

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial, manusia hidup berdampingan dan berinteraksi dengan manusia lain di dalam sebuah lingkungan yang disebut sebagai masyarakat. Akan tetapi, manusia adalah individu-individu yang bisa berpikir dan bertindak secara independen dalam merespons situasi yang ada di sekitarnya. Inilah yang membedakan manusia dengan makhluk hidup lainnya. Sebuah situasi dalam lingkungan sosial, dapat dipandang dan direspons secara berbeda oleh masing-masing individu. Cara pandang manusia terhadap situasi dalam lingkungan sosialnya inilah yang kemudian disebut sebagai persepsi atau pendapat.

Masyarakat memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap suatu berita. Salah satu yang mempengaruhi persepsi adalah keinginan yang dapat mempengaruhi interpretasi yang berbeda tentang yang dilihat dan dialami oleh seseorang. Persepsi adalah suatu tahapan yang didahului oleh pengindraan yang diterima rangsangan untuk seseorang melewati sistem alat indera yang disebut reaksi mengenali untuk merespon dari suatu rangsangan. Selanjutnya reaksi stimulus tersebut diteruskan dan diproses sehingga disebut dengan persepsi. Menurut Leavitt (dalam Sobur, 2016 :385), persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas persepsi berarti pandangan atau pengertian, yaitu cara seseorang memandang dan mengartikan sesuatu. Salah satu yang mempengaruhi persepsi adalah keinginan yang dapat

mempengaruhi interpretasi yang berbeda tentang yang dilihat dan dialami oleh seseorang, salah satunya persepsi terhadap berita.

Menurut Paul De Massenner dalam buku *Here's The News: Unesco Associate* menyatakan *news* atau berita adalah sebuah informasi penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar. (Dadan Suherdiana, 2020 : 31). Televisi merupakan media massa yang berpengaruh besar dalam penyebaran berita. Televisi yang merupakan media elektronik dan bersifat audio visual memiliki keunggulan dalam memberikan stimulus yang lebih intens dan melibatkan beberapa indera sehingga lebih merangsang dengan cepat.

Media massa dipandang memiliki pengaruh yang kuat dalam membangun tanggapan atau persepsi di masyarakat, karena logika media sering dianggap sebagai logika publik sehingga apa yang disampaikan oleh media kerap kali dianggap publik sebagai sesuatu yang harus dipikirkan karena (seolah-olah) akan berpengaruh pada kehidupannya secara langsung. Media massa merupakan alat untuk menyampaikan pendapat, karena tidak adanya batasan ruang dan waktu sehingga memungkinkan memiliki pengaruh yang kuat pula. Setiap kali jaringan komunikasi berubah, maka akan ada tanggapan baru juga yang berubah.

Berdasarkan catatan Kompasiana.com, krisis minyak goreng tersebut telah terjadi sejak beberapa bulan terakhir di tahun 2021 hingga saat ini. Meningkatnya harga minyak goreng tersebut disebabkan oleh naiknya harga internasional yang cukup tajam. Selain itu, faktor lainnya yang menyebabkan hal itu terjadi yaitu terjadinya gangguan pada rantai distribusi (*supply chain*) industri minyak goreng yang diakibatkan oleh turunnya panen sawit.

Krisis ini di rasakan oleh seluruh lapisan masyarakat di Indonesia, dibuktikan dengan timbulnya keresahan di setiap daerah karena langkanya salah satu bahan pokok ini. Pada tahap awal kenaikan harga minyak goreng pemerintah sudah memberikan upaya untuk mengatasi permasalahan yang terjadi dengan memberikan subsidi. Akan tetapi subsidi yang disediakan oleh pemerintah masih terbilang sedikit. Sehingga masih banyak masyarakat yang mengeluh karena tetap tidak mendapatkan minyak goreng.

Peneliti sangat tertarik dengan adanya fenomena kenaikan harga minyak goreng ini karena melihat banyaknya tanggapan, persepsi dan asumsi dari masyarakat yang menerima pemberitaan tersebut dengan sangat beragam. Banyak sekali tanggapan-tanggapan negatif mengenai berita yang membahas kenaikan harga minyak goreng ini.

Dalam penelitian ini peneliti memilih ibu rumah tangga di Desa Gunungsari Kecamatan Kasokandel Kabupaten Majalengka sebagai subjek yang diteliti karena peneliti pernah mengalami dan melihat langsung fenomena masyarakat yang resah karena langka dan naiknya harga minyak goreng. Sehingga ketika tahu ada minyak goreng yang baru saja sampai masyarakat langsung berbondong-bondong mengantri untuk membeli minyak goreng.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka dari itu penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai **“Persepsi Masyarakat Tentang Pemberitaan Kenaikan Harga Minyak Goreng (Studi Deskriptif terhadap Ibu Rumah Tangga di Desa Gunungsari Kecamatan Kasokandel Kabupaten Majalengka)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di bahas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah persepsi tentang pemberitaan kenaikan harga minyak goreng pada ibu rumah tangga di Desa Gunungsari Kecamatan Kasokandel Kabupaten Majalengka.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah maka identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi tentang pemberitaan kenaikan harga minyak goreng ?
2. Apa saja yang terjadi pada masyarakat setelah adanya pemberitaan tentang kenaikan harga minyak goreng ?
3. Bagaimana upaya masyarakat dalam mengatasi permasalahan yang ditimbulkan dari pemberitaan tentang kenaikan harga minyak goreng ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka tujuan penelitian dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui persepsi tentang pemberitaan kenaikan harga minyak goreng.
2. Untuk mengetahui yang terjadi pada masyarakat setelah adanya pemberitaan tentang kenaikan harga minyak goreng.
3. Untuk mengetahui upaya masyarakat dalam mengatasi permasalahan yang ditimbulkan dari pemberitaan tentang kenaikan harga minyak goreng.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan melengkapi ilmu pengetahuan khususnya mengenai persepsi dan media massa.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bersama dan dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah agar turut memperhatikan respon masyarakat tentang kenaikan harga minyak goreng dan sebagai bahan untuk pertimbangan kebijakan selanjutnya.

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Persepsi

Secara etimologis, persepsi atau dalam Bahasa Inggris disebut *perception* berasal dari Bahasa Latin *perceptie* ; dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau bisa disebut dengan proses sensoris. Menurut Leavitt (1978) (dalam Sobur, 2016 : 385), persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas persepsi berarti pandangan atau pengertian, yaitu cara seseorang memandang dan mengartikan sesuatu. Menurut Devito, persepsi adalah proses ketika kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang memengaruhi indra kita. Dalam proses persepsi, terdapat 3 (tiga) komponen utama di antaranya (dalam Sobur, 2016 : 387) :

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas, dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kebutuhan, keinginan, kepribadian dan lain-lain. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembalutan terhadap informasi yang sampai.

1.6.2 Komunikasi Massa

Adapun definisi komunikasi massa lain yang pernah di kemukakan oleh Josep

A. Devito (Nurudin, 2017 : 11), yakni :

“First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large audience. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspaper, magazines, film, books, and tapes.”

Jika diterjemahkan berarti, “Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang

membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita).”

Dari banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan oleh para ahli komunikasi, ada benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab awal perkembangan saja, komunikasi massa berasal dari perkembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa).

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. (Nurudin, 2017 : 9).

1.6.3 Berita

1.6.3.1 Pengertian Berita

Istilah berita berasal dari bahasa sansekerta “*vrit*” yang dalam bahasa Inggris di sebut “*write*”, arti sebenarnya adalah “ada” atau “terjadi”. Ada juga yang menyebut “*vritta*” artinya “kejadian” atau “yang telah terjadi”, “*vritta*” dalam bahasa Indonesia kemudian menjadi “berita” atau “warta”. Berita adalah

informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang. Sesuai Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berita adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat; kabar; laporan; pemberitahuan; pengumuman.

Definisi berita (Dadan Suherdiana, 2020 : 31) menurut beberapa tokoh diantaranya sebagai berikut :

Menurut Paul De Massenner dalam buku *Here's The News: Unesco Associate* menyatakan news atau berita adalah sebuah informasi penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar.

Charnley dan James M. Neal menuturkan, berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting dan menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak.

Doug Newsom dan James A. Wollert dalam *Media Writing: News For The Mass Media* mengemukakan, berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau masyarakat. Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan.

1.6.3.2 Kriteria Umum Nilai Berita

Johan Galtung dan Mari Ruge ialah kalangan akademis pertama yang mensistematisasi elemen nilai berita, pada tahun 1960-an. Galtung dan Ruge menulis 12 faktor (ringkasan) penyeleksiaan yaitu sebagai berikut (Septiawan Santana K., 2017 : 104-105) :

1. *Frequency*. Penyeleksian berdasarkan frekuensi peristiwa. Bukan waktu kejadian yang lama, tapi jumlah kejadian yang banyak.
2. *Threshold*. Penyeleksian berdasarkan daya buka kejadian ke arah intensitas (tingkat kengerian atau korban-korbannya, dan dampak dan sebagainya).
3. *Unambiguity*. Penyeleksian berdasarkan kejelasan peristiwa. Mudah dipahami, dan tidak multi-tafsir.
4. *Meaningfulness*. Penyeleksian berdasarkan hal yang sudah dikenali lama, biasa terjadi, khalayak.
5. *Consonance*. Penyeleksian berdasarkan hal-hal yang telah terduga wartawan, terhadap peristiwa yang akan dijadikan peristiwa.
6. *Unexpectedness*. Antara faktor meaningful dan/atau consonant, penyeleksian disini berdasarkan ketakterdugaan atau jarangya peristiwa terjadi.
7. *Continuity*. Penyeleksian berdasarkan peristiwa yang telah terjadi atau kelanjutannya, sehingga peristiwanya telah dikenali dan mudah dipahami.
8. *Composition*. Penyeleksian berdasarkan ketidakadaan nilai berita dimana peristiwanya menjadi mudah dikemas dalam komposisi atau keseimbangan untuk media cetak atau media siaran.
9. *Reference to elite nations*. Penyeleksian berdasarkan keterkaitannya dengan tindakan tokoh negara, yang berkonsekuensi langsung dengan bangsa-bangsa lain.
10. *Reference to elite people*. Seperti perilaku tokoh elite, penyeleksian disini didasarkan keterkenalannya baik di dunia media maupun publik.

11. *Reference to persons*. Penyeleksian berdaarkan referensinya yang dikenali khalayak ramai.
12. *Reference to something negative*. Penyeleksian berdasarkan kejadian buruk yang jelas dan mengandung berita.

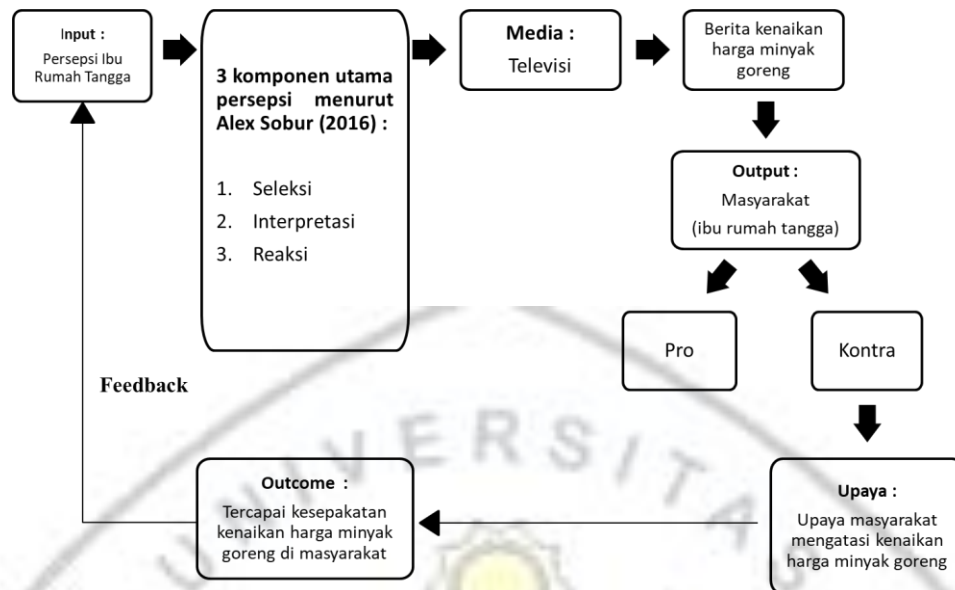
1.6.4 Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah kumpulan manusia dalam lapisan masyarakat yang mempunyai ciri atau atribut yang sama dan merupakan satu kesatuan yang saling berinteraksi. Dengan kata lain kelompok adalah kumpulan manusia yang dibentuk karena adanya kesamaan akan sesuatu, baik kesamaan perasaan, pekerjaan atau kegiatan, hobi atau minat, ideologi dan sebagainya. Karena dilandasi atas kesamaan, kelompok-kelompok mempunyai tingkat saling memengaruhi antaranggota yang tinggi. (Iswandi Syahputra, 2019 : 13-14).

Salah satu hal yang penting di dalam sebuah kelompok adalah komunikasi. Komunikasi ini kemudian dinamakan komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok. Dan B. Curtis, James J. Floyd, dan Jerril L. Winsor menjabarkan sifat-sifat komunikasi kelompok sebagai berikut (Iswandi Syahputra, 2019 : 15) :

1. Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka.
2. Kelompok memiliki sedikit partisipan.
3. Kelompok bekerja di bawah arahan seorang pemimpin.
4. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama.
5. Anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain.

1.6.5 Bagan Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran

1.7 Definisi dan Operasional Konsep Penelitian

1.7.1 Definisi Konsep Penelitian

1.7.1.1 Persepsi

Menurut Leavitt (978) (dalam Sobur, 2016 : 385), persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas persepsi berarti pandangan atau pengertian, yaitu cara seseorang memandang dan mengartikan sesuatu. Dalam proses persepsi, terdapat 3 (tiga) komponen utama diataranya (dalam Sobur, 2016 : 387) :

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra trhadap rangsangan dari luar, intensitas, dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.

2. Interpretasi yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kebutuhan, keinginan, kepribadian dan lain-lain. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembalutan terhadap informasi yang sampai.

1.7.1.2 Berita

Menurut Paul De Massenner dalam buku *Here's The News: Unesco Associate* menyatakan *news* atau berita adalah sebuah informasi penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar. (Dadan Suherdiana, 2020 : 31)

1.7.1.3 Ibu Rumah Tangga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti ibu rumah tangga adalah wanita yang mengatur penyelenggaraan berbagai macam pekerjaan rumah tangga. Arti lainnya dari ibu rumah tangga adalah istri atau ibu yang hanya mengurus berbagai pekerjaan dalam rumah tangga, tidak bekerja di kantor. (kbbi.lektur.id).

1.7.2 Operasional Konsep Penelitian

Berdasarkan definisi konsep penelitian maka tabel operasional penelitiannya yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1 Parameter Konsep Penelitian

Konsep Penelitian	Dimensi	Parameter
Komponen proses persepsi (dalam Alex Sobur, 2016 : 387)	Seleksi	a. Rangsangan dari luar b. Intensitas rangsangan c. Jenis rangsangan
	Interpretasi	a. Kebutuhan b. Pengalaman
	Reaksi (respon)	a. Sikap b. Perilaku

1.8 Penelitian Terdahulu

Berikut ini akan disajikan ringkasan dari daftar penelitian sebelumnya yang diuraikan sebagai berikut :

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

NO.	JUDUL	METODE	HASIL
1.	Persepsi Budaya <i>Shopping Online</i> (Persepsi Budaya <i>Online Shop</i> Melalui Instagram pada Gaya hidup Konsumtif Mahasiswa Fisip di Universitas Swdaya Gunung Jati) (Syaeful Hamdani Hartono, 2019)	Kualitatif	Persepsi mahasiswa Fisip Universitas Swdaya Gunung Jati yaitu merasa nyaman saat berbelanja melalui instagram karena tampilan dan berbagai fitur yang ada sehingga memudahkan dalam mendapatkan suatu barang. Dampak <i>modernisme</i> kenytaannya sangat berpengaruh terhadap perilaku dan budaya masyarakat di negara berkembang khususnya Indonesia, dimana fenomena <i>shopping</i> harus disikapi dengan bijak.
2.	Persepsi Masyarakat Fenomena Covid-19 di Leuweunggede	Kualitatif	Persepsi masyarakat desa Leuweunggede tentang fenomena Covid-19 ini yaitu belum mengerti mengenai adanya fenomena covid-19 ini karena minimnya informasi

	Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka (Watiah, 2021)		dan kurangnya penyuluhan terkait gejalanya bagaimana, penyebarannya.
3.	Persepsi Masyarakat terhadap Berita Hoax Covid-19 di Media Sosial (Studi Desa Kebon IX Kecamatan Sungai Gelam) (Fendi Nuryanto, 2021)	Kualitatif	Beberapa masyarakat Desa Kebon IX Kecamatan Sungai Gelam dapat mengenali apa yang dimaksud oleh kabar hoax. Tetapi, masih terdapat warga yang kurang mengerti apa arti dari kabar hoax. Selanjutnya itu menjadi penting, pembekalan ilmu dasar pengetahuan masyarakat tentang ciri-ciri dari berita hoax, agar masyarakat lebih bijak dalam menyikapinya. Adapun dampak yang ditimbulkan berita hoax Covid-19 bagi masyarakat sekitar adalah timbulnya rasa takut dan khawatir yang berlebihan, timbulnya sebuah opini pemikiran

			negatif di masyarakat dan juga berdampak kepada pertumbuhan ekonomi masyarakat.
4.	Persepsi Masyarakat Pada Penggunaan Kartu Elektronik (E-Toll) Dalam Mempercepat Transaksi Pengguna Jalan Tol (Studi Kasus Di Desa Cempaka Kec. Plumbon Kab. Cirebon) (Adinda Putri Oktaviani, 2018)	Kualitatif	Persepsi yang timbul di masyarakat yaitu persepsi yang positif, dimana masyarakat berpendapat bahwa penerapan sistem transaksi non tunai di jalan tol dengan menggunakan e-tool card ini tentu sangat bagus. Karena dapat meminimalisir waktu dalam proses transaksi pada saat melakukan pembayaran.
5.	Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Online Jejamo.com Sebagai Sumber	Kualitatif	Perkembangan teknologi telah merubah pola pikir masyarakat tentang kebutuhan informasi yang lebih cepat dan praktis. Oleh karena itu dibutuhkan portal berita

Informasi Seputar Lampung (Studi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2015) (M. Hadi Saputra, 2018)		seperti jejamo.com yang bisa memberikan informasi yang akurat, terpercaya dan dapat di akses dengan cepat. Di samping itu, jejamo.com adalah portal berita yang paling diminati mahasiswa KPI.
--	--	--

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu, maka terdapat beberapa perbedaan terhadap penelitian yang dilakukan oleh penulis. Pertama, subjek dan objek penelitiannya berbeda. Objek penelitian penulis yaitu persepsi tentang pemberitaan kenaikan harga minyak goreng dan subjek penelitian penulis berfokus pada ibu rumah tangga, karena minyak goreng merupakan kebutuhan sehari-hari bagi seorang ibu rumah tangga. Jadi, ibu rumah tangga erat kaitannya dengan pemberitaan tersebut karena menimbulkan dampak bagi kehidupan sehari-harinya. Kedua, tempat lokasi penelitian yang tentu saja berbeda dari penelitian sebelumnya.

1.9 Metode Penulisan

1.9.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode Kualitatif Deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi *inquiry* (pertanyaan) yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena. Penelitian kualitatif dalam analisis datanya disajikan secara naratif. Data kualitatif ini mencakup antara lain (Muri Yusuf, 2017 : 329-331) :

1. Deskripsi yang mendetail tentang situasi, kegiatan, atau peristiwa maupun fenomena tertentu, baik menyangkut manusianya maupun hubungannya dengan manusia lain.
2. Pendapat langsung dari orang-orang yang telah berpengalaman, pandangannya, sikapnya, kepercayaan serta jalan pikirannya.
3. Cuplikan dari dokumen, dokumen laporan, arsip dan sejarahnya.
4. Deskripsi yang mendetail tentang sikap dan tingkah laku seseorang.

Maka yang menjadi fokus penelitian adalah opini publik terhadap pemberitaan kenaikan harga minyak goreng.

1.9.2 Informan Dan Teknik Pemilihan Informan

Informan atau narasumber penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi (data) yang banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Subjek penelitian dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan teknik *purposive* (*purposive sampling*).

Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek / situasi sosial yang di teliti. (Sugiyono, 2021 : 289).

Informan dipilih secara *purposive* (*purposive sampling*) berdasarkan aktivitas mereka dan kesediaan mereka untuk mengeksplorasi pengalaman mereka secara sadar dan tidak sadar. Informan diambil berdasarkan penilaian (*judgement*) peneliti mengenai siapa-siapa saja yang pantas (memenuhi persyaratan) untuk dijadikan informan.

1.9.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

1.9.3.1 Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas,

kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. (V. Wiratna Sujarweni, 2022 : 32).

Pada pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan salah satunya melalui observasi dengan melihat dan mengamati individu-individu atau kelompok yang menjadi informan pada penelitian ini, diantaranya melihat dan mengamati kegiatan masyarakat (ibu rumah tangga) setelah adanya pemberitaan tentang kenaikan harga minyak goreng.

1.9.3.2 Wawancara

Muri Yusuf (2017 : 372), wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.

Maka, dalam hal ini peneliti pun mengumpulkan data-data dengan salah satu caranya melalui wawancara untuk mendapatkan informasi yang benar-benar relevan dari narasumber terkait dalam hal ini dilakukan kepada ibu rumah tangga di Desa Gunungsari sebagai informan kunci, dengan itu semua mengetahui kebenaran dan menjadikan keyakinan bagi peneliti.

1.9.3.3 Dokumentasi

Teknik ini memuat data-data pada penelitian sebagai upaya untuk menafsirkan segala hal yang ditemukan di lapangan, perlu adanya dokumentasi-dokumentasi dalam berbagai versi. Pada penelitian ini penulis mendokumentasikan hasil wawancara dengan narasumber, serta catatan hasil observasi penulis di lapangan serta data yang dikumpulkan mengenai lokasi penelitian.

1.9.4 Teknik Pengujian Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji *credibility* (validitas interbal) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Teknik keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan.

Muri Yusuf (2017 : 395), triangulasi merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data untuk mendapatkan temuan dan interpretasi data yang lebih akurat dan kredibel. Beberapa cara yang dapat digunakan yaitu dengan menggunakan sumber yang banyak dan menggunakan metode yang berbeda. Penggunaan sumber yang banyak untuk triangulasi dapat dilakukan dengan mencari sumber yang lebih banyak dan berbeda dalam informasi yang sama.

Penggunaan metode yang berbeda dapat diartikan bahwa kalau pada tahap pertama informasi dikumpulkan dengan observasi tentang suatu aspek, maka berikutnya gunakan lagi metode lain seperti wawancara untuk mengumpulkan informasi yang sama. Andai kata belum yakin, cari dan temukan lagi informasi di

dalam dokumentasi tentang aspek yang sama dengan aspek yang dikumpulkan datanya melalui observasi dan *interview*.

1.9.5 Teknik Analisis Data

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, maka diperlukan teknik langkah-langkah untuk menganalisa data-data yang telah diperoleh. Teknik analisa data adalah suatu kegiatan yang mengacu pada penelaahan atau pengujian yang sistematis mengenai suatu hal dalam rangka mengetahui bagian-bagian, hubungan diantara bagian, dan hubungan antara bagian dan keseluruhan. “Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain”. (Muri Yusuf, 2017 : 400).

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis data adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data, adalah langkah untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan dalam penelitian langkah ini dilakukan sesuai dengan teknik pengumpulan data penelitian yang dilakukan. Teknik yang dilakukan adalah wawancara, pengamatan, studi kepustakaan dan penelusuran online. Kesemua teknik itu peneliti lakukan untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Reduksi Data atau Klasifikasi data, adalah proses penelitian, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar dari catatan tertulis lapangan penelitian, membuat ringkasan, penggolongan kategori jawaban dan kualifikasi jawaban informan penelitian kembali catatan yang telah diperoleh setelah

mengumpulkan data. Peneliti mereduksi data setelah melakukan pengumpulan data, hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti selama dilapangan. Sehingga hal ini memudahkan peneliti untuk melanjutkan analisa data pada tahap berikutnya.

3. Penyajian Data atau Analisis data, yakni penyusunan penyajian kategori jawaban informan dalam tabel/ tabulasi serta gambar/ kecenderungan dari informan disertai analisis awal terhadap berbagai temuan data di lapangan sebagai proses awal dalam pengolahan data. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami.
4. Proses akhir penarikan kesimpulan, yaitu dilakukannya pembahasan yang berdasarkan pada rujukan berbagai teori yang digunakan dimana di dalamnya ditentukan kepastian mengenai aspek teori dan suatu kesesuaian/ketidaksesuaian dengan fakta hasil penelitian di lapangan dimana peneliti juga membuat suatu analisis serta membuat tafsiran atas tampilan data sesuai dengan permasalahan penelitian serta memberikan verifikasi teoritis temuan penelitian mengenai proses komunikasi pasangan hubungan jarak jauh.

1.10 Lokasi dan Rencana Jadwal Penelitian

1.10.1 Lokasi Penelitian

Tempat atau lokasi yang menjadi objek peneliti adalah ibu rumah tangga di Desa Gunungsari Kecamatan Kasokandel Kabupaten Majalengka.

1.10.2 Jadwal Penelitian

Peneliti melakukan penelitian yang dimulai pada bulan Maret 2022 hingga bulan Juni 2022. Terdapat tiga tahap yang dilakukan selama waktu tersebut yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap akhir. Berikut ini merupakan tabel rencana jadwal penelitian beserta kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh penulis :



