

1. Pendahuluan

1.1.Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini telah membuat komunikasi menjadi lebih mudah. Ketersediaan beberapa bentuk teknologi telah memfasilitasi komunikasi, yang memungkinkan komunikator dalam menerima informasi dengan lebih cepat dan lebih mudah (Syarief, 2017). Salah satunya yakni dengan media sosial ataupun media massa. media massa memiliki peran yang signifikan dan strategis dalam membentuk opini publik, sehingga penyebaran berita yang kurang baik mengenai suatu isu dapat berpotensi merusak reputasi perusahaan. Akibatnya, masalah yang seharusnya dapat dikendalikan agar tidak meluas, justru terpublikasi secara luas dan berdampak negatif terhadap reputasi perusahaan (Suharyanti & Sutawidjaya, 2013).

Reputasi sangat penting karena hal ini memengaruhi perasaan publik terhadap lembaga atau organisasi tertentu (Sjoraida et al., 2021). Dalam hal ini perusahaan ataupun Lembaga tertentu memanfaatkan media sebagai salah satu bentuk dalam menangani opini publik. Media memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat selama evolusinya. Selain itu, perkembangan media yang cepat juga dibantu oleh kemajuan teknologi yang terus berkembang yang memungkinkan informasi melampaui ruang dan waktu. Karena setiap orang kini memiliki akses ke perangkat komunikasi seperti ponsel dan gadget lainnya berkat perkembangan internet, setiap orang kini dapat dengan cepat mendapatkan berita yang disediakan oleh berbagai media massa setiap saat (Zukarnain, 2022).

Salah satu pemberitaan media yang akhir-akhir ini menyita perhatian yaitu mengenai es krim Mixue. Keberadaan gerai Mixue yang tersebar luas di berbagai daerah di Indonesia membuat menarik bagi masyarakat Indonesia. Setiap kali mereka menemukan gerai Mixue, beberapa di antaranya mengambil foto untuk di bagikan pada media sosial untuk dijadikan bahan lelucon. Dengan banyaknya lelucon yang dibuat oleh pengguna media dalam bentuk tweet dan video di media sosial, popularitas Mixue semakin meningkat. Sebagai hasil dari banyaknya postingan dan tweet lucu tentang Mixue yang dibagikan di media sosial, istilah "Pengisi Ruko Kosong" (Nanda, 2023).

Namun di balik keramaian gerai mixue yang bermunculan di berbagai daerah. Beberapa Masyarakat ramai memperbincangkan di media sosial, mengenai kehalal pada

produk Mixue. Tak sedikit dari Masyarakat yang menilai bahwa mixue telah mengandung bahan-bahan yang tidak halal. Hal ini membuat Mixue telah mengalami pro dan kontra, pro dan kontra tersebut terjadi dari berbagai ungkapan masyarakat terhadap es krim Mixue, beberapa masyarakat meragukan kehalalannya. Mengenai kehalalan produknya, kemudian Mixue menanggapi pertanyaan dari konsumen Indonesia. Melalui akun Instagram resminya, perusahaan asal China ini menunjukkan apresiasinya terhadap konsumen dan memberikan penjelasan. Dari segi kehalalan, memang benar bahwa Mixue pada tahun 2022 belum memiliki sertifikat halal. Perlu ditegaskan bahwa tidak memiliki sertifikat halal tidak sama dengan tidak halal. Hal ini disampaikan pada Minggu, 15 Januari 2023 oleh akun Instagram resmi @mixueindonesia (Alfarizi, 2023). Mixue juga mengklaim bahwasannya sertifikat halal masih dalam tahap proses mulai dari tahun 2021 mereka belum mendapatkannya dikarenakan proses sertifikasi halal yang membutuhkan waktu panjang (Nasution, 2023).

Tujuan dari sertifikasi halal, yaitu untuk memberikan ketenangan kepada pelanggan dengan memastikan bahwa suatu produk memang halal. Sertifikasi Halal yang paling sederhana dapat ditentukan dari kemasan produk, yaitu apakah produk tersebut mencantumkan label atau lambang halal (Murhanjati, 2020). Dengan mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, memastikan kehalalan makanan yang didistribusikan di masyarakat sangat penting dan menjadi prioritas utama bagi para pengusaha. Pasar konsumen muslim cukup besar di Indonesia karena jumlah penduduk Muslim yang cukup banyak di negara ini. Dengan demikian, status kehalalan suatu produk menjadi persyaratan yang penting bagi pembelian (Nur, 2021).

Karena dalam Islam, status halal suatu makanan dapat memastikan bahwa makanan tersebut sehat untuk dikonsumsi. Hal ini dikarenakan jika tidak adanya sertifikat halal maka dapat menimbulkan anggapan bahwa produk tersebut memiliki kandungan yang diharamkan. Manfaat lain bagi pelanggan adalah mendapatkan jaminan bahwa produk tersebut memiliki kualitas terbaik. Memiliki sertifikat Halal untuk suatu produk mungkin merupakan faktor terpenting dalam memutuskan apakah akan membelinya atau tidak (Sucofindo, 2023) .

Pada 17 Februari 2023 mixue mengungkapkan bahwasanya telah menerima sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Hal tersebut di dapati pada akun instgram resmi @mixueindonesia. Tak hanya itu Ketua MUI telah menguraikan tentang kehalalan produk Mixue. Bahwa metode pembuatannya terjamin, dan bahan baku es

krimnya dijamin berasal dari bahan-bahan yang murni (Mohammad, 2023). MUI juga telah mengkonfirmasi ulang prosedur sertifikasi halal Mixue diperlukan karena ada satu bahan yang harus dilacak, terutama komponen perasa yang berasal dari Tiongkok (MUI, 2023).

Penelitian ini memiliki keunikan dan menarik untuk diteliti karena pada sebelumnya masyarakat ramai memperbincangkan gerai mixue yang bermunculan dimanapun sampai dijuluki dengan istilah “pengisi ruko kosong” namun di balik ramainya perbincangan tersebut beberapa Masyarakat juga mempertanyakan kehalalan produk yang dijual oleh mixue, dengan memberikan opini mereka tak sedikit dari masyarakat memberikan isu negatif. Sehingga hal tersebut membuat pihak Mixue memberikan klarifikasi bahwasaaanya kehalalan mixue pada saat itu masih dalam tahap proses. Pro dan kontra yang sempat beredar sebelumnya dan setelah itu menghasilkan ketertarikan untuk diteliti. Dengan begitu setelah ini apakah kemudian dengan munculnya pemberitaan Mixue yang telah menghantam sertifikat halal dapat membuat pengaruh kepada keputusan masyarakat dalam membeli es krim Mixue.

Hal yang serupa pernah dilakukan dalam penelitian (Amala & Riyantini, 2019) berdasarkan indikator-indikator untuk variabel terpaan, seperti frekuensi, durasi, dan perhatian, serta sikap masyarakat yang dinilai menggunakan indikator kognitif, afektif, dan konatif sesuai dengan teori sikap, variabel terpaan berita tidak terlalu berpengaruh terhadap variabel sikap masyarakat. Berdasarkan temuan penelitian, pemberitaan tentang Sandiaga Uno di media online tidak banyak berpengaruh terhadap opini masyarakat, khususnya laki-laki di Desa Tanah Baru.

Serupa lainnya dilakukan oleh (Prasad et al., 2019) dengan hasil pmenunjukkan bahwa dampak penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh kepercayaan diri dan keberadaan reputasi perusahaan sebagai sebuah merek, kemudian terjadilah keputusan pembelian sehingga hubungan ini menjadi semakin kuat secara signifikan jika terdapat reputasi merek yang semakin positif.

Penelitian lainnya dilakukan (Duong & Liu, 2019) penelitian ini menemukan bukti pengaruh media terhadap konsepsi norm pandangan tentang norma deskriptif dipengaruhi oleh paparan informasi prevalensi yang terlihat dalam item berita. Hanya dalam situasi prevalensi rendah, peningkatan dosis informasi prevalensi dapat meningkatkan persepsi norma deskriptif. masyarakat tentang perilaku kesehatan yang secara ilmiah masih dapat diperdebatkan, dalam hal persepsi normatif.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan (Tang & Zhu, 2019) model dalam keputusan pembelian adalah topik utama dari penelitian ini. Bahwa ketersediaan opini yang beragam dari mulut ke mulut adalah salah satu elemen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Selain itu, sebelum melakukan pembelian, pelanggan sering kali mengumpulkan informasi terlebih dahulu.

Berdasarkan uraian diatas pada latar belakang dan penelitian terdahulu, bahwasanya penelitian ini diangkat dari sebuah masalah opini publik sementara penelitian pada umumnya tidak berawalkan dengan masalah tersebut. Dalam penelitian ini juga tidak terdapat kesamaan dengan peneliti lainnya, sedangkan tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk melihat apakah pemberitaan mengenai isu negative tersebut berpengaruh pada keputusan pembelian atau tidak berpengaruh. Dengan rumusan masalah bagaimana pengaruh terpaan pemberitaan media terkait sertifikat halal mixue terhadap keputusan pembelian? Penelitian ini menggunakan teori SOR sebagai salah satu cara agar dapat melihat berpengaruh tidaknya informasi tersebut sehingga dapat merubah sikap dalam proses keputusan pembelian.

2. Teori Terkait

2.1 *Stimulus Organism Response*

Masalah pada penelitian dijelaskan dengan menggunakan teori, yang juga membantu dan mengarahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Pemecahan masalah yang jelas, metodis, dan terarah dibantu oleh teori-teori yang relevan dengan masalah studi yang kuat. (Rizal & Lubis, 2014) Teori *Stimulus organism response* di kemukakan oleh pakar komunikasi Hovland (1953) ia mengembangkan teori S-O-R, yang berakar pada psikologi. Akan tetapi, itu juga digunakan dalam studi komunikasi saat ini. Teori *stimulus-respon* menyatakan bahwa perubahan prespektif seseorang merupakan salah satu aspek masalah tentang "how" bukan tentang "what" atau "why". Tentunya komunikasi dalam situasi ini mengacu pada perubahan pola pikir dan gaya komunikasi pada seseorang (Kurniawan, 2018).

Dalam hal ini, efek yang akan terjadi adalah respons yang khusus terhadap stimulus yang khusus, yang memungkinkan seseorang untuk mengantisipasi dan meramalkan seberapa baik pesan akan diterima dan bagaimana komunikasi akan merespons. Terdapat tiga unsur-unsur dalam model ini yaitu :