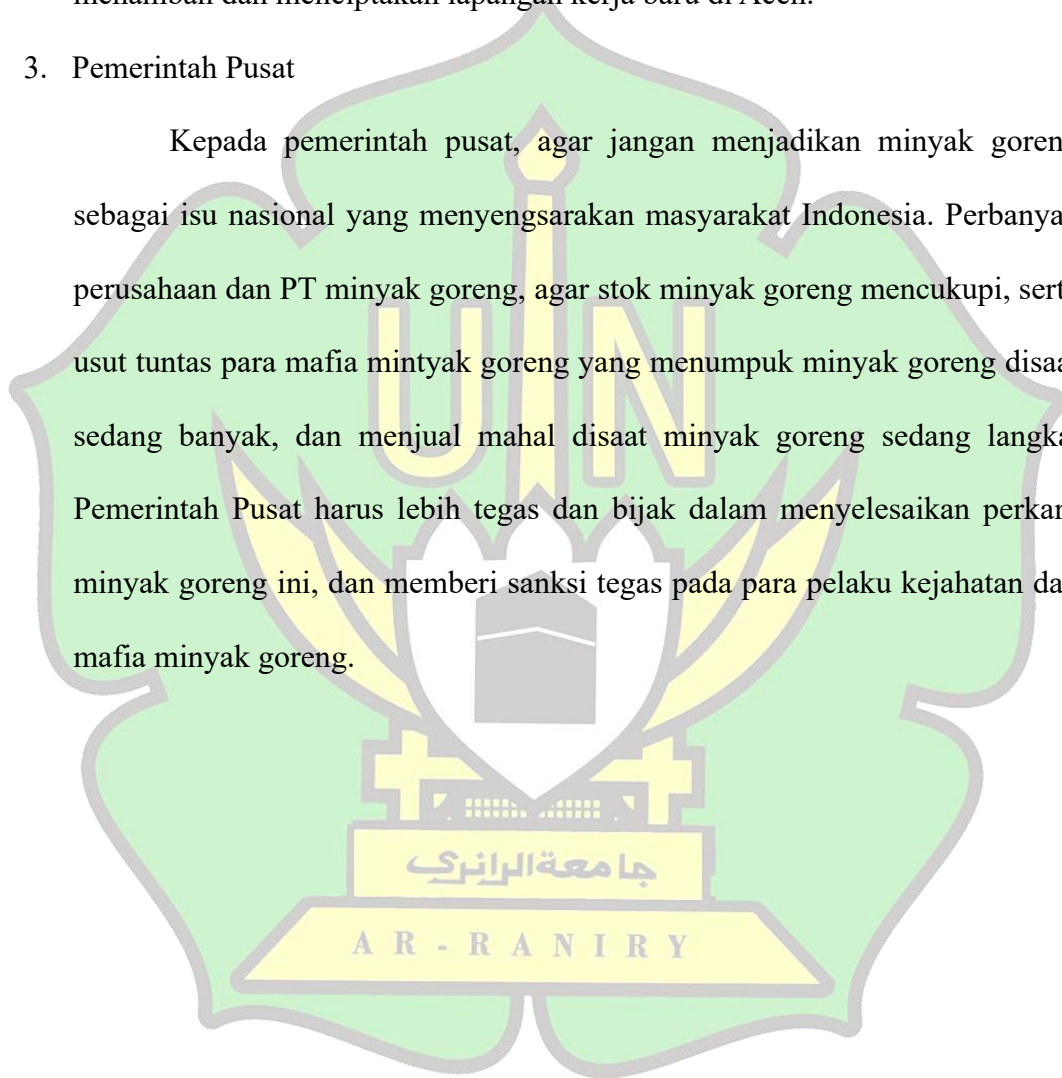
2. Pemerintah Daerah Provinsi Aceh

Kepada pemerintah Aceh, agar isu kelangkaan minyak goreng jangan ikut digoreng sebagai bahan politik dan pendekatan bulshit kepada masyarakat. Jadikan kelangkaan minyak goreng ini, menjadi pelajaran agar tidak terjadi lagi kedepan. Pemerintah Aceh harus bisa membangun sebuah perusahaan minyak goreng di Aceh, agar tidak selalu bergantung ke Provinsi lain untuk memasok minyak goreng. Sehingga, apabila daerah lain kekurangan minyak goreng, tidak

berimbang pada masyarakat Aceh. Berapa banyak jumlah perusahaan sawit yang ada di Aceh, seharusnya sudah dapat mendirikan sebuah pabrik minyak goreng dengan aturan dan kebijakan yang relevan dan sesuai, serta juga dapat menambah dan menciptakan lapangan kerja baru di Aceh.

3. Pemerintah Pusat

Kepada pemerintah pusat, agar jangan menjadikan minyak goreng sebagai isu nasional yang menyengsarakan masyarakat Indonesia. Perbanyak perusahaan dan PT minyak goreng, agar stok minyak goreng mencukupi, serta usut tuntas para mafia minyak goreng yang menumpuk minyak goreng disaat sedang banyak, dan menjual mahal disaat minyak goreng sedang langka. Pemerintah Pusat harus lebih tegas dan bijak dalam menyelesaikan perkara minyak goreng ini, dan memberi sanksi tegas pada para pelaku kejahatan dan mafia minyak goreng.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A. N. (2022). *Studi Komparasi Pemberitaan Kasus Investasi Bodong Indra Kentz (Analisis Framing Pemberitaan Media Onlien CNN Indonesia.com dan Detik.com Edisi Februari - Maret 2022)*. Jakarta: Universitas Nasional.
- Ahmadi, R. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1).
- Amnur, C. M. (27, Mei 2022). *Ini Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak pada Oktober 2022*. Diambil kembali dari Databooks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022>
- Bahri, S. (2022, Maret 28). *Mahasiswa yang tergabung dalam Liga Mahasiswa Nasional Untuk Demokrasi (LMND) Eksekutif Kota Lhokseumawe dan Aceh Utara, berdemo di Taman Riyadah Kota Lhokseumawe*. Diambil kembali dari SerambiNews: <https://www.instagram.com/tv/Cbp1zZMMQR1/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D>
- Efendi, E. (2023). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. 7(1).
- Farhan, T. (2023, mei 27). *Aceh Tembus 3.7 Juta Pengguna Internet*. Diambil kembali dari Teukufarhan.com: <https://teukufarhan.com/aceh-tembus-3-7-juta-pengguna-internet/>
- Fauzi, D. A. (2015). *Hubungan Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Dengan Empati Pada Remaja Siswa Kelas XI SMA Negeri 10 Pekanbaru*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Riau.
- Hasya, R. (2023, Mei 27). *Whatsapp Teratas, Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Warganet Indonesia Sepanjang 2022*. Diambil kembali dari Goodstats: <https://goodstats.id/article/whatsapp-teratas-ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-warganet-indonesia-sepanjang-2022-iJklw>

- Ilham. (2022, Februari 17). *Minyak Goreng Semakin Langka, Ratusan Warga Abdy Relu Mengantre Berjam-jam*. Diambil kembali dari SerambiNews: <https://www.instagram.com/tv/CaEqYzhgDf/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D>
- Ilhamawan, R. A. (2016). *Hubungan Antara Frekuensi Penggunaan Facebook Dengan Kejadian Insomnia Pada Pelajar di SMA Negeri 1 Rawalo Tahun 2016*. Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Ingrum, A. (2019). *Respons masyarakat terhadap konversi lahan pertanian menjadi kawasan industri: Studi kasus di desa bergas kidul kecamatan bargas kabupaten semarang*. Semarang: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Islami, I. (2019). *Personal Branding Ridwan Kamil Dalam Pilkada Jawa Barat 2018 (Analisis Isi Media Instagram Akun Ridwan Kamil Periode Bulan Januari-Maret 2018)*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kartini, & Hasibuan, R. (2020). Metode Analisis Framing Dalam Media Sosial. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2).
- Nafisah, N., & Amanta Felippa. (2022). Produktivitas Kelapa Sawit Tetap Terbatas Seiring Melonjaknya Harga Minyak Goreng di Indonesia. *CIPS*, 12.
- Prizeyanto, R. A. (2015). *Analisis Jejaring Sosial Penulisan Kata ISIS Pada Twitter*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Rahayu, R. N. (2022). Kenaikan Harga Minyak Goreng Kelapa Sawit di Indonesia Sebuah Analisis Berita Kompas Online. *INTELEKTIVA*, 13(8).
- Suhardi, O. T. (2018). *Respons Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau Terhadap Penyebaran Informasi Pada Majalah Dinamis*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

- Serambi . (2022, Januari 18). *Pemerintah Resmi Menerapkan Kebijakan Satu Harga Untuk Minyak Goreng*. Diambil kembali dari Serambinews.com: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid052edYvPa4tG3YxJJZMF XHUQPZTVNXPuHq1v6NJiJEHzW5TBcU9ABcvuUdkBfZzXtl&id=136020653124598&mibextid=Nif5oz
- Serambi. (2022, Februari 7). *Facebook SerambiNews*. Diambil kembali dari Serambinews.com: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0V2kUj6Me9tbqkMo3SZ pWP5J17ircFEoY3tkSiZgp7YFSKTaEMBXwALRETxxQ1WpZl&id=136020653124598&mibextid=Nif5oz
- Serambi. (2022, April 22). *Facebook SerambiNews*. Diambil kembali dari Serambinews.com: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02NrydBvwoPCU9yxMd YLgLCqhD7CcoaL7PetapgiQz4rzD1hheRTE5zHF8WnE2in2Gl&id=136020653124598&mibextid=Nif5oz
- Serambi. (2022, April 1). *Facebook SerambiNews*. Diambil kembali dari Serambinews.com: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid08sSNUN3owbimmhjhW Qe5j7R6MRWxwraycfRMubhJ7vDdVaueefYM58z329HSCD6Zl&id=136020653124598&mibextid=Nif5oz
- Serambi. (2022, April 11). *Facebook SerambiNews*. Diambil kembali dari Serambinews.com: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0xTHbKyxQmScSH7KM y4eB1ZNUMobXP6i2EBEf6zJbq8TG81XXY3XoTFFMNbffd6tHl&id=136020653124598&mibextid=Nif5oz
- Serambi, N. (2021, November 21). *Mulai Tahun Depan, Pemerintah Larang Peredaran Minyak Goreng Curah*. Diambil kembali dari SerambiNews: <https://www.instagram.com/p/CWu28fv19zV/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng%3D%3D>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Identitas Diri

Nama : Rizki Thahara
Tempat Tanggal Lahir : Sigli, 29 Desember 1997
Nomor Handphone : 0853616789718
Alamat : Dusun Geulumpang GP Mesjid Runtoh
Email : 180801053@student.ar-raniry.ac.id

Orang Tua

Ayah : Ismail
Ibu : Rosmini
Pekerjaan Ayah : -
Pekerjaan Ibu : -
Alamat : Dusun Geulumpang GP Mesjid Runtoh

Riwayat Pendidikan

1. MIN 9 Tijue
2. MTsN Sigli
3. SMA Negeri I Sigli