Jurnal Politikom Indonesiana:
Kajian Ilmu Pemerintahan, Ilmu Politik dan Ilmu Komunikasi
Vol. 7, No. 1, Juni 2022
https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana

Respon Krisis IRT Mengenai Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng

Eshauqi Fitrayatra
Universitas Padjadjaran, Jatinangor, Indonesia
Email: eshauqi21001@mail.unpad.ac.id

NQ Ratna Suminar Sari
Universitas Padjadjaran, Jatinangor, Indonesia
Email: ratna21010@mail.unpad.ac.id

Panjibrata Burhan
Universitas Padjadjaran, Jatinangor, Indonesia
Email: panjibrata16001@mail.unpad.ac.id

Herlina Agustin
Universitas Padjadjaran, Jatinangor, Indonesia
Email: h.agustin@unpad.ac.id

Abstrak
Kelangkaan minyak goreng yang terjadi di Indonesia telah berdampak secara merata kepada seluruh lapisan masyarakat, terutama ibu rumah tangga yang menjadikan minyak goreng sebagai kebutuhan sehari-hari. Krisis ini kemudian menimbulkan berbagai tanggapan dan memunculkan banyak pemberitaan di media, salah satunya pemberitaan mengenai pernyataan Ibu Megawati Soekarnoputri yang merupakan mantan Presiden RI mengenai kelangkaan minyak goreng yang sempat menyinggung respon ibu-ibu. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi terstruktur dan kajian literatur. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah dua orang ibu rumah tangga dengan latar belakang pendidikan yang berbeda. Analisis data penelitian ini lakukan melalui tiga tahap analisis data, yaitu: tahap reduksi data, tahap penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini bahwa, narasumber beranggapan bahwa pernyataan Megawati tersebut memberikan dampak positif dan negatif bagi ibu rumah tangga, namun mayoritas memberikan anggapan negatif terhadap pernyataan Megawati tersebut. Strategi respons krisis dibutuhkan sebagai bentuk manajemen krisis yang dapat dilakukan oleh individu untuk menanggulangi krisis dari pemberitaan media dengan terjun langsung memeriksa kebenaran berita di lapangan, menyeleksi dampak positif dan negatif dari pemberitaan di media, hingga penemuan solusi untuk mengurangi dampak negatif krisis bagi narasumber.

Kata Kunci: ibu rumah tangga, manajemen krisis, krisis

Abstract
The scarcity of cooking oil in Indonesia has evenly impacted all levels of society, especially housewives who put cooking oil as a daily necessity. This crisis led to various responses raised by news in the media – one of which was the statement of Mrs. Megawati Soekarnoputri, the former President of the Republic of Indonesia. Her statement created some responses from some parties including the Indonesian housewives. Therefore, this case study aimed to investigate the responses of Indonesian housewives related to the statement of Mrs. Megawati and their strategies in handling the crisis delivered by the media. An interview was used as a research instrument involving two housewives with different backgrounds as participants. The collected data were analyzed by following three stages of qualitative data analysis, namely data transcription, data reduction, and data interpretation. The results of this study revealed that the statement of Mrs. Megawati involves some perspectives from the Indonesian housewives, both positively and negatively. They perceived that this statement offended some parties including the food seller and proletariat, while it also encouraged them to keep running their business so they would earn money to afford the cooking oil. Regarding the crisis responses, they believed that certain strategies were required to overcome crises informed by the media and directly check the truth of the news. By doing so, the Indonesian citizen, particularly housewives, will be more selective in consuming news from the media.

Keywords: crisis, crisis management, housewife.

PENDAHULUAN

Peran minyak goreng dalam kehidupan manusia, khususnya di kalangan masyarakat Indonesia melekat sangat erat. Minyak goreng menjadi salah satu kebutuhan pokok dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari seperti menumis, menggoreng dalam jumlah yang sedikit dan banyak, serta memberikan cita rasa yang lebih lezat dan renyah. Menurut Sinurat & Alamsyah (2016), minyak goreng dapat dianggap sebagai komoditas yang cukup strategis bagi masyarakat Indonesia karena minyak goreng ini menjadi salah satu bahan makanan pokok yang tidak dapat terlepas di seluruh lapisan masyarakat Indonesia, baik yang berada di perkotaan maupun pedesaan. Hubungan keterkaitan antara konsumen dengan minyak goreng ini dianggap sebagai faktor utama penentu ketersediaan dan nilai harga yang beredar di pasaran. (Sinurat, Alamsyah, & Elwamendri, 2016)

Sementara itu, Purwataningsih (2002) dan Suma (2020) menjelaskan bahwa sebagian besar konsumen utama yang membeli minyak goreng didominasi oleh ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga memiliki ketergantungan dan permintaan yang cukup tinggi terhadap minyak goreng karena produk ini digunakan pada sebagian besar masakan. Mereka mengakui bahwa

Copyright © 2022, **JPI: Jurnal Politikom Indonesiana (Kajian Ilmu Pemerintahan, Ilmu Politik dan Ilmu Komunikasi)**, ISSN: 2528-2069 (online)

memasak tanpa menggunakan minyak goreng memberikan perubahan yang cukup signifikan terhadap cita rasanya (Suma, 2020).

Namun demikian, beberapa pekan di bulan Maret hingga April 2022 menunjukkan adanya krisis kelangkaan minyak goreng yang terjadi di hampir seluruh wilayah Indonesia. Menurut Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPS), rata-rata harga minyak goreng hingga tanggal 20 April 2022 di pasar tradisional menunjukkan harga Rp. 26,000 per liter (Anita, 2022; Widjaja, 2022) Sedangkan, rata-rata harga minyak goreng curah berkisar antara Rp. 19.900 per liter, melampaui harga eceran tertinggi yang ditetapkan oleh pemerintah sebesar Rp. 14.000 per liter (Widjaja, 2022). Data ini tentunya menimbulkan banyak polemik dan spekulasi terkait penyebab kelangkaan dan kenaikan harga minyak goreng seperti mulai dari naiknya harga minyak nabati dunia, adanya peningkatan alokasi minyak sawit untuk produksi biodiesel, hingga dugaan tersebarnya permainan mafia minyak goreng (Rahayu, 2022).

Beberapa isu dan polemik ini kemudian disebarluaskan oleh media dengan ragam redaksi dan pembahasan yang berbeda. Sehubungan dengan jangkauan dan pengaruh massa yang semakin meningkat, media hingga saat ini tidak terpisahkan sama seperti kebutuhan mereka terhadap bahan pokok tersebut. Media massa memfasilitasi akses ke beberapa informasi bagi pembuat kebijakan, manajer, hingga warga negara lainnya serta meningkatkan kecepatan penyampaian informasi baru untuk kemudian dikumpulkan dan terakumulasi serta didistribusikan sehingga informasi tertentu akan semakin meningkat dan dapat diakses masyarakat secara luas (Ghassabi & Zare-Farashbandi, 2015).

Terkait dengan isu krisis minyak goreng yang dapat mempengaruhi opini publik tersebut, media massa dapat terlibat dalam upaya yang terorganisir untuk mengendalikan emosi masyarakat dan memberikan dampak secara positif maupun negatif. Informasi yang akurat dan terkini ini merupakan salah satu faktor yang terpenting dalam menemukan solusi yang diharapkan terhadap situasi krisis yang sedang terjadi dan dianggap sebagai cara terbaik bagi media untuk membantu masyarakat dalam menghadapi isu krisis yang sedang terjadi.

Pendapat ini didukung oleh Postman (Postman, 2009) yang mengungkapkan bahwa media massa dan alat-alatnya memainkan peran penting dalam pikiran masyarakat secara luas dan mempengaruhi bagaimana masyarakat memikirkan suatu fenomena atau isu yang terjadi. Secara normal, terlepas dari tingkat pendidikan masyarakat tersebut, keyakinan bahwa media massa memiliki kekuatan yang tidak terbayangkan sudah tersebar dengan

sangat luas termasuk ke kalangan ibu rumah tangga. Masyarakat telah berpikir bahwa media massa dapat mengubah filosofis dan pendapat politik, memberikan bentuk pemikiran baru dan membimbing semua tindakan manusia (Rezaeian, 2013). Hal ini menunjukkan peran media massa yang tidak terbantahkan dalam masyarakat khususnya terkait dengan situasi krisis yang sedang dihadapi khususnya dalam membantu para korban dari krisis yang terjadi.

Salah satu polemik yang terjadi terkait dengan pemberitaan media terkait dengan isu krisis minyak goreng ini adalah adanya komentar dari mantan Presiden Republik Indonesia kelima, Megawati Soekarnoputri, yang dianggap tidak sensitif terhadap krisis yang terjadi. Pernyataannya tersebut menganggap antri minyak goreng yang dilakukan ibu-ibu sebagai sesuatu yang tidak penting karena adanya alternatif lain untuk memasak makanan khas Indonesia. Padahal, sebelumnya media juga memaparkan banyak korban jiwa yang terjadi akibat antrian untuk memperoleh minyak goreng. Polemik ini tentu saja menjadi terkenal dan disebarluaskan oleh media sehingga menimbulkan banyak pihak yang memberikan tanggapan negatif.

Dilansir Kompasiana.com pada tanggal 29 Maret 2022, kompas.com merupakan salah satu media yang mengunggah video pernyataan Ibu Megawati mengenai kelangkaan minyak goreng ini ternyata telah mengundang perhatian warganet dan memunculkan beragam komentar. Ada yang menunjukkan kekecewaannya secara terang-terangan, ada pula yang mendoakan agar menjadi lebih baik lagi, hingga ada pula yang memberi dukungan. (Aze, 2022)

Mempertimbangkan pentingnya peran media massa dalam mengungkapkan polemik krisis minyak goreng termasuk mengenai pemberitaan pernyataan Ibu Megawati Soekarnoputri mengenai krisis kelangkaan minyak goreng, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi bagaimana pendapat dan tanggapan ibu rumah tangga dalam terhadap komentar yang disampaikan oleh Megawati mengenai krisis kelangkaan minyak goreng serta bagaimana cara menanggulangi krisis tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi secara keilmuan khususnya memperluas horizon terkait manajemen krisis seseorang dalam menghadapi krisis yang diberitakan oleh media.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjudul “Respon Krisis IRT Mengenai Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng” menggunakan pendekatan kualitatif di mana jenis penelitian ini menggali dan

memahami makna pada sejumlah individu atau kelompok orang yang berasal dari masalah sosial (Creswell, 2014) pendekatan ini mampu menggambarkan suatu fenomena lebih dalam dan mampu menceritakan bagaimana suatu isu atau fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari secara lebih dekat, sehingga diharapkan penelitian ini dapat melihat bagaimana fenomena minyak goreng dapat dianalisis melalui sudut pandang pengguna dalam menggali dan memahami makna pada sejumlah individu atau kelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Fokus penelitian ini adalah bagaimana persepsi dan manajemen krisis ibu rumah tangga terkait isu krisis kelangkaan minyak goreng. Selain itu, paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, penelitian studi kasus adalah desain penelitian yang mengungkap kasus tunggal atau massal dalam kurun waktu tertentu. Fokus penelitian studi kasus adalah spesifikasi kasus dalam suatu peristiwa, baik itu individu, kelompok budaya maupun potret kehidupan (Creswell, Hanson, & Clark, 2007).

Penelitian kali dilakukan di Kabupaten Bandung Barat yang mengambil data dari ibu rumah tangga yang terkena dampak dari krisis kelangkaan minyak goreng, pemilihan ibu rumah tangga karena setiap kebutuhan untuk memasak terutama di Indonesia sedikit banyak menggunakan minyak goreng sebagai bahan untuk memasak. Untuk memperoleh data yang diperlukan, kami menggunakan teknik pengumpulan data wawancara semi terstruktur di mana subjek yang diteliti dapat memberikan jawaban yang bebas dan tidak terbatas, tetapi subjek yang diteliti tidak boleh keluar dari jalan yang telah ditentukan sebelumnya. tema. (Sugiyono, 2013) serta untuk mendapatkan data sekunder kami dapatkan dari kajian literatur berupa pemberitaan krisis minyak dan pernyataan Megawati mengenai krisis ini di media dan media online. Analisis data yang kami lakukan melalui tiga tahap analisis data, yaitu: tahap reduksi data, tahap penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dikategorikan ke dalam pola-pola yang telah ditentukan sebelumnya sehingga dapat disajikan sesuai dengan rumusan masalah penelitian, kemudian menghubungkan kategori dan klasifikasi yang telah diperoleh dengan referensi ilmiah atau dengan teori yang terkait sehingga dapat ditarik kesimpulan. (Miles, Huberman, & Saldana, 2014). Penyajian data dilakukan setelah selesai melakukan analisis, penyajian data akan dilakukan berdasarkan manajemen krisis yang dilakukan oleh ibu rumah tangga yang terkena dampak dari krisis kelangkaan minyak goreng yang selanjutnya akan dianalisis untuk menyambungkan benang-merahkan pada Respon Krisis IRT Mengenai Pemberitaan Kelangkaan Minyak Goreng.

HASIL PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang diperoleh dari instrumen penelitian wawancara kepada dua orang ibu rumah tangga partisipan yang dipilih secara acak. Kedua orang ibu rumah tangga tersebut memiliki dua latar belakang yang berbeda. Ibu Rena (nama samaran), merupakan seorang ibu rumah tangga yang bekerja paruh waktu sebagai pedagang makanan seperti lontong sayur, gorengan, dan lainnya, sementara Ibu Tuti (nama samaran) adalah seorang ibu rumah tangga yang tidak bekerja maupun berdagang. Keduanya sama-sama memerlukan minyak goreng baik untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari ataupun untuk berjualan.

Terkait dengan isu kelangkaan minyak goreng yang terjadi, kedua ibu rumah tangga tersebut mengakui bahwa mereka memperoleh informasi terkait dengan isu tersebut dari dua sumber yang berbeda, yaitu media dan masyarakat sekitar (tetangga). Ibu Rena dalam kegiatan wawancara menjelaskan bahwa dirinya mengetahui isu kenaikan dan kelangkaan minyak goreng tersebut dari media televisi yang dimilikinya di rumah. Menurutnya, media televisi tersebut menyampaikan isu kenaikan tersebut dengan data angka kenaikan beberapa persen dari biasanya. Dirinya menjelaskan bahwa pada awalnya dirinya sedang menonton televisi tidak sengaja dan kemudian memperoleh informasi tentang kenaikan dan kelangkaan minyak goreng tersebut. Kemudian, Ibu Rena mencoba membuktikan apa yang disampaikan dalam media tersebut secara langsung di lapangan dengan membeli minyak goreng di warung dan pasar tradisional. Secara rinci, pernyataan Ibu Rena ini dapat dilihat dalam kutipan hasil wawancara berikut ini:

"Ya saya tahu informasi kenaikan minyak goreng itu dari media televisi. Awalnya saya memang lagi nonton aja, terus tiba-tiba ibu belanja dan memang iya"

Hasil wawancara dengan Ibu Rena

Sementara itu, Ibu Tuti mengetahui isu terkait kelangkaan dan kenaikan harga minyak goreng dari masyarakat di lingkungan sekitarnya yang mengeluhkan tentang kenaikan minyak goreng tersebut. Berbeda dengan Ibu Rena, Ibu Tuti tidak mengetahui isu tersebut dari media baik cetak maupun elektronik karena dirinya jarang untuk mengakses media tersebut, namun beliau lebih sering terpapar dengan warga sekitar, sehingga informasi lebih mudah untuk disebarluaskan. Menurutnya, apa yang disampaikan oleh warga sekitar terkait dengan isu tersebut hanya menyangkut tentang harga minyak goreng yang melambung tinggi yang ditentukan oleh produsen minyak goreng tersebut. Kemudian, menurutnya, produsen minyak

goreng tersebut melakukan pemberhentian distribusi minyak di tengah jalan sehingga menyebabkan kelangkaan minyak goreng di beberapa toko. Pendapat Ibu Tuti tersebut dijabarkan sebagai berikut:

"Engga sih, cuman ibu dengar dari tetangga. Itu teh minyak itu teh ada katanya cuma yang bikin naik harga dari sananya, dari pabriknya itu ngalir, nah di tengah jalan di-stop gitu, jadi ga masuk ke pasar tuh ga masuk".

Hasil wawancara dengan Ibu Tuti

Menurut Ibu Rena, apa yang disampaikan oleh Ibu Megawati tersebut tidak memiliki rasa empati terhadap masyarakat Indonesia, khususnya kepada ibu rumah tangga sebagai konsumen utama dari minyak goreng tersebut. Ibu Rena mengungkapkan bahwa Ibu Megawati tidak menempatkan perspektifnya pada rakyat kecil yang membutuhkan minyak goreng dan rela untuk melakukan apapun untuk mendapatkannya. Menurutnya, Ibu Megawati tidak memiliki pengalaman yang sama dengan rakyat kecil tersebut, khususnya terkait dengan perjuangan dalam memperoleh minyak goreng seperti yang diuraikan dalam kutipan wawancara berikut ini:

"Menyinggung sih, mungkin karena Bu Megawati gak akan merasakan orang yang di bawah gitu, kenaikan atau apa gak akan merasakan gitu. Ya mungkin yang ngantri atau gimana gitu ya, ya mungkin Bu Megawati tidak merasakan apa yang dibutuhkan untuk pedagang apa kan lain ya kebutuhannya. Bu Megawati mau naik mau apa gak akan merasakannya".

Hasil wawancara dengan Ibu Rena

Pemberitaan mengenai pernyataan Ibu Megawati ini juga mendapat banyak komentar dari para netizen. Beberapa media bahkan menyoroti pendapat ibu-ibu yang mayoritas merupakan ibu rumah tangga mengenai pernyataan Megawati tentang kelangkaan minyak goreng ini. Dalam artikel berita online yang dilansir suara.com pada tanggal 21 Maret 2022, salah satu karyawan swasta yang juga seorang ibu rumah tangga bernama Rahayu mengungkapkan bahwa Ibu Megawati kurang tepat dalam menangkap dan memahami fenomena kelangkaan minyak goreng dan reaksi ibu rumah tangga yang rela mengantri untuk membeli minyak goreng. Dalam artikel berita tersebut Rahayu mengungkapkan:

"Poinnya kan bukan kita jadi harus lebih sehat saja karena harga minyak goreng naik. Tapi ya bagaimana juga pemerintah juga bisa ngatasin permasalahan minyak goreng yang harganya jadi selangit,"

Sumber: suara.com (Santoso, 2022)

Narasumber lain, Ibu Dinda juga mengungkapkan pendapatnya mengenai pernyataan Ibu Megawati kepada suara.com. Dinda menilai bahwa pernyataan yang diungkapkan oleh Megawati sangatlah bertentangan dengan apa yang dikatakan oleh pemerintah dalam menanggapi krisis ini. Menurutnya, minyak goreng curah yang disubsidikan oleh pemerintah jelas-jelas merupakan minyak goreng yang memiliki kualitas buruk, sehingga pernyataan Megawati yang menuntut ibu-ibu untuk bisa mengolah makanan menjadi lebih sehat sangat berbanding terbalik dengan apa yang dilakukan pemerintah dengan mensubsidikan minyak goreng curah yang tidak sehat. Dinda mengungkapkan:

"Itu (minyak goreng curah) kualitasnya bukan buruk ya? lagian waktu itu pemerintah sempat mau ilangin minyak goreng curah dari pasaran tapi nggak jadi mulu. Kan berarti sudah ada riset sebelumnya kalau minyak goreng curah jelek. Lah ini sekarang disubsidi, gimana sih?,"

Sumber: suara.com (Santoso, 2022)

Di sini, narasumber yang terlibat dalam penelitian ini baik yang diwawancarai secara langsung atau narasumber artikel terkait tengah menghadapi tahap akut dalam tahapan krisis menurut Steven Fink. Pada tahap ini narasumber sedang berada dalam krisis yang sesungguhnya akibat dari gejala-gejala yang tidak disadari di tahap prodromal. Gejala-gejala di tahap ini mulai terlihat jelas, ditandai dengan munculnya pemberitaan mengenai ibu-ibu yang rela mengantri untuk mendapatkan minyak goreng curah, krisis juga semakin kompleks manakala muncul pernyataan Ibu Megawati yang dinilai tidak memiliki empati kepada ibu rumah tangga. Sehingga, krisis yang dialami oleh ibu rumah tangga dalam kelangkaan minyak goreng ini semakin nyata.

Meskipun demikian, Ibu Rena menjelaskan bahwa pendapat yang disampaikan oleh Ibu Megawati tersebut memiliki dampak positif maupun negatif. Dampak positif yang diperoleh dari pendapat Ibu Megawati tersebut adalah membantu kita untuk mengurangi konsumsi minyak berlebih, khususnya untuk makanan yang digoreng, untuk tujuan kesehatan. Ibu rumah tangga juga dapat menghasilkan menu makanan lainnya seperti makanan yang dikukus maupun direbus (tidak harus selamanya digoreng). Sementara dampak negatifnya dari pendapat tersebut adalah pendapat tersebut dapat menyakiti hati pedagang karena sebagian besar dari mereka adalah konsumen terbesar minyak goreng yang sangat membutuhkan minyak goreng untuk keberlanjutan usaha mereka. Ibu Rena juga menjelaskan bahwa isu kenaikan minyak goreng tersebut dan apa yang disampaikan oleh Ibu Megawati tidak terlalu memberikan dampak yang signifikan karena menurutnya hal yang

paling utama adalah tetap tersedianya stok bahan baku tersebut di pasar meskipun harganya naik. Ibu Rena dalam wawancara menjelaskan bahwa hal yang paling utama yaitu tetap fokus dalam mencari pendapatan sehingga dapat membeli minyak goreng yang melambung tinggi tersebut seperti yang dapat dilihat pada kutipan berikut ini:

"*Ibu mah tenang-tenang aja sih yang penting umum aja, merata aja maksudnya kalau emang harus naik mungkin kalau ada emang buat belinya kenapa dibuat susah gitu ya. Hehe."*

Hasil wawancara dengan Ibu Rena

PEMBAHASAN

Dalam kaitannya dengan tahapan krisis, sesungguhnya narasumber telah memasuki tahap prodromal. Di mana pada saat berita tersebut telah sampai ke telinga narasumber, namun narasumber belum benar-benar menganggap hal tersebut sebagai krisis. Sehingga apabila krisis ini tidak segera ditangani akan memasuki fase selanjutnya yaitu tahap akut.

Kemudian, setelah narasumber menerima berita tersebut narasumber mencoba untuk membuktikan kebenaran dari berita tersebut dengan turun ke lapangan mencari kebenaran dari berita yang telah sampai di telinga narasumber tersebut. Secara tidak langsung narasumber sedang mencoba untuk memahami krisis, mencoba mencari tahu sebab dari krisis, dan mencari strategi untuk menanggulangi krisis tersebut. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Coombs dalam teori Komunikasi Krisis Situasional atau SCCT, dimana teori ini merupakan teori yang paling berpengaruh yang digunakan untuk memahami krisis dan strategi respons krisis (Coombs 2007b: 165). SCCT menunjukkan bahwa individu akan selalu mencari penyebab peristiwa. (Rensburg et al., 2017)

Dalam hal ini, makrosistem dalam teori ekologi ikut mengambil peran mengenai bagaimana sebuah sistem mempengaruhi perkembangan manusia. Sistem ekologi makro, dimana dalam kasus ini kedua narasumber dipengaruhi oleh kumpulan pengetahuan, status sosial ekonomi, pekerjaan, tempat tinggal, atau tingkat kesibukan dan kemampuan dalam sehari-hari (Bronfenbrenner, 1994) dalam proses perkembangan pemahaman mengenai kasus kelangkaan minyak goreng.

Selanjutnya, dalam kasus ini salah satu narasumber juga memilih media televisi sebagai sumber informasinya karena media televisi merupakan media yang sangat umum ditemukan di setiap rumah dan bahkan dalam beberapa kasus televisi mendominasi kehidupan masyarakat dan di tempatkan di tempat sentral di dalam rumah (Zaini, 2015). Pemilihan media televisi dalam kasus ini memenuhi asumsi teori *uses and gratifications* yang

mana menurut Katz et al. (1973) pemilihan ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan khalayak. Dalam hal ini, kebutuhan digambarkan dari segi psikologis dan sosial.

Selanjutnya, pada kasus Ibu Tuti, beliau sepenuhnya menganggap pendapat yang disampaikan oleh Ibu Megawati tersebut memberikan dampak yang negatif. Menurutnya, minyak goreng adalah bahan pokok yang tidak dapat terlepaskan dari kehidupan rumah tangga. Minyak goreng merupakan bahan utama untuk memasak bahkan untuk berjualan. Beliau memberikan contoh pedagang gorengan yang bergantung pada ketersediaan minyak goreng untuk mencari nafkah mereka. Meskipun Ibu Megawati menegaskan banyak alternatif lain yang dapat digunakan selain menggoreng, namun pendapat tersebut hanya dijelaskan dari satu sudut pandang. Menurut Ibu Tuti, pedagang tersebut tidak selamanya dapat mengonsumsi makanan yang dikukus atau direbus karena masyarakat lambat laun akan bosan dan sangat membutuhkan makanan yang digoreng.

Di fase ini, narasumber telah memasuki tahap kronik dalam tahapan krisis menurut Steven Fink. Tahap ini bisa dikatakan juga sebagai tahap *recovery* atau *self analysis* (Suharyanti & Sutawidjaya, 2012). Pada tahap ini, narasumber mulai mencari sumber krisis dan melakukan perbaikan untuk menanggulangi krisis ini. Salah satu narasumber pada akhirnya menarik kesimpulan bahwa pemberitaan mengenai pernyataan Ibu Megawati sesungguhnya tidak terlalu berdampak secara signifikan bagi ibu rumah tangga dan narasumber tersebut khususnya. Hal ini didapat setelah narasumber melakukan strategi respons krisis SCCT, menurut Coombs (2015: 142) yaitu menginstruksikan informasi, menyesuaikan informasi, dan memperbaiki reputasi.

Pertama, strategi menginstruksikan informasi menjelaskan bagaimana narasumber dapat melindungi diri mereka sendiri dari krisis, dalam kasus ini narasumber mencoba untuk mencari bukti nyata dari pemberitaan media mengenai kelangkaan minyak goreng. Strategi informasi instruksi melibatkan peringatan orang tentang krisis dan bagaimana mereka dapat melindungi diri dari bahaya fisik dan dari menjadi korban, dalam kasus ini ditandai dengan munculnya pernyataan Ibu Megawati mengenai kelangkaan ini dan sarannya untuk mencari alternatif mengolah makanan agar tidak perlu digoreng (dikukus, direbus). **Kedua**, Strategi menyesuaikan informasi muncul sebagai ekspresi simpati, memberikan informasi tentang peristiwa krisis, menawarkan konseling dan mengambil tindakan korektif. Dalam kasus ini, narasumber mulai menyeleksi dampak positif dan negatif dari pemberitaan mengenai kelangkaan minyak goreng dan pernyataan Megawati mengenai krisis tersebut. **Ketiga**,

Strategi perbaikan reputasi SCCT berupaya untuk mengurangi dampak negatif krisis terhadap narasumber. Dalam strategi perbaikan reputasi, narasumber mulai beranggapan hal yang paling utama adalah tetap tersedianya stok bahan baku tersebut di pasar meskipun harganya naik. Sehingga solusi yang paling utama yaitu tetap fokus dalam mencari pendapatan sehingga dapat membeli minyak goreng yang melambung tinggi untuk memenuhi kebutuhan.

Terkait dengan peran media dan dampaknya terhadap ibu rumah tangga, kedua partisipan ini memberikan penjabaran yang berbeda. Ibu Rena menjelaskan apa yang disampaikan oleh berita dalam media televisi tersebut benar apa adanya, terutama terkait dengan isu atau permasalahan yang umum. Namun, apabila isu yang disampaikan terkait dengan perseorangan, Ibu Rena meyakini bahwa terkadang informasi yang disampaikan berbeda dengan kenyataannya. Ibu Rena juga memberikan saran bahwa seharusnya media berpihak kepada masyarakat, khususnya masyarakat kecil dan tidak menampilkan sesuatu yang menyinggung untuk menghindari kerusuhan dan konflik yang lebih luas.

Ibu Tuti, di sisi lain, tidak terlalu memikirkan apa yang disampaikan oleh media karena memang dirinya jarang terpapar dengan media dan cenderung mempercayai apa yang disampaikan oleh masyarakat secara luas. Namun, Ibu Tuti juga mengungkapkan bahwa media seharusnya berpihak pada masyarakat kecil karena biasanya mereka cenderung memiliki rasa ingin tahu namun tidak memiliki rasa keinginan yang berlebih untuk menginvestigasi kebenaran yang disampaikan oleh berita tersebut. Sehingga, mereka selalu merasa takut terhadap informasi yang disampaikan oleh media, terutama terkait dengan kenaikan minyak goreng.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dalam penelitian ini didapatkan sebuah hasil bahwa dalam menghadapi sebuah krisis, dalam hal ini krisis kelangkaan minyak goreng yang terjadi di Indonesia, berdampak pada hampir seluruh lapisan masyarakat khususnya ibu rumah tangga yang menggunakan minyak goreng sebagai kebutuhan sehari-hari. Dalam menghadapi krisis ini, individu mengalami tahapan-tahapan krisis yaitu tahap prodromal, tahap, akut, dan tahap kronik yang ditandai dengan gejala awal berupa pemberitaan media televisi dan *word of mouth* lingkungan sekitar mengenai kelangkaan minyak goreng. Krisis kemudian berlanjut dengan kemunculan pemberitaan mengenai pernyataan mantan Presiden RI Ibu Megawati yang menanggapi

reaksi ibu-ibu mengantri demi mendapatkan minyak goreng. Narasumber beranggapan bahwa pernyataan Megawati tersebut memberikan dampak positif dan negatif bagi ibu rumah tangga, namun mayoritas memberikan anggapan negatif terhadap pernyataan Megawati tersebut. Strategi respons krisis dibutuhkan sebagai bentuk manajemen krisis yang dapat dilakukan oleh individu untuk menanggulangi krisis dari pemberitaan media dengan terjun langsung memeriksa kebenaran berita di lapangan, menyeleksi dampak positif dan negatif dari pemberitaan di media, hingga penemuan solusi untuk mengurangi dampak negatif krisis bagi narasumber.

Saran

Penelitian ini mengupas fenomena krisis kelangkaan minyak goreng dari sudut pandang masyarakat yang terdampak dari kelangkaan minyak goreng dengan fokus penelitiannya adalah ibu rumah tangga, fenomena krisis kelangkaan minyak goreng yang terjadi dapat juga dikupas dari sudut pandang lain salah satunya adalah bagaimana pemberitaan media terhadap krisis kelangkaan minyak goreng pada kurun waktu tertentu atau bagaimana tanggapan pemerintah mengenai kelangkaan minyak goreng yang terjadi. Semoga penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya pada kajian penelitian komunikasi krisis.

DAFTAR PUSTAKA

Anita, S. Y. (2022). Pengaruh Panic Buying Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Impulse Buying pada Produk Minyak Goreng. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, *16*(1).

Aze. (2022). Tanggapan Warganet terhadap Pernyataan Megawati Perihal Minyak Goreng. Retrieved June 1, 2022, from Kompasiana.com website: https://www.kompasiana.com/nenidwi2695/62430f7e0bfeac228564ae42/tanggapan-warnanet-terhadap-pernyataan-megawati-perihal-minyak-goreng?page=all#section1

Bronfenbrenner, U. (1994). Ecological Models of Human Development. International Encyclopedia of Education, 3(2).

Creswell, J. W. (2014). A Concise Introduction to Mixed Methods Research. Washington DC: Sage Publications, Inc. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=51UXBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=creswell+2014+pdf&ots=6aHrK6YtHB&sig=KNLARHVsT5xXpYF5uPf17Ks1IGc&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Creswell, J. W., Hanson, W. E., & Clark, V. L. P. (2007). Qualitative Research Designs : Selection and Implementation. The Counseling Psychologist, 35(2), 236–264. https://doi.org/10.1177/0011000006287390

Fearn-banks, K. (2011). Crisis Communications: A Casebook Approach, Fourth Edition (Fourth). New York: Routledge.

Ghassabi, F., & Zare-Farashbandi, F. (2015). The role of media in crisis management: A case study of Azarbayejan earthquake. International Journal of Health System and Disaster Management, 3(2), 95–102. https://doi.org/10.4103/2347-9019.151323

Igartua, J. J., Ortega-Mohedano, F., & Arcila-Calderón, C. (2020). Communication use in the times of the coronavirus. A cross-cultural study. El Profesional de La Informacion, 29(3), 1–15. https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.18

Indasari, F., & Anggriani, I. (2020). Krisis Komunikasi Pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Professional FIS UNIVED, 7(1).

Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, D. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis, 3(1), 92–104.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis (3rd ed.). Washington DC: Sage Publications, Inc. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=p0wXBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false

Postman, J. (2009). SocialCorp: Social Media Goes Corporate - Google Books. Retrieved May 24, 2022, from New Riders website: https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=2slCpDbqMQEC&oi=fnd&pg=PR5&dq=+Postman+(2009)+Postman,+J.+(2009).+SocialCops:+Social+media+goes+corporate.+Peachpit+Press&ots=5HQYctvlcG&sig=bApPKv1DGXgQgWhqLjsawnefd-k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Rahayu, R. N. (2022). Kenaikan Harga Minyak Goreng Kelapa Sawit di Indonesia Sebuah Analisis Berita Kompas On Line. INTELEKTIVA, 3(8), 26–37.

Rensburg, A. Van, Conradie, P. D., & Dondolo, D. H. (2017). The Use Of The Situational Crisis Communication Theory To Study Crisis Response Strategies At A University of Technology. 62–74. https://doi.org/https://dx.doi. org/10.18820/24150525/ Comm.v22.5

Rezaeian, M. J. (2013). Diplomacy of Media - Information Society: Challenge of Identity and Effectiveness. Life Science Journal, 10(5), 265–270. https://doi.org/10.1190/segam2013-0137.1

Santoso, B. (2022). Pernyataan Megawati Soal Minyak Goreng Bikin Emak-emak Ngelus Dada, Alih-alih Bikin Tenang Malah Panen Cibiran. Retrieved June 1, 2022, from suara.com website: https://www.suara.com/news/2022/03/21/100120/pernyataan-megawati-soal-minyak-goreng-bikin-emak-emak-ngelus-dada-alih-alih-bikin-tenang-malah-panen-cibiran

Silviani, I., Pardede, I. F., & Sembiring, D. C. (2020). Komunikasi Krisis Dalam New Normal. Jurnal Massage Komunikasi, 9(1), 82–87.

Sinurat, N., Alamsyah, Z., & Elwamendri. (2016). Dinamika Harga Minyak Goreng Sawit (MGS) dan Dampaknya Terhadap Perkebunan Kelapa SAwit Indonesia. Sosio Ekonomika Bisnis, 19(1).

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualotatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suharyanti, & Sutawidjaya, A. H. (2012). Analisis Krisis Pada Organisasi Berdasarkan Model Anatomi Krisis dan Perspektif Public Relations. Journal Communication Spectrum, 2(2), 165–185.

Suma, D. (2020). Analisa Perilaku Konsumen Terhadap Penjualan Minyak Goreng Dipasar Simpang Limun Di Kota Medan. Focus Manajemen UPMI, Volume 1(1), 1–10.

Widjaja, G. (2022). Sikap Masyarakat Sehubungan Dengan Hilangnya Minyak Goreng dari Pasar Di Jakarta. Journal of Community Dedication, 2(2), 1–11.

Zaini, A. (2015). Dakwah Melalui Televisi. At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 3(1), 1–20.