

Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng Di Media Online Dan Kepanikan Masyarakat

by Chontina Siahaan

Submission date: 21-Jun-2022 01:43PM (UTC+0700)

Submission ID: 1860619738

File name: PemberitaanKelangkaanMinyakGoreng.pdf (297.51K)

Word count: 2832

Character count: 17195

Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng Di Media Online Dan Kepanikan Masyarakat

Chontina Siahaan^{1*}, Andi Febri Herawati², Donal Adrian²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIPOL, Universitas Kristen Indonesia

²Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako

*Email Korespondensi: chontinasiahaan58@gmail.com

Abstract

The social problems faced by society today are related to the scarcity and rising prices of cooking oil to reach 100% more than the previous price. The government is considered less responsive in acting and acting because it is unable to provide good solutions. The issue was also published in a news report in online media. The purpose of the study was to find out the news about the scarcity of cooking oil in online media and public panic. The research method uses descriptive qualitative. Data were collected by observation and in-depth interviews. Withdrawal of informants is done purposive. Data were analyzed using the interactive model of Miles and Huberman which began with data collection, data reduction, data display and Conclusion Drawing. The results of the study show that online media such as Tempo.co and Kompas.com make news related to the scarcity and increase in cooking oil prices to reach 100 percent more than the previous price, which are facts and data that occur in all regions in Indonesia. The scarcity of cooking oil resulted in an unfavorable response from the public, such as showing a sense of disappointment and panic buying.

Keywords: Online Media, News, Scarcity of Cooking Oil

Abstrak

Masalah sosial yang dihadapi masyarakat saat ini ialah terkait dengan kelangkaan dan naiknya harga minyak goreng hingga mencapai 100 % lebih dari harga sebelumnya. Pemerintah dinilai kurang respon dalam bersikap dan bertindak karena tidak mampu memberikan solusi yang baik. Masalah tersebut juga dipublikasikan dalam sebuah pemberitaan di media online. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pemberitaan kelangkaan minyak goreng di media online dan kepanikan masyarakat. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara mendalam. Penarikan informan dilakukan secara purposif. Data dianalisis dengan menggunakan model interaktif Miles and Huberman yang dimulai dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online seperti Tempo.co dan Kompas.com membuat berita terkait dengan kelangkaan dan naiknya harga minyak goreng hingga mencapai 100 persen lebih dari harga sebelumnya merupakan fakta dan data yang benar terjadi di seluruh daerah di Indonesia. Kelangkaan minyak goreng menghasilkan respon yang kurang baik dari masyarakat seperti menunjukkan rasa kekecewaan dan terjadinya panic buying.

Kata Kunci: Media Online, Berita, Kelangkaan Minyak Goreng

Pendahuluan

Minyak goreng merupakan salah satu kebutuhan utama dalam setiap rumah tangga yang digunakan sebagai bahan makanan untuk dikonsumsi setiap harinya. Tidak hanya itu, kebutuhan akan minyak goreng juga dialami oleh semua penjual makanan mulai dari penjual gorengan pisang, tahu, tempe, singkong, ubi jalar dan berbagai olahan makanan lainnya (Attahmid et al., 2019). Kesimpulan dalam berbagai pendapat yang disampaikan oleh masyarakat bahwa minyak goreng masuk dalam kebutuhan primer karena hampir setiap hari digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui olahan makanan yang beragam, apa lagi Indonesia sebagai negara dengan ribuan jenis suku tentunya memiliki berbagai macam makanan tradisional yang umumnya membutuhkan minyak sebagai bahannya (Bene et al., 2019). Namun, kebutuhan masyarakat terkait dengan minyak goreng menjadi terhambat dan susah untuk didapatkan, sekalipun ada, harganya bisa naik berkali lipat dan tentunya akan memberikan dampak negatif pada masyarakat khususnya bagi mereka yang masuk dalam level menengah ke bawah (Thompson, 2020).

Menyikapi masalah terkait kelangkaan minyak goreng, setiap media memberikan respon dengan cara mempublikasikan informasi tersebut dalam bingkai berita yang tentunya memiliki keterkaitan dengan pemerintah sebagai pengambil kebijakan dan adanya intervensi onkum tertentu sebagai pemilik kekuasaan atas pergerakan pasar terkait penjualan minyak goreng di tengah masyarakat (Sievert et al., 2022). Publikasi berita melalui media *online* tersebut, seperti yang dituliskan oleh Tempo.co dengan judul "Akibat Krisis Minyak Goreng, Masyarakat Diperkirakan Rugi Hingga Rp 3,38 Triliun." Dijelaskan bahwa Lembaga Riset *Institute for Demographic and Poverty Studies* atau IDEAS memperkirakan kerugian ekonomi yang ditanggung masyarakat akibat krisis lonjakan harga minyak goreng mencapai Rp 3,38 triliun (Kumara et al., n.d). Krisis lonjakan tersebut pada akhirnya menjadikan masyarakat panik dan tentunya kerugian yang dialami juga diakibatkan oleh adanya kebijakan yang tidak berpihak pada rakyat kecil. Lebih lanjut dijelaskan bahwa:

Yusuf menegaskan kenaikan harga dan kelangkaan minyak goreng sangat ironis karena Indonesia adalah produsen kelapa sawit terbesar di dunia. "Pada 2020, luas perkebunan kelapa sawit telah menembus 14,5 juta hektar dengan produksi minyak sawit mentah atau CPO (Crude Palm Oil) di kisaran 45 juta ton," kata Yusuf.

Menurut dia, krisis minyak goreng ini harus diakhiri secepatnya. Sebab, minyak goreng kini merupakan salah satu kebutuhan pokok terpenting masyarakat, terlebih Ramadan telah di depan mata.

Indonesia sebagai negara produsen kelapa sawit terbesar di dunia ternyata tidak mampu memberikan solusi yang terbaik bagi masyarakat dalam hal pemenuhan kebutuhan minyak goreng. Mahalnya harga penjualan mengakibatkan masyarakat merugi mulai dari lingkungan rumah tangga hingga pada pengusaha penjual makanan (Kamim & Abrar, 2020). Harga minyak goreng yang awalnya stabil melonjak semakin tinggi seperti yang terjadi di Provinsi Gorontalo dari Rp. 11.000,- per kilogram kemudian naik menjadi Rp. 26.350,- per kilogram. Tentunya ini merupakan harga yang sangat fantastik karena kenaikannya melebihi dari 100 persen (Talebian-Kiakalaieh et al., 2018). Berikut pemberitaan yang dituliskan oleh KOMPAS.com dengan judul berita "Duduk Perkara

Lengkap Mahalnya Harga Minyak Goreng, Dugaan Kartel, Kebijakan Satu Harga Rp 14.000 Per Liter, hingga "Panic Buying" Warga." Isi berita menjelaskan bahwa:

"Diketahui, mahal nya minyak goreng sudah terjadi sejak 3 bulan terakhir. Lonjakan ini menjadi ironi mengingat pasokan minyak sawit di Indonesia selalu melimpah. Bahkan tercatat Indonesia jadi negara penghasil CPO terbesar di dunia. Mengutip laman Pusat Informasi Pangan Strategis Nasional (PIHPS) harga minyak goreng pada Minggu (9/1/2022) yang lalu, per kilogramnya dijual di kisaran Rp 19.000 sampai dengan Rp 24.000. Di Gorontalo, harga minyak goreng bahkan menembus Rp 26.350 per kilogramnya. Padahal sebelum melonjak, harga minyak nabati ini berkisar Rp 11.000 hingga Rp 13.000 tergantung kemasannya".

Pemberitaan terkait dengan kelangkaan minyak goreng yang berdampak pada harga penjualan dipasaran merupakan informasi yang mudah didapatkan oleh masyarakat karena berasal dari media online (Loizides et al., 2019). Harga minyak goreng yang awalnya stabil namun beberapa bulan terakhir di tahun 2022 ini menjadi melonjak meskipun Indonesia merupakan penghasil minyak sawit terbesar di dunia (Npueng et al., 2022). Berita yang diterima oleh masyarakat berdampak juga pada sikap yang diambil, salah satunya ialah "Panic Buying" sehingga ada yang membeli dengan sangat banyak dan sebaliknya ada yang tidak bisa mendapatkan atau bahkan tidak mampu untuk membeli (Aprillia, 2021). Olehnya itu, berdasarkan masalah terkait dengan kelangkaan minyak goreng yang dimuat dalam sebuah pemberitaan, diharapkan pemerintah bisa memberikan solusi yang terbaik bagi masyarakat khususnya yang berada di kalangan menengah ke bawah.

Metode Penelitian

Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara mendalam. Penarikan informan dilakukan secara purposif, Data dianalisis dengan menggunakan model interaktif Miles and Huberman yang dimulai dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil Dan Pembahasan

Kelangkaan minyak goreng yang terjadi di Indonesia mengakibatkan masyarakat kecewa dengan pemerintah karena kebijakan yang dibuat tidak berpihak pada rakyat biasa. Hampir semua masyarakat bersuara, karena kelangkaan ini juga berdampak pada kenaikan harga yang begitu tinggi hingga melewati batas normal dari 100 persen kenaikan (Merten et al., 2021). Pada dasarnya banyak masyarakat yang kecewa terkait dengan kondisi ini. Berikut penyampaian dari ibu Ani (Ibu Rumah Tangga):

"Kelangkaan minyak goreng membuat kami kaum ibu-ibu khususnya saya sangat kecewa dan marah. Karena sudah sampai hari ini pemerintah tidak bisa memberikan solusi yang baik bagi kami sebagai masyarakat biasa. Kalaupun minyaknya ada, harganya sangat mahal. Jujur, kami sebagai masyarakat sangat dirugikan".

Begitu banyak masyarakat yang kecewa dengan adanya kelangkaan dan kenaikan harga minyak goreng di Indonesia. Masalah tersebut menjadikan masyarakat khususnya kaum ibu rumah tangga merasa kecewa dan marah, sebab pemerintah tidak bisa memberikan solusi yang terbaik agar masyarakat tidak dirugikan (Bahagia et al., 2021).

Karena kerugian yang dialami masyarakat pada dasarnya akan menghasilkan masalah yang lain dengan pemerintah.

Tia (Ibu Rumah Tangga):

"Saya sebagai ibu rumah tangga sangat kaget dengan lonjakan harga minyak goreng yang menurutku diluar batas kewajaran karena mencapai 50% lebih kenaikan harganya. Kasian kami yang rakyat biasa, terseok-seok juga mau membeli minyak apalagi sangat langka di dapatkan. Jujur, sangat kecewa dengan pemerintah yang tidak berpihak pada rakyat biasa".

Kenaikan harga minyak goreng yang ada dipasaran mencapai 50 % lebih dari harga sebelumnya. Ini tentunya sangat merugikan masyarakat biasa karena selain harus mengeluarkan dana yang cukup besar, minyak goreng sangat susah untuk didapatkan dipasaran (Elleby et al., 2020). Masalah tersebut tentunya pada dasarnya menjadikan masyarakat sangat kecewa dengan tindakan pemerintah karena tidak mampu memberikan solusi terbaik dari kenaikan harga minyak goreng yang bisa dilihat secara langsung dan melalui pemberitaan media.

Agus (Penjual Gorengan):

"Udah hampir 1 bulan ini usahaku bersama istri tutup dulu, karena minyak goreng sangat mahal dan langka juga untuk didapatkan. Udah ke pasar-pasar, tapi susahnya minta ampun, walaupun ada, mahal banget. Biasa kami liat juga diberita-berita online, kalau diseluruh Indonesia harga minyak goreng mahal. Kami sangat kecewa dengan pemerintah".

Tutupnya usaha gorengan milik Pak Agus dan istri disebabkan adanya kelangkaan dan mahalnya minyak goreng sebagai bahan baku utama untuk berjualan. Pemberitaan media juga sangat tegas menyatakan bahwa minyak goreng di seluruh daerah di Indonesia sangat susah untuk didapatkan. Masalah demikian menyebabkan masyarakat kecewa dengan sikap pemerintah yang tidak mampu memberikan solusi sehingga banyak kerugian yang dialami oleh masyarakat (Suwarno, 2019).

Bambang (Penjual Makanan Masak):

"Pas melihat dan mendengar pemberitaan di media online, saya dan istri langsung panic diawal-awal kenaikan harga minyak goreng, kami langsung ke pasar dan membeli dengan begitu banyak, karena minyak ini sebagai kebutuhan utama dalam usaha masak memasak yang sudah dijalani bertahun-tahun. Tapi jujur, kenaikan minyak goreng ini membuat kami kecewa dengan pemerintah.

Terjadi tindakan *panic buying* yang dilakukan oleh Bambang dan istri sebagai pengusaha makanan masak yang sudah dijalani selama bertahun-tahun. Mereka membeli dengan begitu banyak minyak goreng untuk bisa memenuhi kebutuhan usahanya agar tetap berjalan dengan normal dan bisa memenuhi kebutuhan hidup (Naeem, 2021). Kenaikan harga tersebut awalnya disaksikan melalui pemberitaan media *online*. Bambang sebagai pengusaha penjual makanan pada dasarnya juga sangat kecewa dengan sikap pemerintah yang tidak bisa mengambil kebijakan baik terkait dengan masalah kenaikan harga minyak goreng di Indonesia.

Masyarakat atau khalayak membutuhkan berita untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan ataupun mengetahui langkah yang harus dilakukan dalam menyikapi suatu berita. Salah satu konsep berita yang cukup menarik adalah berita sebagai fakta objektif. Sebuah berita haruslah bersifat faktual dan objektif. Faktual berarti mengandung fakta-fakta

atau kebenaran bukan kejadian yang dibuat-buat. Sedangkan objektif adalah bebas tidak memihak atau menitik beratkan pada suatu aspek atau seimbang (Molina et al., 2021). Dalam hal ini, terkait dengan sifat faktual tentang fakta yang terjadi di masyarakat Indonesia yaitu kelangkaan dan naiknya harga minyak goreng yang sangat merugikan masyarakat karena harus mengeluarkan dana yang cukup banyak. Kebutuhan masyarakat akan berita bisa didapatkan melalui media *online* dengan menggunakan *smartphone* yang dimiliki.

Berita merupakan informasi yang dibuat berdasarkan fakta dan data yang terjadi di lapangan dan dipublikasikan oleh media sehingga menghasilkan respon masyarakat mulai dari adanya sikap kekecewaan dengan pemerintah hingga terjadinya *panic buying* terkait kelangkaan minyak goreng dipasaran dan naiknya harga lebih dari 100 %. Berdasarkan konsepnya bahwa menurut pandangan Mitchel V. Charnley, berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting, atau kedua-duanya bagi masyarakat luas (Qorib & Saragih, 2018).

Pemberitaan tentang kelangkaan minyak goreng merupakan daya tarik yang kuat bagi masyarakat karena berkaitan dengan kebutuhan utama yang harus dipenuhi saat memasak baik di rumah tangga ataupun untuk usaha makanan (Shupler et al., 2021). Informasi tentang kelangkaan dan naiknya harga minyak goreng dengan serta merta bisa didapatkan masyarakat melalui media *online* sebagai penyalur berita yang cepat dan tentunya menunjukkan fakta, seperti “mengutip laman Pusat Informasi Pangan Strategis Nasional (PIHPS) harga minyak goreng pada Minggu (9/1/2022) yang lalu, per kilogramnya dijual di kisaran Rp 19.000 sampai dengan Rp 24.000. Di Gorontalo, harga minyak goreng bahkan menembus Rp 26.350 per kilogramnya. Padahal sebelum melonjak, harga minyak nabati ini berkisar Rp 11.000 hingga Rp 13.000 tergantung kemasannya”.

Mahalnya harga minyak goreng yang diberitakan melalui media *online* merupakan fakta yang banyak terjadi di lapangan. Tidak sedikit masyarakat yang memberikan respon kurang baik terkait dengan kinerja pemerintah Indonesia yang tidak mampu menunjukkan keberpihakannya kepada rakyat biasa (Manu et al., 2020). Alhasil, masalah minyak goreng kemudian menghasilkan masalah baru seperti terjadinya tindakan demo oleh mahasiswa dan masyarakat yang terjadi hampir di seluruh penjuru Indonesia (Sparrow et al., 2020). Pada dasarnya, masyarakat hanya meminta untuk diperhatikan dengan baik, karena masalah terkait dengan mahalnya harga penjualan mengakibatkan kerugian di masyarakat, mulai dari lingkungan rumah tangga hingga pada pengusaha penjual makanan.

Kesimpulan

Media *online* seperti Tempo.co dan Kompas.com membuat berita terkait dengan kelangkaan dan naiknya harga minyak goreng hingga mencapai 100 persen lebih dari harga sebelumnya merupakan fakta dan data yang benar terjadi di seluruh daerah di Indonesia. Kelangkaan minyak goreng mengakibatkan kerugian di masyarakat mulai dari lingkungan rumah tangga hingga pada pengusaha penjual makanan. Masalah tersebut pada akhirnya menghasilkan respon yang kurang baik dari masyarakat seperti menunjukkan rasa kekecewaan dan terjadinya *panic buying*.

- Aprilia, C. S. (2021). Perilaku Panic Buying dan Berita Hoaks Covid-19 di Kota Bandung. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 11-26.
- Attahmid, N. F. U., Saleh, R., & Yusuf, M. (2019). Penerapan teknologi tepat guna dan diversifikasi pangan pada UKM olahan Ikan Bandeng di Desa Bulu Cindea Kecamatan Bungoro, Pangkep. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(4), 517-528.
- Bahagia, B., Habibah, N. W., Mangunjaya, F. M., & Wibowo, R. (2021). Religion Value and Social Capital for Resilience to Combat Covid-19 In Society Environment. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(5), 2441-2449.
- Béné, C., Oosterveer, P., Lamotte, L., Brouwer, I. D., de Haan, S., Prager, S. D., ... & Khoury, C. K. (2019). When food systems meet sustainability—Current narratives and implications for actions. *World Development*, 113, 116-130.
- Elleby, C., Domínguez, I. P., Adenauer, M., & Genovese, G. (2020). Impacts of the COVID-19 pandemic on the global agricultural markets. *Environmental and Resource Economics*, 76(4), 1067-1079.
- Kamim, A. B. M., & Abrar, M. I. (2020). Marginalisasi Kesejahteraan Hewan Akibat Ambisi Peningkatan Ekspor Minyak Sawit di Indonesia. *Jurnal Borneo Administrator*, 16(1), 39-60.
- Kumara, H. C., Prastyo, D., & Rahayu, S. P. The Impact of the Covid-19 Pandemic on Tourism Sector in Indonesia Using a Structural Path Analysis Based on Inter-Regional Input-Output Matrix. *Journal of Mathematics and Mathematics Education*, 11(2), 13-29.
- Loizides, M. I., Loizidou, X. I., Orthodoxou, D. L., & Petsa, D. (2019). Circular bioeconomy in action: collection and recycling of domestic used cooking oil through a social, reverse logistics system. *Recycling*, 4(2), 16.
- Mannu, A., Garroni, S., Ibanez Porras, J., & Mele, A. (2020). Available technologies and materials for waste cooking oil recycling. *Processes*, 8(3), 366.
- Merten, J., Nielsen, J. Ø., & Faust, H. (2021). Climate change mitigation on tropical peatlands: a triple burden for smallholder farmers in Indonesia. *Global Environmental Change*, 71, 102388.
- Molina, M. D., Sundar, S. S., Le, T., & Lee, D. (2021). “Fake news” is not simply false information: A concept explication and taxonomy of online content. *American behavioral scientist*, 65(2), 180-212.
- Naeem, M. (2021). Do social media platforms develop consumer panic buying during the fear of Covid-19 pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102226.
- Npueng, S., Oosterveer, P., & Mol, A. P. (2022). Governing sustainability in the Thai palm oil-supply chain: the role of private actors. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 18(1), 37-54.
- Qorib, A., & Saragih, M. Y. (2018). The Creation in Building Good News for The Society in Medan, Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 1(4), 362-368.
- Shupler, M., Mwitari, J., Gohole, A., de Cuevas, R. A., Puzzolo, E., Čukić, I., ... & Pope, D. (2021). COVID-19 impacts on household energy & food security in a Kenyan

- informal settlement: The need for integrated approaches to the SDGs. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 144, 111018.
- Sievert, K., Lawrence, M., Parker, C., Russell, C. A., & Baker, P. (2022). Who has a beef with reducing red and processed meat consumption? A media framing analysis. *Public Health Nutrition*, 25(3), 578-590.
- Sparrow, R., Dartanto, T., & Hartwig, R. (2020). Indonesia under the new normal: Challenges and the way ahead. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 56(3), 269-299.
- Suwarno, W. (2019). The challenge of Indonesian diplomacy against palm oil discrimination. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 15(2), 197-212.
- Talebian-Kiakalaieh, A., Amin, N. A. S., Rajaei, K., & Tarighi, S. (2018). Oxidation of bio-renewable glycerol to value-added chemicals through catalytic and electro-chemical processes. *Applied Energy*, 230, 1347-1379.
- Thompson, M. C. (2020). The impact of the coronavirus pandemic on the socioeconomic future of young Saudis. *Asian Journal of Middle Eastern and Islamic Studies*, 14(3), 358-382.

Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng Di Media Online Dan Kepanikan Masyarakat

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.stikosa-aws.ac.id Internet Source	3%
2	hk-publishing.id Internet Source	2%
3	ojs.unikom.ac.id Internet Source	2%
4	bisnis.tempo.co Internet Source	1%
5	www.scribd.com Internet Source	1%
6	Laila Hayati. "Konsep Diri Anak-anak Pengguna Aktif Media Sosial", Society, 2018 Publication	1%
7	www.kompas.com Internet Source	1%
8	mutuinstitute.com Internet Source	1%

pascasarjana.iain-surakarta.ac.id

9

Internet Source

1 %

10

msocialwork.com

Internet Source

1 %

11

9pdf.co

Internet Source

1 %

12

www.jurnal.unsyiah.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On