

Respon Tanaman Padi Varietas Merah-Putih Dengan Berbagai Dosis Pupuk Organik Cair Di Tanah Regosol
□ Bambang Heri Isnawan

Karakteristik Kandungan Gizi Beras Merah Putih (*Oryza Sativa, L.*) Pada Berbagai Jenis Tanah
□ Sukuriyati Susilo Dewi

Keragaan Industri Emping Melinjo Di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul
□ Eni Istiyanti

Optimasi Macam Dan Berat Eksplan Untuk Isolasi DNA Angrek *Phalaenopsis Amabilis, L. (Bl.)*
□ Etty Handayani

Motivasi Konsumen Minuman Didah Buaya Siap Saji Di Kota Pontianak
□ Diah Rina K dan Susanawati

Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Penggunaan Formalin Dalam Produk Pangan Olahan Di Daerah Istimewa Yogyakarta
□ Siti Yusi Rusimah dan Widodo

REDAKSI

Gunawan Budiyanto

Lilik Utari

Siti Yusi Rusimah

Lestari Rahayu

Triyono

Eni Istiyanti

Diterbitkan oleh :

Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Alamat : Jl. Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan Bantul Yogyakarta 55183

Telp. (0274) 387656 (hunting) Fax. (0274) 387646

e-mail : goenb@umy.ac.id

AgrUMY merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan dua kali setahun sebagai media komunikasi guna memberikan informasi hasil penelitian dan studi pustaka bidang pertanian.

Redaksi menerima naskah baik berupa hasil penelitian maupun studi pustaka yang diketik komputer MS-Word dengan jarak 1,5 spasi dan panjang tulisan antara 10-12 halaman kuarto, tebal dan gambar menjadi bagian tidak terpisahkan dari naskah dengan jarak 1 spasi tanpa garis vertikal.

Naskah disampaikan dalam bentuk disket dan hasil cetakan (print-out)
Aturan lebih rinci dapat disimak dihalaman terakhir jurnal ini.

DAFTAR ISI

Respon Tanaman Padi Varietas Merah-Putih Dengan Berbagai Dosis Pupuk Organik Cair Di Tanah Regosol

□ Bambang Heri Isnawan..... 1 - 9

Karakteristik Kandungan Gizi Beras *Merah Putih (Oryza Sativa, L)* Pada Berbagai Jenis Tanah

□ Sukuriyati Susilo Dewi..... 10 - 18

Keragaan Industri Emping Melinjo Di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul

□ Eni Istiyanti..... 19 - 27

Optimasi Macam Dan Berat Eksplan Untuk Isolasi DNA Angrek *Phalaenopsis Amabilis, L. (Bl.)*

□ Etty Handayani..... 28 - 36

Motivasi Konsumen Minuman Lidah Buaya Siap Saji Di Kota Pontianak

□ Diah Rina K dan Susanawati..... 37 - 46

Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Penggunaan Formalin Dalam Produk Pangan Olahan Di Daerah Istimewa Yogyakarta

□ Siti Yusi Rusimah dan Widodo..... 47 - 58

INDEKS..... 59

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PEMBERITAAN PENGUNAAN FORMALIN DALAM PRODUK PANGAN OLAHAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

*The People Perception toward the Mass Media Information about Formalin Use
on Food Production*

Siti Yusi Rusimah dan Widodo
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian/Agrobisnis-UMY
Jl. Lingkar Barat, Tamantirto, Kasihan, Bantul.
E-mail : rusy@umy.ac.id

ABSTRACT

The information about formalin use on food production have had negative impact for micro and small businesses market, especially on some favourite food like tofu, meat ball and chicken noodle. To counter this negative news, government do some promotion acts and give clarification through mass media. The study done in Yogyakarta Province, tried to explore how the people have perception about the content, the objective, and the effect of the negative news, promotion acts and clarification news. Respondents selected using cluster technique from urban, sub urban and rural community were interviewed as source of primary data. The result shows that the people judge that information about formalin uses on food production have negative effect both for consumers and producers. The people that lived in community with higher interaction and received more information have more negative perception. This study noticed that social group approach with more specific and detail information is better than mass media approach with general information. Furthermore, product certification system, especially for micro and small-producer, is important to develop producers' habit in insuring consumer's right to get safety food, and also to protect the producers from negative effect of mass media information.

Keywords: *formalin use on food production, perception, mass media information*

PENDAHULUAN

Di era informasi, komunikasi merupakan aktivitas yang memegang peranan penting dalam mencapai kesuksesan setiap aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis. Dalam kon-

teks komunikasi bisnis, keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan ditentukan oleh keberhasilannya dalam mengelola hubungan dengan pihak eksternal maupun internal. Komunikasi dengan pelanggan merupakan salah

satu aspek komunikasi eksternal yang penting dalam mengembangkan strategi komunikasi bisnis. Proses ini dimulai dari pembentukan *brand image* produk oleh perusahaan diikuti dengan pengenalan *brand image* produk kepada pelanggan, sehingga terbentuk *brand loyalty* yang menentukan hidup matinya perusahaan (McEnally & De Chernatory 1999, Kenesei 2003).

Sebuah perusahaan yang mendapat *brand loyalty* akan mempunyai pasar yang luas, karena banyaknya pembeli yang didukung frekuensi pembelian yang tinggi (Chaudhuri 1995). Oleh karena itu tidak mengherankan jika perusahaan bersedia menghabiskan biaya yang tidak sedikit untuk mempromosikan (mengkomunikasikan) produknya kepada pelanggan. Walaupun membutuhkan biaya yang mahal, promosi melalui media massa, baik media cetak maupun media elektronik, diyakini berpengaruh besar terhadap perilaku konsumen. Surat kabar, televisi, dan majalah merupakan tiga sumber informasi media massa yang paling sering digunakan masyarakat untuk mendapat informasi tentang produk yang akan dikonsumsi (Enakem *et.al.* 2004).

Pada kenyataannya, media massa tidak hanya berpengaruh besar dalam membentuk perilaku positif konsumen terhadap produk, tetapi mempunyai kekuatan yang besar pula dalam membentuk perilaku negatif konsumen terhadap produk (van Wechel 2003). Oleh karena itu, disamping harus menyediakan dana yang besar untuk mempromosikan produknya, perusahaan juga harus menyediakan dana yang tidak kecil untuk menangani efek informasi negatif yang tersebar melalui media massa (Smed & Jensen 2006).

Seiring dengan berkembangnya

teknologi informasi dan semakin tingginya kesadaran masyarakat terhadap pangan yang aman, efek negatif informasi semakin sering dihadapi industri pangan. Tersebar informasi melalui internet tentang tips perilaku sehat dalam mengkonsumsi beberapa 'produk yang perlu diwaspadai' --termasuk didalamnya tips mengkonsumsi mie instan terkait dengan penggunaan lilin (*wax*)--, menyebabkan sebuah perusahaan mie instan terbesar di Indonesia memandang perlu mengeluarkan iklan khusus, yang menyatakan produknya tidak menggunakan *wax* sehingga aman untuk dikonsumsi setiap hari.

Hal ini perlu dilakukan mengingat media massa mempunyai efek kognitif yang kuat dalam pembentukan atau perubahan citra tentang produk, khususnya informasi tentang dampak kesehatan sebuah produk (Lusk, *et al.* 2003). Begitu kuatnya pengaruh informasi dibuktikan dengan terjadinya penilaian yang berbeda terhadap suatu produk terkait dengan perbedaan informasi yang diberikan. Konsumen yang mendapat informasi dampak buruk produk rekayasa genetik terhadap lingkungan, menilai produk rekayasa berisiko tinggi untuk dikonsumsi; sementara konsumen yang mendapat informasi bahwa produk rekayasa dapat menurunkan penggunaan pestisida, menilai produk aman untuk dikonsumsi (van Wechel *et al.* 2003). Informasi negatif tentang dampak rekayasa genetik juga mengakibatkan konsumen bersedia membeli dengan harga yang lebih tinggi untuk produk non rekayasa (Van Wechel *et.al.* 2003 & Rimal 2005).

Efek negatif pemberitaan terhadap perilaku konsumen menjadi permasalahan nasional, ketika terjadi pada usaha kecil dan rumah tangga yang menjadi

sumber kehidupan bagi sebagian besar masyarakat lapisan bawah (BPS 2003). Lemahnya permodalan tidak memungkinkan usaha kecil melakukan promosi melalui media massa untuk mengimbangi efek negatif pemberitaan. Oleh karena itu, merancang strategi pemberitaan agar tidak menimbulkan kerugian sebagian masyarakat lain, dalam hal ini usaha kecil, perlu menjadi perhatian berbagai pihak (Kuperus *et al.* 1998).

Pemberitaan penggunaan formalin sebagai bahan pengawet dalam produksi beberapa jenis makanan yang beredar di pasar (Syam 2006, Indra 2006, Winarno 2006) menimbulkan kepanikan masyarakat. Permintaan makanan yang diberitakan mengandung formalin menurun secara drastis, akibatnya sejumlah produsen dan pedagang, yang pada umumnya pelaku usaha kecil, mengalami kerugian. Respon khalayak ditindaklanjuti pemerintah dengan melakukan pemberitaan yang dimaksudkan untuk mengembalikan kepercayaan terhadap produk. Siklus pemberitaan penggunaan formalin berakhir dengan munculnya pemberitaan yang menyatakan sudah tidak ada lagi produsen yang menggunakan formalin sebagai bahan pengawet.

Perubahan sikap dan perilaku masyarakat sebagai akibat dari informasi yang disampaikan media massa dimulai dari pembentukan persepsi (Rakhmat 2005). Dengan demikian, strategi komunikasi yang tepat untuk mengatasi dampak negatif informasi media massa dapat dikembangkan dengan memahami proses pembentukan persepsi. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan persepsi masyarakat terhadap pemberitaan formalin; dan keterkaitan faktor personal, keluarga, serta lingkungan dengan persepsi.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di wilayah DIY, mengingat masyarakat DIY relatif terpelajar dengan akses terhadap pemberitaan yang relatif merata. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *multistage* dari wilayah perkotaan, pinggiran dan pedesaan. Sampel wilayah perkotaan diambil dari kelurahan berstatus kota besar yang ada di kotamadya; sampel wilayah pinggiran diambil dari desa berstatus kota kecil yang ada di kecamatan yang dilalui *ringroad* dan berbatasan langsung dengan kotamadya; sedangkan sampel wilayah pedesaan diambil dari desa yang ada di kecamatan yang tidak berbatasan langsung dengan kotamadya. Sampel wilayah pinggiran dan pedesaan diambil dari Kabupaten Bantul; dengan pertimbangan kabupaten tersebut mempunyai kondisi yang dapat menggambarkan kondisi kabupaten-kabupaten lain di Propinsi DIY.

Melalui proses pengambilan secara acak, terpilih Kelurahan Semaki sebagai sampel wilayah perkotaan, Kelurahan Tamantirto sebagai sampel wilayah pinggiran, dan Desa Karangtengah sebagai sampel wilayah pedesaan. Dari masing-masing wilayah diambil satu RT (rukun tetangga) sebagai unit pengambilan sampel terkecil. Responden dalam penelitian ini adalah iburumahtangga atau anggota keluarga yang berwenang dalam mengatur menu keluarga, yang tinggal di RT yang terpilih sebagai sampel. Secara keseluruhan terdapat 118 responden, yang terdiri dari 42 responden berasal dari wilayah perkotaan, 50 responden dari pinggiran, dan 26 responden dari pedesaan.

Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket dan wawancara. Sebagai acuan pe

pemberitaan penggunaan formalin dikategorikan dalam pemberitaan negatif, promotif dan positif. Pemberitaan negatif adalah pemberitaan yang berefek menurunnya sikap dan perilaku konsumen terhadap produk, yaitu pemberitaan ditemukannya formalin dalam sampel pangan olahan yang diambil oleh badan POM dan bahaya bahan pangan yang menggunakan formalin sebagai bahan pengawetnya. Pemberitaan promotif adalah pemberitaan yang dimaksudkan untuk mengembalikan perilaku pembelian konsumen yang turun akibat pemberitaan negatif. Pemberitaan tentang demonstrasi *public figure* makan produk yang sebelumnya diberitakan menggunakan formalin dan berita makan gratis bersama-sama dikategorikan dalam pemberitaan promotif. Pemberitaan positif adalah pemberitaan yang berefek positif terhadap perilaku konsumen, yaitu pemberitaan tentang sudah tidak ditemukannya formalin dalam sampel pangan olahan yang diambil oleh badan POM.

Semua variabel penelitian diukur dalam skala ordinal. Bagaimana kon-

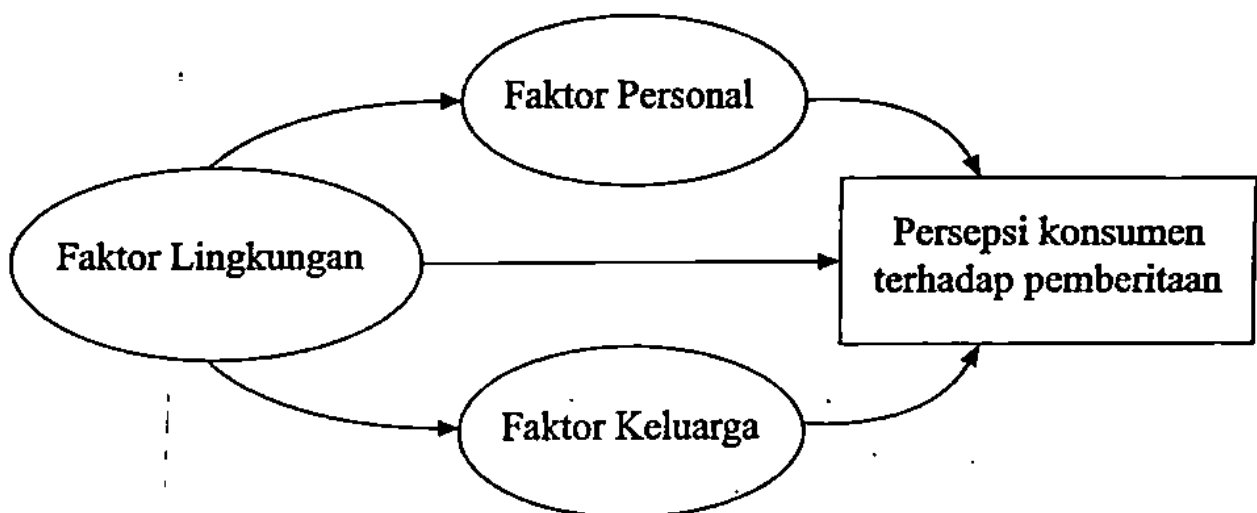
sumen berpersepsi terhadap pemberitaan dianalisis secara deskripsi, selanjutnya ditampilkan dalam bentuk tabel frekuensi dan grafik. Adapun keterkaitan antara faktor personal, keluarga, lingkungan, penggunaan media dan penguasaan informasi dengan persepsi (Gambar 1) dianalisis dengan menggunakan Korelasi Rank Spearman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum masyarakat di Propinsi DIY, bukan masyarakat yang progresif. Pertumbuhan penduduk yang rendah, pertumbuhan ekonomi yang tidak begitu pesat, lingkungan pendidikan yang kuat (BPS 2004), serta masih melekatnya kepatuhan kepada pemerintah sebagai raja membentuk masyarakat yang relatif tidak mudah bergejolak. Dalam situasi demikianlah serangkaian pemberitaan diterima dan direspon oleh masyarakat.

Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan

Persepsi masyarakat terhadap pemberitaan penggunaan formalin dianalisis



Gambar 1. Hubungan antara faktor personal, keluarga dan lingkungan dengan persepsi konsumen terhadap pemberitaan

dari 4 indikator, yakni persepsi terhadap isi, cara, tujuan dan efek. Persepsi terhadap isi diukur dari pesan apa yang ditangkap oleh masyarakat, yang dilihat dari dua hal yakni berbahaya tidaknya penggunaan formalin dan banyak tidaknya produsen yang menggunakan. Persepsi terhadap cara dilihat dari jelas tidaknya informasi yang digunakan dan tepat tidaknya media yang digunakan. Persepsi terhadap tujuan dilihat dari apakah konsumen menangkap tujuan pemberitaan dalam melindungi konsumen dan mendidik produsen. Sementara persepsi terhadap efek dilihat dari apakah pemberitaan meresahkan konsumen dan merugikan produsen.

Persepsi terhadap isi. Walaupun mayoritas masyarakat memandang formalin berbahaya digunakan sebagai bahan pengawet makanan, tetapi terdapat 7% masyarakat yang memandang formalin tidak berbahaya (Tabel 1). Pandangan sebagian masyarakat bahwa formalin tidak berbahaya bersumber dari informasi yang disampaikan media massa yang mengulas pendapat ahli farmasi yang menyatakan bahwa formalin yang terkandung dalam produk pangan yang beredar belum membahayakan; karena disamping kadarnya masih rendah, formalin yang masuk ke dalam tubuh mudah diurai (Winarno 2006).

Namun demikian, informasi berdasarkan pembuktian ilmiah sering tidak mampu mematahkan persepsi yang telah terbentuk (Ouchi *et al.* 2004). Hal ini nampak dari dominannya masyarakat yang memandang formalin berbahaya. Bahkan, walaupun pemberitaan menginformasikan bahwa tidak semua produsen berperilaku menyimpang, masyarakat yang berpendapat banyak produsen menggunakan formalin, cukup dominan (30%).

Persepsi masyarakat perkotaan terhadap isi pemberitaan lebih bervariasi dibandingkan masyarakat pedesaan maupun pinggiran, yang dapat dilihat dari lebih tingginya proporsi masyarakat yang berpersepsi bahwa banyak produsen yang menggunakan formalin (44%) dan formalin tidak berbahaya (10%). Hal ini dapat terjadi karena masyarakat perkotaan relatif lebih heterogen dengan interaksi sosial yang rendah.

Persepsi terhadap cara pemberitaan. Walaupun mayoritas masyarakat menilai pemberitaan disampaikan dengan jelas dan menggunakan media yang tepat, tetapi terdapat 11% masyarakat yang berpersepsi pemberitaan tidak jelas dan tidak tepat (Tabel 2). Masyarakat yang menilai pemberitaan tidak jelas dan tidak tepat didominasi masyarakat pinggiran (20%). Hanya 66% masyarakat pinggiran yang berpendapat berita disampaikan dengan jelas dan menggunakan cara tepat. Sementara sepertiga sisanya berpendapat berita yang disampaikan tidak jelas atau tidak tepat.

Tingkat pendidikan yang rendah, beban ekonomi yang berat (pendapatan rendah) dan penerimaan informasi yang tidak utuh, menyebabkan masyarakat di wilayah pinggiran menilai pemberitaan bersifat simpang siur. Disamping itu keterlibatan masyarakat pinggiran sebagai produsen atau pedagang produk yang mendapat dampak negatif pemberitaan di wilayah tersebut, menyebabkan masyarakat menilai pemberitaan yang dilakukan pemerintah melalui media massa sebagai cara yang tidak memberikan kejelasan dan tidak tepat.

Persepsi terhadap tujuan. Hampir seluruh masyarakat (90%) menilai bahwa pemberitaan ditujukan untuk melindungi konsumsi

Tabel 1. Distribusi responden berdasarkan persepsi terhadap isi berita

Persepsi terhadap isi	Perkotaan		Pinggiran		Pedesaan		Total	
	orang	%	orang	%	orang	%	orang	%
Formalin tidak berbahaya	4	9,8	2	4	2	7,7	8	6,8
Formalin berbahaya tetapi hanya sebagian produsen menggunakannya	19	46,3	35	70	17	65,4	71	60,7
Formalin berbahaya dan banyak produsen menggunakannya	18	43,9	13	26	7	26,9	38	30,5
Jumlah	41	100	50	100	26	100	117	100

Tabel 2. Distribusi responden berdasarkan persepsi terhadap cara pemberitaan

Persepsi terhadap cara	Perkotaan		Pinggiran		Pedesaan		Total	
	orang	%	orang	%	orang	%	orang	%
Tidak jelas dan tidak tepat	2	4.76	10	20	1	3.85	13	11.02
Tidak jelas tetapi tepat	1	2.38	3	6	1	3.85	5	4.24
Jelas tetapi tidak tepat	0	0	4	8	1	3.85	5	4.24
Jelas dan tepat	39	92.86	33	66	23	88.5	95	80.51
Jumlah	42	100	50	100	26	100	118	100

Tabel 3. Distribusi responden berdasarkan persepsi terhadap tujuan pemberitaan

Persepsi terhadap tujuan	Perkotaan		Pinggiran		Pedesaan		Total	
	orang	%	orang	%	orang	%	orang	%
Tidak melindungi dan tidak mendidik	0	0	4	8	0	0	4	3.38
Tidak melindungi tetapi mendidik	0	0	1	2	0	0	1	0.84
Melindungi tetapi tidak mendidik	2	4.76	3	6	2	7.69	7	5.93
Melindungi dan mendidik	40	95.23	42	84	24	92.3	106	89.83
Jumlah	42	100	50	100	26	100	118	100

produsen (Tabel 3). Menarik untuk dicermati terdapat sedikit perbedaan kecenderungan berpersepsi terhadap tujuan, antara masyarakat pinggiran dengan masyarakat di wilayah lain. Kelompok masyarakat yang menilai pemberitaan tidak melindungi dan tidak mendidik, didominasi masyarakat dari wilayah pinggiran. Proporsi masyarakat pinggiran yang menilai pemberitaan tidak melindungi konsumen mencapai 10 %, padahal tidak ada konsumen di wilayah perkotaan dan pedesaan yang

berpersepsi demikian. Sementara proporsi masyarakat pinggiran yang menilai pemberitaan tidak mendidik (15 %) lebih tinggi dari masyarakat perkotaan (5%) dan pedesaan (8%).

Persepsi terhadap efek. Walaupun sebagian besar masyarakat tahu bahwa hanya sebagian produsen yang menggunakan formalin, tetapi mayoritas masyarakat (65%) menilai pemberitaan telah meresahkan konsumen dan merugikan produs

hal ini masyarakat menyadari efek komunikasi media yang mengorbankan kepentingan pihak produsen yang bukan menjadi sasaran pemberitaan (Muchtart 2000)

Dari masyarakat yang menilai pemberitaan tidak meresahkan atau tidak merugikan, masyarakat perkotaan cenderung memandang pemberitaan tidak merugikan produsen (19%), sementara masyarakat pinggiran cenderung memandang pemberitaan tidak meresahkan konsumen (26%). Hal ini terkait dengan perbedaan kedekatan kedua masyarakat tersebut dengan produsen. Masyarakat pinggiran yang lebih mengenal produsen lebih mempercayai keamanan produk yang dihasilkan orang yang dikenalnya, sehingga pemberitaan cenderung tidak meresahkan. Artinya, pengenalan (kepercayaan) konsumen terhadap

produsen akan mengurangi efek negatif dari pemberitaan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang mengungkapkan sertifikasi pemerintah yang dapat dijadikan jaminan kepercayaan oleh masyarakat berpengaruh dua kali lebih kuat dari dampak negatif pemberitaan (Baker 2002); kuatnya kepercayaan kepada pemerintah disebabkan masyarakat menilai pemerintah tidak mempunyai kepentingan dalam menginformasikan sebuah produk (Baker & Mazzocco 2002). Pengembangan strategi penginformasian produk penting untuk menghindari dampak negatif pemberitaan dalam jangka panjang (Miles 2006).

Hubungan faktor personal, keluarga dan lingkungan dengan persepsi

Hasil analisis korelasi Rank Spearman menunjukkan bahwa variabel pendidikan, pemanfaatan media, keutuhan pene-

Tabel 4. Distribusi responden berdasarkan persepsi terhadap efek pemberitaan

Persepsi terhadap efek	Perkotaan		Pinggiran		Pedesaan		Total	
	orang	%	orang	%	orang	%	orang	%
Meresahkan dan merugikan	32	76,2	33	66	22	84,6	77	73,7
Tidak meresahkan tetapi merugikan	2	4,8	8	16	2	7,7	6	10,2
Meresahkan tetapi tidak merugikan	7	16,7	4	8	2	7,7	13	11,0
Tidak meresahkan dan tidak merugikan	1	2,4	5	10	0	0	6	5,1
Jumlah	42	100	50	100	26	100	118	100

Tabel 5. Koefisien korelasi Rank Spearman (rs) dan tingkat signifikansi (p) hubungan antar variabel

Variabel	Persepsi			
	Isi	Cara	Tujuan	Efek
Pendidikan	-.148 (.111)	.241 (.008)	.262 (.004)	-.019 (.835)
Pendapatan	-.131 (.160)	.217 (.018)	.124 (.182)	.040 (.666)
Situasi sosial	-.080 (.389)	.076 (.414)	.022 (.817)	-.235 (.011)
Pemanfaatan media	-.096 (.305)	.117 (.209)	.198 (.033)	.111 (.234)
Keutuhan	-.117 (.209)	.195 (.035)	.119 (.201)	-.213 (.022)
Persepsi terhadap cara	-.049 (.603)	-	.286 (.002)	-.200 (.001)

rimaan informasi, pendapatan dan situasi sosial berkorelasi signifikan dengan atribut persepsi (Tabel 5). Hal ini sesuai dengan pendapat Tubbs dan Moss (2001) bahwa secara teoritis faktor personal dan faktor situasional berpengaruh dalam pembentukan persepsi terhadap pemberitaan.

Angka dalam kurung menunjukkan probabilitas

Pendidikan. Pendidikan berkorelasi positif dengan penggunaan media, persepsi terhadap tujuan pemberitaan dan cara pemberitaan. Artinya semakin tinggi pendidikan, konsumen semakin paham bahwa pemberitaan bertujuan untuk melindungi konsumen dan mendidik produsen dan memandang jelas dan tepat cara yang telah dipilih dalam pemberitaan. Hal ini disebabkan semakin tinggi tingkat pendidikan, akses terhadap media (sumber informasi) yang semakin besar, terbukti dengan adanya hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dan penggunaan media. Dengan akses media yang semakin kuat ditunjang dengan kemampuan menggunakan penalaran memungkinkan kelompok masyarakat yang berpendidikan tinggi paham terhadap tujuan dan mampu memberi penilaian terhadap cara yang dilakukan pemerintah. Sebaliknya, kelompok masyarakat yang berpendidikan rendah dengan akses yang lemah terhadap media akan sulit untuk memahami model pemberitaan yang kurang informatif.

Pendapatan berkorelasi positif dengan persepsi terhadap cara pemberitaan, artinya semakin tinggi pendapatan konsumen maka persepsi terhadap cara pemberitaan semakin baik. Dalam arti konsumen berpendapatan tinggi cenderung menilai pemberitaan telah diberikan dengan jelas dan dengan cara yang tepat, sebaliknya

konsumen berpendapatan rendah menilai pemberitaan penggunaan formalin tidak jelas (simpang siur) dan tidak menggunakan media tepat. Hal ini terjadi karena kelompok masyarakat yang berpendapatan tinggi mempunyai akses terhadap informasi yang lebih baik.

Keutuhan informasi berkorelasi positif dengan persepsi terhadap cara pemberitaan, tetapi berkorelasi negatif dengan persepsi terhadap efek pemberitaan. Semakin banyak informasi yang diterima masyarakat maka semakin baik persepsi konsumen terhadap cara pemberitaan, tetapi berpersepsi pemberitaan berefek semakin meresahkan konsumen dan merugikan produsen. Artinya, informasi yang utuh tidak dapat memberikan ketenangan kepada konsumen. Hal ini disebabkan pemberitaan memberikan informasi yang sepotong-sepotong atau kurang mendidik, sehingga tidak memadai untuk memberikan rasa aman kepada masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen tidak mempunyai informasi yang cukup untuk membangun pendapat tentang keamanan pangan yang akan dikonsumsinya (Kaiser *et al.* 1992). Oleh karena itu pengembangan sistem label merupakan kebutuhan yang tidak lagi bisa diabaikan dalam upaya melindungi konsumen maupun produsen.

Situasi sosial, dalam hal ini dilihat dari ada tidaknya forum perkumpulan formal dan informal, berkorelasi negatif dengan persepsi terhadap efek pemberitaan. Semakin banyak forum untuk berkumpul secara formal maupun informal, maka masyarakat akan menilai pemberitaan semakin meresahkan konsumen dan merugikan produsen. Hal ini terjadi karena media kelompok tidak digunakan sebagai jalur informasi resmi dan cenderung

membicarakan berita negatif. Media keluarga, tetangga dan teman kantor jarang digunakan masyarakat dalam menerima berita positif. Oleh karena itu efek negatif pemberitaan lebih kuat dirasakan oleh masyarakat dengan interaksi kelompok yang tinggi. Hal ini memperkuat pernyataan yang mengungkapkan bahwa komunikasi melalui jaringan informasi informal (kabar burung) sering menghasilkan efek yang lebih kuat (Curtis *et al.* 1999). Oleh karena itu, upaya untuk mengimbangi pemberitaan media yang berefek negatif dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkumpulan yang sudah terbentuk di masyarakat untuk memberikan informasi yang mendidik dan lebih terperinci.

Hubungan faktor personal dan situasi sosial dengan persepsi terhadap isi. Tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, situasi sosial, pemanfaatan media maupun penguasaan informasi tidak berkorelasi signifikan dengan persepsi masyarakat terhadap isi pemberitaan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Miljkovic & Mastad (2005) yang menyatakan bahwa respon masyarakat terhadap pemberitaan tidak ditentukan oleh karakteristik sosial ekonomi, tetapi lebih ditentukan oleh karakteristik psikoindividual seperti perhatian terhadap kesehatan, ketakutan terhadap bahaya yang menimpa diri dan keluarganya, dan kesan pertama yang membekas. Demikian juga dalam menangkap isi pemberitaan penggunaan formalin, persepsi lebih dibentuk oleh ketakutan masyarakat terhadap bahaya formalin, ketika pertama kali menerima berita.

Persepsi terhadap cara berkorelasi negatif dengan persepsi terhadap efek pemberitaan, artinya walaupun masyarakat yang menilai pemberitaan diberikan secara jelas dan menggunakan

media yang tepat, tetapi konsumen berpersepsi pemberitaan meresahkan konsumen dan merugikan produsen. Hal ini menunjukkan cara pemberitaan penggunaan formalin yang telah dilakukan pemerintah tidak bijaksana. Menurut Miljkovic & Mostad (2005) media massa memicu respon masyarakat dalam jangka pendek. Seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat akan melupakan berita tersebut dan produsen *nakal* kembali melakukan penyimpangan. Dengan demikian upaya melindungi konsumen dan mendidik produsen, dengan biaya sosial dan biaya ekonomi yang tidak sedikit menjadi sia-sia. Dalam peristiwa demikian yang diuntungkan adalah pihak media massa, yang saat ini sudah sangat berorientasi pada keuntungan (Amirudin 2000)

KESIMPULAN

Walaupun masyarakat mengetahui bahwa tidak semua produsen menggunakan formalin, masyarakat tetap merasa pemberitaan berefek meresahkan konsumen dan merugikan produsen. Banyaknya perkumpulan formal maupun informal di masyarakat, serta keragaman informasi yang diterima menyebabkan efek negatif pemberitaan semakin kuat. Hal ini terjadi karena kelompok yang ada tidak dimanfaatkannya sebagai media penyampaian informasi secara resmi dan tidak memadainya informasi yang diberikan untuk memberikan rasa aman kepada masyarakat.

Pemberitaan media massa tidak tepat dilakukan untuk mendidik produsen yang berperilaku menyimpang, khususnya untuk usaha yang melibatkan masyarakat banyak berskala kecil. Dalam jangka pendek pemberitaan akan merugikan produsen, sedangkan dalam jangka panjang baik k

produsen akan kembali pada perilaku semula. Sistem sertifikasi produk, khususnya untuk usaha kecil, perlu dikembangkan untuk mendidik produsen agar berperilaku mengikuti standar keamanan yang menjadi hak konsumen, sekaligus melindungi produsen dari efek negatif pemberitaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin. 2000. Industri media dan wacana budaya kekerasan. *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. V: 29-52.
- Baker, G.A. 2003. Food safety and fear: factors affecting consumer response to food safety risk. *International Food And Agribusiness Management Review*. 6 (1).
- _____ & M.A. Mazzocco. 2002. Consumer response to GMO foods: branding vs government certification. WCC Annually Meeting, June 24-25, Las Vegas, Nevada
- BPS. 2004. Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka. Biro Pusat Statistik DIY, Yogyakarta
- Curtis, D.B.; J.J. Floyd; J.L. Winsor. 1999. *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Terjemahan N. Kandangsari; R. Komara; ; Y. Pujdiyati. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Enakem, E. ; S. Muhammad; F. Tegegue & S. Singh. 2004. Consumer biotechnology food and nutrition information source: the trust factors. *Journal of Food Distribution Research*. 35(1): 71-77.
- Indra, K.H. 2006. Ancaman formalin di makanan kita. *Cybermq.com*(online) diakses 4 Maret 2006.
- Jin, H.J. & W.W. Koo. 2003. The effect of safety food related information on consumers' preference: the case of BSE outbreak in Japan. The Annual Meeting of the American Agricultural Economic Association, July 27-30, Montreal, Quebec.
- Kaiser, H.M., C.W. Scherer & D.M. Barbane. 1992 Consumers perception and attitude towards bovine somatotropin. Departement of Agricultural Economic, Departement of Communication, Departement of Food Science, Cornell University.
- Kuperus, P.; M.M. Veeman & W.L. Adamowicz. 1998. Consumers' response to the potential use of Bovine Somatotrophin in Canadian dairy production. Staff Paper. Departement of Rural Economics. Faculty of Agriculture, Forestry and Home Economics. University of Alber Edmonton, Canada.
- Lusk, J.L.; L.O. House; C. Valli; S.R. Jaeger; M. Moore; B. Morrow; W.B. Traill. 2003. Effect of information about benefit of biotechnology on consumer acceptance of genetically modified food: evidence from experimental auctions in the United States. England and France. Dept. Agricultural Economics, Purdue University. ilusk@purdue.edu.
- Miles, S. 2006. Public attitude toward genetically-modified food. *British Food Journal*. 107 (4): 246-262.
- Miljkovic, D. & D. Mastad. 2005. Impact of change preference on U.S. retail demand for beef: health concern and the role of Media. The American Agriculture Economics Association Annual Meeting, July 24-27, Providence, Rhode Island.

- Muchtar, R. 2000. Peranan penelitian komunikasi dalam pembangunan nasional pada millenium ketiga. *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. V:84-104.
- Pikiran Rakyat. 2006. Dibalik manfaat mi instan. pikiran rakyat.com diakses 4 Maret 2006.
- Rahayu. 2000. Analisis dampak pergeseran karakteristik industri pers pada strategi pengembangan sumberdaya manusia. *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. V: 107-122.
- Rakhmat, J. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rimal, A.P. & W. Moon. 2006. Agrobiotechnology and organic food purchase in the United Kingdom. *British Food Journal*. 107 (2): 84-97.
- Shimp, T.A. 2003. *Periklanan Promosi: aspek tambahan komunikasi pemasaran* terpadu. Terjemahan. R.Syarial & D. Anikasari. Erlangga, Jakarta.
- Susanto, A.S.S. 2000. Teori Lasswell yang terlupakan. *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. V: 7-28.
- Syam, A.F. 2006. Formalin sangat berbahaya untuk kesehatan manusia. interna.or.id (online) diakses 23 Februari 2006
- Tubbs, S.L. & S. Moss. 2001. *Human Communication: Prinsip-prinsip dasar*. Terjemahan. D. Mulyana & Gembirasari. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Van Wechel, T. ; C.J. Wachenheim; E. Schuck & D.K. Lambert. 2003. Consumer valuation of genetically modified foods and the effect of information bias. *Agribusiness and Applied Economic Report*. No. 513.
- Winarno, T.G. 6 Januari 2006. Formalin di makanan tidak berbahaya. *Jawa Pos*.
- _____ . 3 Januari 2006. PB PABDI soal formalin, sangat berbahaya bagi kesehatan manusia. *Kompas*

LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel distribusi responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan menurut wilayah kota, pinggran, dan desa

Ciri Personal	Perkotaan		Pinggran		Pedesaan		Total	
	orang	%	orang	%	orang	%	orang	%
Umur (tahun)								
19-40	12	28,5	28	56,0	7	26,9	47	39,8
41-60	25	59,6	20	40,0	13	42,3	58	49,2
>60	5	11,9	2	4,0	6	23,1	13	11,0
Total	42	100,0	50	100,0	26	100,0	118	100,0
Jenis Kelamin								
Laki-laki	10	23,8	9	18,0	6	23,1	25	21,2
Perempuan	32	76,2	41	82,0	20	76,9	93	78,8
Total	42	100,0	50	100,0	26	100,0	118	100,0
Tingkat Pendidikan								
SD-SMP	4	9,5	29	58,0	23	88,5	56	47,4
SMA-PT	38	90,5	21	42,0	3	11,8	62	52,6
Total	42	100	50	100	26	100,0	118	100,0
Pekerjaan								
Tidak bekerja	17	40,5	10	20,0	4	15,4	31	26,3
PNS/Karyawan/Pensiunan	21	50,0	11	22,0	2	7,7	34	28,8
Wiraswasta/Pedagang/Petani	4	9,5	29	58,0	20	76,9	53	44,9
Total	42	100,0	50	100,0	26	100,0	118	100,0
Pendapatan (Rp)								
< 1 juta	11	26,2	44	88,0	26	100	81	68,6
1-2 juta	11	26,2	5	10,0	0	0	16	13,5
> 2 juta	20	47,6	1	2,0	0	0	21	17,8
Jumlah	42	100,0	50	100	26	100	118	99,9

INDEK KUMULATIF AgrUMY 2008

Vol. XVII, No. 1 Juni 2008

Respon Tanaman Padi Varietas Merah-Putih Dengan Berbagai
Dosis Pupuk Organik Cair Di Tanah Regosol

□ Bambang Heri Isnawan..... 1 - 9

Karakteristik Kandungan Gizi Beras *Merah Putih (Oryza Sativa, L)*
Pada Berbagai Jenis Tanah

□ Sukuriyati Susilo Dewi..... 10 - 18

Keragaan Industri Emping Melinjo Di Kecamatan Kasihan
Kebupaten Bantul

□ Eni Istiyanti..... 19 - 27

Optimasi Macam Dan Berat Eksplan Untuk Isolasi DNA Anggrek
Phalaenopsis Amabilis, L. (Bl.)

□ ETTY Handayani..... 28 - 36

Motivasi Konsumen Minuman Lidah Buaya Siap Saji
Di Kota Pontianak

□ Diah Rina K dan Susanawati..... 37 - 46

Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Penggunaan Formalin
Dalam Produk Pangan Olahan Di Daerah Istimewa Yogyakarta

□ Siti Yusi Rusimah dan Widodo..... 47 - 58