

# Hubungan antara Pemberitaan Susu Formula terhadap Keputusan Para Ibu dalam Pembelian Susu Formula

Yonasita Rizqi Amalia

Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro

**Abstract:** *Mass media used as window in event and experience which seen as window that allow the audiences to see what happens out of there. In the other words, the media means to learn to know the various events. Media is one of the main factors that can strengthen, weaken, and even establish a new norm in society. Malcolm X even sees further media as the most powerful entity on the earth. He said the media has a power to make what is right becomes wrong, and what is wrong becomes right because the media can control the minds of the mass. Media as a strategic force in the spread of information is one of the related social authority in shaping attitudes and social norms of a society. Lately there were reports in the media about infant formula that containing the bacteria *Enterobacter sakazakii*. The findings made by the Institut Pertanian Bogor (IPB). This study showed that there was an association between exposure to the news formula containing bacteria with purchasing decisions of formula milk product. No matter how big and deep knowledge of the respondents about the news of formula containing bacteria did not correlate with purchasing decisions of infant formula product. Most of the respondents still made purchases of infant formula despite knowing the impact, vulnerable age, and symptoms due to exposure to bacteria *sakazakii*.*

**Keywords:** *news, purchasing decisions, bacteria sakazakii*

## PENDAHULUAN

Peran media massa dalam kehidupan sosial bermacam-macam. Media massa dapat digunakan sebagai *window on event and experience*, dimana media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana, dengan kata lain, media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa. Media juga senantiasa memilih isu, informasi atau konten yang lain berdasar standar pengelolanya. Khalayak dipilihkan oleh media tentang sesuatu yang layak diketahui dan mendapat perhatian. Media massa sering pula dipandang sebagai penunjuk jalan yang menunjuk arah atas berbagai ketidakpastian atau alternatif yang beragam. Selama ini, kita juga melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik. (<http://fahrialz.wordpress.com/2008/12/18/dampak-media-terhadap-masyarakat/> diakses pada 25 Maret 2011, 12.49 WIB)

Media merupakan salah satu faktor utama yang dapat memperkuat, memperlemah, dan bahkan membentuk norma baru di masyarakat. Malcolm X bahkan melihat media lebih jauh lagi sebagai entiti terkuat di muka bumi. Menurutnya media mempunyai kekuatan untuk membuat apa yang benar menjadi salah, dan yang salah menjadi benar karena media dapat mengontrol pikiran massa. Media sebagai kekuatan strategis dalam menyebarkan informasi merupakan salah satu otoritas sosial yang berhubungan dalam membentuk sikap dan norma sosial suatu masyarakat. ([http://lk2fhui.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=48&Itemid=42](http://lk2fhui.org/index.php?option=com_content&task=view&id=48&Itemid=42) diakses pada 25 Maret 2011, 12.58 WIB)

Akhir-akhir ini ada pemberitaan di media mengenai susu formula bayi yang mengandung bakteri enterobacter sakazakii. Hasil temuan tersebut dilakukan oleh Institut Pertanian Bogor (IPB). Bakteri ini merupakan bakteri gram negatif anirob fakutatif yang berbentuk kokoid dan tidak membentuk spora. Sakazii merupakan mikroorganisme normal pada saluran pencernaan hewan dan manusia, sehingga disinyalir bahwa tanah, air, sayuran, tikus, dan lalat merupakan sumber infeksi. Bakteri ini dapat menyebabkan radang selaput otak dan radang usus pada bayi. (<http://wong168.wordpress.com/2011/02/15/diakses-pada-25-Maret-2011,-12.48WIB>)

Penelitian yang dilakukan IPB antara tahun 2003-2006 dan diumumkan pada tahun 2008 menemukan 22 sampel susu formula yang mengandung bakteri sakazakii dengan kadar 22,73%. (<http://www.informasibisnis.net/2011/02/dampak-isu-negatif-terhadap-usaha.html/diakses-pada-25-Maret-2011,-12.54WIB>). Oleh karena pemberitaan tersebut, para produsen susu fomulai bayi mulai khawatir sehingga produsen susu formula pasti akan melakukan segala untuk tidak memberitakan tentang susu formula yang tercemar. Karena, isu produk susu formula yang tercemar bakteri ini dapat berdampak negatif terhadap usaha membangun *brand* produk susu mereka.

Langkah pertama yang dilakukan produsen susu formula adalah mendukung atau mungkin meminta pemerintah dan Institut Pertanian Bogor (IPB) untuk tidak mengumumkan merek susu formula yang (pamah) tercemar bakteri Enterobacter sakazakii. Kepercayaan konsumen akan turun pada titik terendah, usaha membangun *brand* produk mereka jadi sia-sia, dan ujungnya produsen susu tersebut akan mengalami kerugian yang sangat besar.

## RUMUSAN MASALAH

Pemberitaan seputar adanya bakteri di dalam susu formula semakin meluas di berbagai media. Semakin seringnya publik diterpa oleh pemberitaan mengenai bakteri yang terkandung dalam susu formula, maka publik akan semakin mendapatkan pengetahuan yang tertanam di dalam benak seseorang dan nantinya dapat menimbulkan hubungan antara perilaku mereka dalam pengambilan keputusan. Loyalitas konsumen akan dipertanyakan dan persepsi publik juga akan memberikan dampak tersendiri. Yang perlu diperhatikan adalah *"apakah ada hubungan antara pemberitaan mengenai susu formula terhadap keputusan para ibu dalam pembelian susu formula."*

## TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui adanya Hubungan antara terpaan pemberitaan susu formula berbakteri terhadap keputusan pembelian produk susu formula berbakteri di kalangan ibu.

## KERANGKA TEORI

Media massa merupakan organisasi-organisasi yang menyalurkan produk-produk/pesan-pesan budaya yang mencerminkan budaya masyarakat (Ball-Rockeach & Cantor, dalam Winarso, 2005: 54). Dengan adanya informasi yang disampaikan oleh media massa melalui pemberitaan, maka khalayak akan mendapat terpaan dari pemberitaan tersebut. Peranan atau terpaan media massa terhadap ibu-ibu sangat besar. Secara sadar atau tidak sadar. Pola hidupnya sudah dikendalikan oleh media massa. Gamble dan Gamble (2001) menyebutkan banyak orang menghabiskan waktunya sekitar 7 jam untuk mengonsumsi media massa di tengah kesibukan pekerjaannya. Mereka yang memiliki pilihan media yang sangat spesifik, seperti majalah atau tabloid yang berkaitan dengan pekerjaannya. (Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana).

Terpaan (*exposure*) merupakan kegiatan mendengar, melihat dan membaca pesan-pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang terjadi pada individu dan kelompok (Kriyantono, 2006: 205). Terpaan pesan yang diterima menimbulkan efek seperti sikap, kepercayaan dan bahkan perilaku khalayak. Suasana terpaan (*setting of exposure*), suasana emosional, serta faktor identifikasi juga berperan dalam afeksi khalayak, yaitu hubungan intensitas rangsangan emosional pada media.

Pesan yang menerpa penerima akan menghasilkan respon tertentu (McQuail: 2010, 468). Ada 6 tahapan yang dilalui khalayak dalam merespon pesan tertentu, antara lain presentasi, perhatian, pemahaman, menyetujui, penyimpanan, dan perilaku terbuka. Menurut Steven M. Chaffee (dalam Rakhmat, 2005:218) stimulus mempunyai 3 efek yang diterima oleh khalayak antara lain:

- (1) Efek kognitif. Memberikan perubahan kepada apa yang diketahui, dipahami, ataupun dipersepsikan oleh khalayak. Dengan adanya pemberitaan mengenai susu formula berbakteri akan memberikan pengetahuan dan informasi baru kepada khalayak. Khalayak nantinya dapat memahami dan mempunyai persepsi yang berbeda-beda dalam menanggapi pemberitaan tersebut.
- (2) Efek afektif. Memberikan perubahan kepada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci oleh khalayak. Hal ini menyangkut perasaan, emosi, sikap, atau nilai. Dengan adanya pemberitaan susu formula berbakteri dapat menghasilkan berbagai persepsi khalayak mengenai citra produk susu formula. Efek yang ditimbulkan adalah khalayak dapat menilai produk-produk susu formula tersebut secara positif maupun negatif.
- (3) Efek behavioral. Merujuk pada perubahan perilaku nyata yang dapat diamati seperti pola-pola tindakan dan kegiatan dan kebiasaan berperilaku (Rakmat, 2005: 219). Perubahan perilaku akan terjadi kepada khalayak yang secara tidak langsung menerima terpaan pemberitaan mengenai susu formula berbakteri. Khalayak dapat memilih perilaku yang sesuai dengan apa yang mereka persepsikan sebelumnya.

Teori memberikan peranan bahwa hubungan terpaan pemberitaan yang diterima audiens, dapat mempengaruhi perilaku khalayak. Perilaku tersebut dapat dilihat melalui keputusan pembelian susu formula setelah adanya pemberitaan tersebut.. Hal tersebut diperkuat dengan adanya teori keputusan pembelian.

Menurut Alex S. Nitisemito (1982: 120), keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan dalam mengkonsumsi produk dan aktivitas individu dalam usahanya memenuhi kebutuhannya dengan tahap yang dilibatkan dalam mengevaluasi. Faktor yang sangat penting yang dapat mendukung keputusan pembelian terhadap produk adalah *knowledge* yang dimiliki oleh calon konsumen. Pengetahuan merupakan determinan pokok bagi konsumen dalam berperilaku dan biasanya berbentuk informasi yang dimiliki oleh konsumen dan disimpan dalam memori. Informasi-informasi yang relevan akan dikeluarkan (*retrieve*). Informasi inilah yang disebut *customers knowledge*. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1990: 282-291) untuk terjadinya pemilihan alternatif, konsumen harus memiliki 3 macam pengetahuan (*knowledge*), yaitu:

- (1) *Product Knowledge*, yaitu informasi/pengetahuan konsumen tentang produk, khususnya yang berkaitan dengan perhatian (*awareness*) terhadap kategori produk, terminologi produk, atribut produk dan *belief* terhadap kategori produk.
- (2) *Purchase Knowledge*, yaitu pengetahuan konsumen yang berkaitan dengan berbagai informasi yang relevan terhadap upaya memperoleh produk.
- (3) *Usage Knowledge*, yaitu pengetahuan yang berkaitan dengan pertanyaan untuk 'apa' dan 'bagaimana' produk digunakan.

Proses pengambilan keputusan juga meliputi beberapa tahap (Kotler, 2002: 204) antara lain:

- (1) Pengenalan masalah. Proses pembelian dimulai pada saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rancangan internal maupun eksternal.
- (2) Pencarian informasi. Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Pencarian ini dilakukan ke berbagai sumber yang terdiri dari:
  - Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan.
  - Sumber komersial: iklan wiraniaga, pameran
  - Sumber publik: media massa
  - Sumber pengalaman: penanganan, pengkajian
- (3) Evaluasi alternatif. Cara pembeli berusaha untuk mengevaluasi keunggulan dan kelebihan dari alternatif-alternatif yang ada.
- (4) Keputusan pembelian. Tahap di mana pembeli telah membuat keputusan dengan mempertimbangkan beberapa alternatif.
- (5) Perilaku pasca pembelian. Setelah membeli produk/jasa, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Tipe penelitian**

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan tipe explanatory, yaitu berupa penjelasan dan penggambaran HUBUNGAN TERPAAN PEMBERITAAN SUSU FORMULA BERBAKTERI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU FORMULA, Hal ini karena penulis ingin menjelaskan sejauh mana isi pemberitaan susu formula berbakteri dapat memHubungani keputusan pembelian susu formula.

### **Populasi**

Populasi penelitian adalah ibu-ibu yang memiliki bayi berusia 0-2 tahun yang bertempat tinggal di wilayah RW 05 Kelurahan Kalibanteng Kulon Kecamatan Semarang Barat. Alasan peneliti memilih objek penelitian adalah karena di wilayah tersebut mempunyai tingkat pendidikan dan perekonomian yang beragam, sehingga memungkinkan munculnya sikap yang berbeda-beda dalam menyikapi pemberitaan susu formula yang mengandung bakteri. Di wilayah Rukun Warga (RW) 05 Kelurahan Kalibanteng Kulon, Semarang Barat terdapat sembilan (9) Rukun Tetangga (RT) dengan jumlah ibu yang mempunyai bayi usia 0-2 tahun sebanyak tiga puluh empat (34) orang.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Peneliti menggunakan teknik Total Sampling. Jumlah populasi ibu yang mempunyai bayi berusia 0-2 tahun di wilayah RW 05 Kelurahan Kalibanteng Kulon sebanyak 34 orang, sehingga jumlah populasi tersebut sekaligus sebagai sampel penelitian.

### **Teknik dan Alat Pengumpulan Data**

Teknik dan alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah: Kuesioner, yaitu alat pengumpulan data yang berupa susunan pertanyaan yang ditujukan kepada responden. Teknik yang digunakan adalah dengan diisi langsung oleh responden.

### MATRIKS

Variabel	Indikator	Tolok Ukur	Skala
Terpaan Pemberitaan Susu Formula Berbakteri Sakazakii	Pengetahuan tentang isi pemberitaan:		Rasio
	Pihak yang terlibat dalam penelitian	Mampu menyebutkan pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian susu formula berbakteri	
	Bakteri yang terkandung dalam susu formula	Mampu menyebutkan nama bakteri yang terkandung dalam susu formula	
	Waktu penelitian	Mampu menyebutkan kapan penelitian dilakukan	
	Dampak yang disebabkan oleh bakteri Sakazakii	Mampu menyebutkan dampak yang timbul akibat terkena bakteri sakazakii	
	Usia yang biasanya diserang bakteri sakazakii	Mengetahui usia yang diserang oleh bakteri sakazakii	
Keputusan Pembelian	Perilaku pembelian konsumen terhadap produk susu formula	Sudah membeli Belum membeli Ada niatan membeli Tidak ingin membeli	Nominal

Pengetahuan responden terhadap pemberitaan susu formula berbakteri \* Keputusan pembelian oleh responden Crosstabulation

		Keputusan pembelian oleh responden				Total
		Tidak akan membeli	Belum membeli	Ada niatan membeli	Sudah membeli	
Terpaan pemberitaan susu formula berbakteri	kurang	2 8.0%	1 4.0%	1 4.0%	21 84.0%	25 100.0%
	Cukup	0 .0%	0 .0%	0 .0%	7 100.0%	7 100.0%
	Tinggi	0 .0%	0 .0%	0 .0%	2 100.0%	2 100.0%

Gambar 1: Hasil statistik

## Hubungan Terpaan Pemberitaan Susu Formula Berbakteri Terhadap Keputusan Pembelian

Tabulasi silang antar dua variabel penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan antara terpaan pemberitaan susu formula berbakteri dengan keputusan pembelian produk susu formula. Artinya, sedalam dan sebesar apa pun pengetahuan responden tentang pemberitaan susu formula berbakteri tidak memiliki korelasi dengan keputusan pembelian produk susu formula. Sebagian besar dari responden tetap melakukan pembelian terhadap susu formula walaupun mengetahui dampak, usia rentan, serta gejala akibat terkena bakteri sakazakii.

Menurut Kriyantono, terpaan merupakan kegiatan mendengar, melihat dan membaca pesan-pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang terjadi pada individu dan kelompok. Dari penelitian di lapangan, responden telah terkena terpaan pemberitaan mengenai susu formula berbakteri. Terbukti dengan mayoritas responden mampu menjawab dengan tepat beberapa pertanyaan untuk menguji pengetahuan mereka tentang pemberitaan tersebut. Pesan yang menerpa penerima akan menghasilkan respon tertentu menurut McQuail. Ada 6 tahapan yang dilalui khalayak dalam merespon pesan tertentu, antara lain persentasi, perhatian, pemahaman, menyetujui, penyimpanan, dan perilaku terbuka. Menurut Steven M. Chaffee dalam Rakhmat stimulus mempunyai 3 efek yang diterima oleh khalayak, yakni efek afektif, kognitif dan behavioural. Efek behavioural menyebutkan bahwa perubahan perilaku akan terjadi kepada khalayak yang secara langsung maupun tidak langsung menerima terpaan pemberitaan mengenai susu formula berbakteri. Pernyataan tersebut ternyata tidak dapat diterapkan pada penelitian ini. Meskipun mayoritas responden telah terkena terpaan pemberitaan susu formula berbakteri, namun mereka tetap memutuskan untuk membeli produk susu formula.

Adanya pemberitaan tentang penelitian yang menyebutkan bahwa bakteri sakazaki ada di dalam susu formula ternyata memang cukup menerpa kalangan para ibu yang memiliki bayi. Namun, meskipun mereka mempunyai pengetahuan yang cukup tinggi tentang bakteri tersebut, mereka tetap menganggap bahwa susu formula itu penting dan sangat membantu para ibu. Dengan susu formula, para ibu dapat memberikan gizi tambahan bagi bayinya. Disamping itu, bagi para ibu yang bekerja dan tidak dapat menyusui bayinya, mereka dapat menggunakan susu formula sebagai pengganti ASI.

## PENUTUP/KESIMPULAN

Pemberitaan susu formula berbakteri mencuat pada tahun 2008. Pemberitaan ini muncul diberbagai media massa, sehingga mengakibatkan masyarakat resah. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara terpaan pemberitaan susu formula berbakteri terhadap keputusan pembelian susu formula.

Penemuan di lapangan didapatkan bahwa masyarakat tetap mengonsumsi susu formula kepada bayinya walaupun mengetahui bahwa susu formula mengandung bakteri sakazakii. Ini menunjukkan bahwa terpaan pemberitaan mengenai susu formula yang mengandung bakteri tidak mempunyai hubungan terhadap keputusan pembelian susu formula yang dilakukan oleh masyarakat

## DAFTAR PUSTAKA

- Adianto, Elvinarno. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Miniard, Paul W, James F.Engel, Roger D. Blackwell.1990. *Consumer Behaviour Sixth Edition*. USA: Jane Perkins The Dryden Press.

Rakhmat, Jalaluddin.2005. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Rosda Karya  
Winarso, Heru Puji.2005. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta: Prestasi Pustaka.  
<http://fahrialz.wordpress.com/2008/12/18/dampak-media-terhadap-masyarakat/>  
[http://lk2fhui.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=48&Itemid=42](http://lk2fhui.org/index.php?option=com_content&task=view&id=48&Itemid=42)  
<http://wong168.wordpress.com/2011/02/15/>  
<http://www.informasibisnis.net/2011/02/dampak-isu-negatif-terhadap-usaha.html/>  
<https://mediaanakindonesia.wordpress.com/tag/semua-susu-formula-berpotensi-berbakteri/>  
<http://health.kompas.com/read/2011/02/10/08414748/Apa.Sih.Enterobacter.Sakazakii.Itu>  
<http://www.detiknews.com/read/2011/02/22/182348/1576582/103/mengenal-enterobacter-sakazakii-cronobacter-spp-?nd991107103>  
<http://catatan.legawa.com/2011/02/susu-formula-yang-tercemar-bakteri-enterobacter-sakazakii/>  
<http://bataviase.co.id/node/549520>  
<http://pepitoku.com/susu-formula-berbakteri-sakazakii.html>  
<http://karistantya.blogspot.com/>  
<http://www.berita-ane.com/2011/02/apa-itu-bakteri-sakazaki-dan-bagaimana.html>