



**STUDI KASUS FENOMENOLOGI DALAM MELAKUKAN *PANIC*
BUYING PEMBELIAN MINYAK GORENG**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Studi Magister Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh:
NOVITASARI
55219120024

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Novitasari
NIM : 55219120024
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : **STUDI KASUS FENOMENOLOGI
DALAM MELAKUKAN *PANIC BUYING*
PEMBELIAN MINYAK GORENG**

Jakarta, 30 Januari 2023

Dosen Pembimbing

(Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : STUDI KASUS FENOMENOLOGI DALAM
MELAKUKAN *PANIC BUYING* PEMBELIAN
MINYAK GORENG
Nama : Novitasari
NIM : 55219120024
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Tanggal : 30 Januari 2023

Jakarta, 30 Januari 2023

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Ahmad Mulyana, M. Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)
3. Pembimbing :
(Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : STUDI KASUS FENOMENOLOGI DALAM
MELAKUKAN *PANIC BUYING* PEMBELIAN
MINYAK GORENG
Nama : Novitasari
NIM : 55219120024
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Tanggal : 30 Januari 2023

UNIVERSITAS
Jakarta, 30 Januari 2023

MENGETAHUI,
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

1. Ketua Sidang :
(Dr. Ahmad Mulyana, M. Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)
3. Pembimbing :
(Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Novitasari
NIM : 55219120024
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : STUDI KASUS FENOMENOLOGI
DALAM MELAKUKAN *PANIC BUYING*
PEMBELIAN MINYAK GORENG

Jakarta, 30 Januari 2023

Dosen Pembimbing

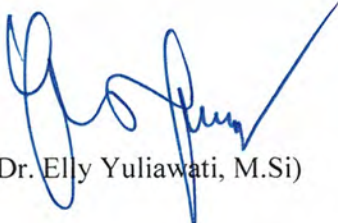
(Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D)

Dekan

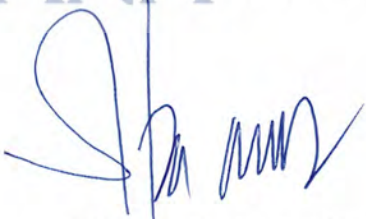
Ketua Program Studi

Fakultas Ilmu Komunikasi

Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Dr. Heri Budianto, M Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Novitasari
NIM : 55219120024
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “PANIC BUYING, PERAN MEDIA DAN MANAJEMEN KOMUNIKASI PUBLIK: SEBUAH SOROTAN LITERATUR”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 25 Januari 2023, didapatkan nilai persentase sebesar 28%.

Jakarta, 25 Januari 2023
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCUBUANA



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : STUDI KASUS FENOMENOLOGI DALAM MELAKUKAN
PANIC BUYING PEMBELIAN MINYAK GORENG

Nama : Novitasari

N I M : 55219120024

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 30 Januari 2023

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 30 Januari 2023



(Novitasari)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, dengan ridho dan rahmat-Nya penulisan tesis yang berjudul:

“STUDI KASUS FENOMENOLOGI DALAM MELAKUKAN *PANIC BUYING* PEMBELIAN MINYAK GORENG”

Dengan judul tersebut agar dapat selesai tepat pada waktunya. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si Sebagai Dosen Penelaah Tesis ini.
3. Bapak Dr Ahmad Mulyana, M. Si Sebagai Ketua Sidang Akhir Tesis ini.
4. Bapak Dr. Heri Budianto, M. Si Si Selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana Jakarta.
5. Bapak Dr. Afdal Makkuraga, M. Si selaku Sekretaris Program Studi Magister Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana Jakarta.
6. Seluruh Dosen Program Studi M. ikom Universitas Mercu Buana dan staf karyawan administrasi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

7. Teruntuk kedua orang tua yang saya cintai Bapak Hendra Zulkarnaen, Ibunda Kasih Nurlaela, dan suami saya Mochammad Ramadhan atas segala bentuk kasih sayang, doa, support yang telah menyertai begitu sangat berarti.
8. Ibu Rahayu Saraswati Djojohadikusumo terimakasih memberikan kesempatan kepada saya untuk dapat menempuh Pendidikan Pasca Sarjana semoga Ibu beserta keluarga Djojohadikusumo selalu di berikan Kesehatan dan Yayasan Arsari Djojohadikusumo semakin Sukses.
9. Teman-teman seperjuangan M. Ikom Universitas Mercu Buana kampus Meruya Jakarta Angkatan 36, yang telah berjuang bersama selama ini, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang sudah turut membantu dalam penyelesaian tesis ini.

Dengan keterbatasan pengalaman, ilmu maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa tesis ini sempurna dengan kekurangannya. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Jakarta, 30 Januari 2023

Penulis
Novitasari

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2 Komunikasi.....	56
2.3 Interaksi Sosial dan <i>Panic Buying</i>	60
2.4 Teori Interaksi Sosial.....	63
2.5 Keputusan Pembelian	67
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	67
2.5.2 Proses Pengambil Keputusan.....	67
2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	69
2.6 <i>Panic buying</i>	73

2.7	Teori Fenomenologi	75
2.8	Teori Makna dan Motif	88
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		96
3.1	Paradigma Penelitian	96
3.2	Pendekatan Penelitian.....	96
3.3	Metode Penelitian.....	97
3.4	Subjek Penelitian.....	100
3.4	Teknik Pengumpulan Data	101
3.5	Teknik Analisis Data	104
3.6	Keabsahan Data	106
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		109
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	109
4.2	Hasil Penelitian.....	111
4.2.1	Pengenalan Masalah dan Sumber Informasi	111
4.3	Evaluasi Alternatif Minyak Goreng	114
4.4	Perilaku Pasca Pembelian.....	117
4.5	Pengalaman individu <i>in order to motive</i> melakukan <i>panic buying</i> terhadap pembelian minyak goreng	120
4.6.1	Textural Description.....	127
4.6.2	Structural Description	130
4.6.3	Ketakutan	131
4.6.4	Aspek Sosial dan Ekonomi	134
4.6.4	Aspek Pemenuhan Kebutuhan	136
4.6.5	Aspek Komunikasi	139
4.6.6	Aspek Budaya	143
4.6.7	Atribut Produk Minyak Goreng	146
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		149
5.1.1	<i>Because of motive</i> keputusan dalam melakukan <i>panic buying</i> pembelian minyak goreng	149
5.1.2	pengalaman sadar individu <i>in order to motive</i> melakukan <i>panic</i> <i>buying</i> terhadap pembelian minyak goreng.....	151

5.2.1 Saran Akademis	153
5.2.2 Saran Praktis.....	153
DAFTAR PUSTAKA	155
LAMPIRAN.....	169
CURRICULUM VITAE	172



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 4. 1 Hasil Wawancara dengan Informan Berdasarkan Aspek.....	112
Tabel 4. 2 Media informasi dan jenis komunikasi yang terjadi pada para informan ...	125



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembeli	66
Gambar 3.1 Choosing Among Five Tradition	101
Gambar 3.2 Teknik Analisis Data Kualitatif Menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2010: 333-345)	106

