

## BAB II

### KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam pembuatan penelitian baru, penulis mempelajari dan mengambil referensi penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mempermudah penulis menyusun penelitian dengan sistematis, baik dari segi teori maupun konsep yang diharapkan akan mempertajam dan memperkaya pembahasan. Dari penelitian terdahulu, penulis dapat melihat persamaan untuk dijadikan acuan dalam menyusun penelitian dan menemukan perbedaan untuk dibandingkan dengan penelitian yang penulis lakukan dalam membangun penelitian baru.

Penelitian terdahulu pertama disusun oleh Silalahi dan Haloho yang berjudul “Analisis Resepsi Ibu Rumah Tangga di KEC. Johar Baru mengenai Peran Gender dalam Sinetron Komplek Pengabdian Istri di RCTI” yang dilakukan pada tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon ibu rumah tangga di Kecamatan Johar Baru terhadap penggambaran gender dalam sinetron Komplek Pengabdian Istri RCTI. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan teori *encoding-decoding* oleh Stuart Hall. Penelitian ini menggunakan metode analisis respsi khalayak.

Penelitian Silalahi dan Haloho (2022), menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin melihat sekaligus menggambarkan pemaknaan yang muncul pada empat anggota Komunitas Ibu-ibu Rumah Tangga Kecamatan Johar Baru yang menjadi informan dari konstruksi yang dibangun oleh pembuat sinetron terhadap peran gender. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer, yang diperoleh melalui wawancara mendalam pada anggota Komunitas Ibu-ibu Kecamatan Johar Baru dan juga data sekunder, yang diperoleh melalui wawancara dengan keempat informan yang merupakan anggota Komunitas Ibu-ibu Kecamatan Johar Baru, literatur atau sumber pustaka serta referensi internet maupun elektronik lainnya.

Hasil penelitian Silalahi dan Haloho (2022), menunjukkan terdapat perbedaan pemaknaan pada setiap informasi yang dijelaskan dalam sinetron Komplek Pengabdian Istri mengenai peran gender. Posisi pada pemaknaan negosiasi dan oposisi terhadap informasi mengenai peran istri mencari nafkah, pertukaran peran yang berhasil dan peran istri lebih penting. Hegemoni dominan menjadi posisi pemaknaan yang tidak mendominasi di setiap informasi pada sinetron Komplek Pengabdian Istri.

Penelitian terdahulu kedua yang dijadikan referensi oleh penulis adalah penelitian yang disusun oleh Aslati dan Silawati yang berjudul “Fenomena Eksploitasi Perempuan oleh Media” yang dilakukan pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap fenomena eksploitasi perempuan oleh media massa di Indonesia. Penelitian Aslati dan Silawati (2018) ini menggunakan studi literatur di mana penulis mengumpulkan beragam literatur terkait tema artikel kemudian menganalisisnya sesuai dengan tujuan penulisan.

Hasil penelitian Aslati dan Silawati (2018) menyimpulkan bahwa perempuan dalam media seringkali digambarkan sebagai objek tatapan pria. Dalam sejumlah pemberitaan, masih banyak ditemukan penulisan dengan cara berpikir budaya patriarki yang menganggap perempuan hanyalah suatu konsep sekaligus objek dengan penulisan pemberitaan yang diskriminatif dengan kata-kata yang merendahkan perempuan. Aslati dan Silawati (2018) menyimpulkan bahwa tanpa usaha yang sistematis perempuan akan terus digambarkan seperti saat ini melalui iklan, film, radio, dan media *online* yang terkesan sebagai objek yang dipamerkan dan dapat diuraikan sedetil mungkin tentang tubuhnya oleh media.

Penelitian terdahulu ketiga yang dijadikan rujukan penulis adalah penelitian yang disusun oleh Laili Muttamimah dan Firman Kurniawan Sujono yang berjudul “Resepsi Khalayak Perempuan terhadap Konten Edukasi Seksual oleh Key Opinion Leader” yang dilakukan pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana resepsi perempuan muda terhadap konten-konten edukasi seksual yang disampaikan oleh *key opinion leader*, yang mana tak jarang berseberangan dengan konstruksi sosial-budaya di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif paradigma konstruktivis. Penelitian Muttamimah dan Haloho (2023) bertujuan untuk menelaah bagaimana konten-konten yang disampaikan oleh Inez Kristanti dimaknai oleh para perempuan dewasa muda, terlebih ketika konten-konten yang disajikan berisi opini yang bertolakbelakang dengan konstruksi sosial-budaya masyarakat Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi. Analisis resepsi digunakan dalam penelitian ini untuk menunjukkan makna-makna apa saja yang diterima oleh subjek penelitian saat mengonsumsi konten-konten edukasi seksual milik Inez Kristanti, terlebih ketika isi pesan media tersebut sangat terbuka dan bertolakbelakang dengan unsur tabu yang selama ini selalu difokuskan dalam pembahasan mengenai edukasi seksual. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara kepada tiga informan. Objek penelitian ini adalah akun Instagram @inezkristanti. Peneliti mengambil empat jenis konten video dalam Instagram Inez Kristanti yang memiliki makna cukup sensitif mengenai seksualitas perempuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat makna yang polisemi. Sebagian besar informan menyetujui isi pesan yang mendobrak stigma masyarakat mengenai seksualitas perempuan. Meski begitu, peran key opinion leader dianggap belum sepenuhnya kredibel dalam menyampaikan edukasi seksual, sehingga dibutuhkan sosok yang lebih ahli dan sumber dari kanal-kanal lain sebagai pembanding informasi yang mereka terima.

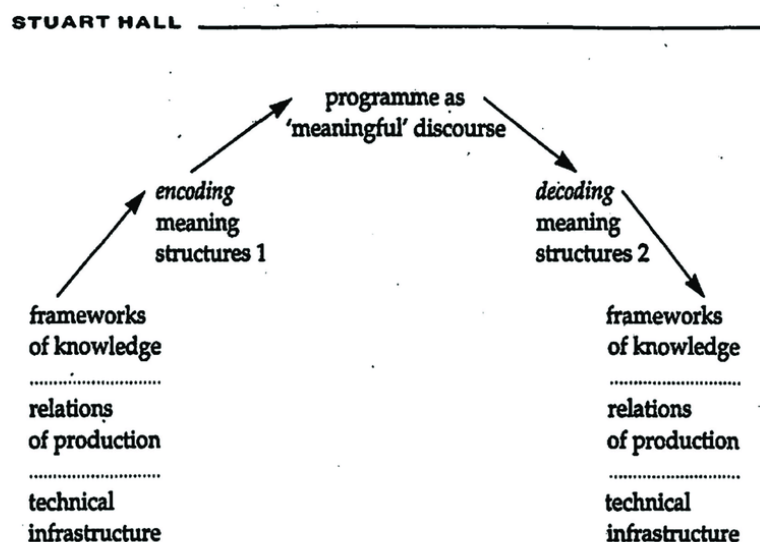
## **2.2 Teori atau Konsep yang digunakan**

### **2.2.1 Analisis Resepsi**

Kajian mengenai khalayak aktif pada proses pemaknaan merupakan sebuah studi yang dilakukan oleh peneliti British Cultural Studies, Stuart Hall (Sarwono, dalam Gabriella, 2023, p. 27). Studi ini akhirnya dikenal menjadi studi resepsi yang diawali dengan penelitian komunikasi massa berupa *encoding-decoding* dalam wacana televisi. Pada riset tersebut menjelaskan penerimaan pesan diawali dengan *encoding*, yaitu kegiatan

media dalam menerjemahkan gagasan, ide, atau pesan agar dapat tersampaikan dengan tepat ke penerima. Kemudian, *decoding* merupakan proses penerimaan untuk menginterpretasikan pesan-pesan yang memiliki makna bagi penerima. Menurut Stuart Hall (dalam Widjaja, 2020), studi resepsi merupakan suatu elemen berdasarkan produksi (teks) dan pemaknaan khalayak terhadap teks media (umpan balik). Dalam menerapkan studi resepsi, teori kunci yang digunakan Hall adalah *encoding* dan *decoding*.

Analisis resepsi diartikan sebagai sebuah proses pada khalayak dalam menginterpretasikan isi media, guna memperoleh pemahaman dan pemaknaan suatu teks berita (dalam Felicia, 2023). Menurut Hall (1973), proses komunikasi (*encoding-decoding*), berlangsung secara lebih kompleks. Hall berpendapat bahwa khalayak tidak hanya dapat menerima pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan, tetapi juga bisa memaknai isi pesan yang disampaikan oleh pengirim.



Gambar 2. 1 Struktur Pemaknaan pesan Stuart Hall  
Sumber: (Hall, 1973)

Gambar di atas menjelaskan proses komunikasi pesan *encoding* dan *decoding*. Dari bagan model *encoding-decoding* tersebut, terlihat bahwa *encoding* dilakukan oleh pengirim pesan dan *decoding* dilakukan oleh

penerima pesan. Baik *encoding* maupun *decoding* terhadap teks media dipengaruhi oleh tiga hal yakni *frameworks of knowledge*, *relation of production*, dan *technical infrastructure*. Untuk melakukan tahapan *encoding* yang merupakan proses dari produsen pesan, tentu akan melewati beberapa prosedur yang membentuk *encoding* tersebut.

Fokus utama penelitian resepsi adalah untuk menggali makna dan pengalaman yang dihasilkan oleh khalayak atas produk media berupa teks verbal, visual, ataupun wacana. Spesifiknya, analisis resepsi bertujuan untuk mengetahui pemahaman dan pembentukan makna oleh beberapa faktor yang mempengaruhi pesan, seperti latar belakang pengetahuan (*frameworks of knowledge*), hubungan produksi (*relation of production*), dan infrastruktur teknis (*technical infrastructure*), sehingga khalayak terpengaruh. Dari sejumlah faktor tersebut dapat mempengaruhi dan membagi tiga posisi khalayak dalam pemaknaan pesan *decoding* (Hall, 2011), yaitu posisi dominan (*dominant-hegemonic position*), posisi negosiasi (*negotiated position*), dan posisi oposisi (*oppositional position*).

Teori pemaknaan audiens ini memberikan pemahaman bagi penulis mengenai bagaimana pesan yang disampaikan media dapat diartikan berbeda-beda oleh khalayak. Penulis pun menggunakan teori ini sebagai acuan utama untuk mengetahui bukan hanya posisi pemaknaan khalayak, tetapi juga latar belakang yang mempengaruhi posisi tersebut dan bagaimana proses pemaknaannya.

### **2.2.2 Khalayak Media**

Khalayak media merupakan sebuah kelompok yang menjadi konsumen media sebagai pembaca, pendengar, ataupun penonton. Khalayak dapat didefinisikan sebagai sang penerima pesan yang dikirimkan oleh sumber atau komunikator dengan menggunakan media (Wahid, 2016, p. 96). McQuail (2003) menjelaskan khalayak media yang menjadi sekelompok penonton maupun pendengar yang mampu memberikan respon

berupa perhatian secara aktif maupun pasif (Nasrullah, 2019, h. 5). Khalayak media memiliki karakteristik yang dijelaskan Virginia Ningtingale (2003) pada empat tipologi pendekatan khalayak (Nasrullah, 2019, h. 7).

- 1) Khalayak sebagai sekumpulan orang (*The people assembled*). dengan memberikan respon sebagai penonton ataupun pembaca berupa perhatian pada produk yang ditampilkan.
- 2) Khalayak sebagai orang yang menjadi tujuan. (*The people addressed*). Khalayak dijelaskan sebagai seseorang yang terimajinasi dengan memiliki keinginan ataupun kebutuhan dan memiliki kelemahan dari khalayak itu sendiri.
- 3) Khalayak sebagai sesuatu yang terjadi (*Happening*). karakteristik ini melihat dari pengalaman resepsi khalayak yang terjadi pada saat menjadi konsumen konten berdasarkan pengalaman yang bersifat individu maupun kelompok.
- 4) Khalayak sebagai aktivitas mendengar (*hearing*). Karakteristik ini menjelaskan khalayak saat berpartisipasi dalam proses komunikasi massa dan selanjutnya menjadi berkembang setelah melakukan interaksi pada jurnalisme.

Badan Pusat Statistik (BPS) membagi khalayak berdasarkan rentang waktu kelahiran, antara lain sebagai berikut (BPS, 2021, p.12).

1. Pre-Boomer (Sebelum 1945)
2. Baby Boomer (1946-1964)
3. Generasi-X (1965-1980)
4. Milenial (1981-1996)
5. Generasi-Z (1997-2012)
6. Post Generasi-Z (2013- seterusnya)

Penelitian ini akan berfokus kepada Generasi-Z sebagai subjek penelitian. Menurut *Grail Research*, Generasi-Z merupakan generasi yang sangat dekat dengan teknologi, cenderung fleksibel, lebih cerdas, dan

memiliki sikap toleransi terhadap perbedaan budaya. Selanjutnya, Generasi-Z juga terhubung secara global dan memiliki jaringan di dunia virtual (Research, 2011). Berdasarkan temuan yang diperoleh, masih banyak pemberitaan cabul yang disajikan oleh media dengan perempuan menjadi objek yang diberitakan dengan cara yang vulgar dan seksis. Dengan banyaknya pemberitaan semacam itu, penelitian ini akan membahas bagaimana resepsi pembaca perempuan terhadap pemberitaan cabul yang dipublikasi *Suara.com*.

### 2.2.3 Berita Cabul

Berita adalah informasi mengenai suatu peristiwa yang sedang terjadi dan ditulis oleh jurnalis melalui proses jurnalistik. Terdapat dua jenis berita, yaitu *hard news* dan *soft news*. Perbedaan kedua berita tersebut hanya terletak pada isi beritanya. Menurut Junaidi dan Awigra (2012), *hard news* adalah berita mengenai peristiwa yang sedang terjadi. Berita ini sangat dibatasi oleh waktu dan aktualitas sehingga harus segera disampaikan kepada masyarakat. Penulisan *hard news* mengacu pada struktur piramida terbalik, pada bagian atas merupakan informasi terpenting dan menuju bagian bawah merupakan informasi yang semakin kurang penting. Sementara menurut Ahmad Qorib, dkk dalam buku “Pengantar Jurnalistik” (2019), *soft news* adalah berita yang isinya lebih panjang dan juga menarik, serta menyangkut *human interest*. Terdapat 11 nilai berita yang dapat digunakan sebagai acuan apakah sebuah peristiwa dapat diangkat menjadi berita, yaitu sebagai berikut.

#### 1. *Significance*

Nilai penting atau *significance* dapat dimaknai sebagai peristiwa penting atau orang penting, seperti tokoh publik, pejabat, dan artis. *Significance* juga dapat menyangkut kepentingan orang banyak.

#### 2. *Timeliness*

Nilai aktualitas atau *timeliness* dapat diartikan sebagai kebaruan sehingga baik peristiwa yang sedang terjadi maupun baru saja terjadi, harus disebarluaskan kepada khalayak.

### 3. *Magnitude*

Nilai pengaruh atau *magnitude* dapat diartikan dengan seberapa luas sebuah pengaruh peristiwa bagi khalayak.

### 4. *Proximity*

Nilai kedekatan atau *proximity* menekankan pada kedekatan peristiwa dengan masyarakat, seperti secara geografis, psikologis, dan ideologis.

### 5. *Impact*

Nilai dampak atau *impact* dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang berdampak luas bagi masyarakat.

### 6. *Prominence*

Nilai ketokohan atau *prominence* berkaitan dengan orang penting, seperti tokoh publik, pejabat, artis dan orang terkemuka lainnya.

### 7. *Conflict*

Nilai konflik atau *conflict* dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengandung unsur pertentangan.

### 8. *Human interest*

Nilai berita ini menyangkut kemanusiaan dan dapat menimbulkan reaksi emosional.

### 9. *Unusualness*

Nilai keluarbiasaan atau *unusualness* adalah peristiwa yang bersifat luar biasa, aneh atau tidak lazim, dan cenderung menggugah rasa penasaran masyarakat.

### 10. *Currency*

Nilai kekinian atau *currency* adalah topik yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat sehingga menarik untuk diangkat isunya.



### 11. *Sex (Casakreatif.com)*

Nilai berita ini merupakan hal yang tak biasa dibicarakan khalayak umum, namun seks menjadi salah satu parameter sebuah informasi layak diberitakan. Segala peristiwa mengenai seksual selalu menarik karena menyangkut salah satu kebutuhan dasar dan fitrah manusia. Contoh pemberitaan mengenai seks seperti perkosaan, perselingkuhan, prostitusi, pelecehan, dan tindakan asusila lainnya.

Berita cabul menurut Dewan Pers Indonesia merupakan berita yang memuat representasi perilaku erotis melalui foto, grafik, gambar, tulisan atau suara yang semata-mata hanya untuk membangkitkan asrat nafsu birahi. Sebagaimana dijelaskan dalam pasal 4 ayat (1) UU Nomor 44 tahun 2008 tentang pornografi, suatu hal dikatakan sebagai unsur cabul karena di dalamnya memuat beberapa unsur, yaitu:

- a. Persenggaman, termasuk persenggaman yang menyimpang
- b. Kekerasan seksual
- c. Masturbasi atau onani
- d. Ketelanjangan atau tampilan yang mengesampingkan ketelanjangan
- e. Alat kelamin
- f. Pornografi anak.

Menurut KBBI, cabul tak hanya melulu urusan seks, tapi juga semua cara mengungkapkan perasaan. Cabul berarti keji dan kotor, perbuatan yang tidak senonoh, melanggar kesopanan dan kesusilaan.

Media massa berperan penting dalam pembentukan opini publik. Media massa dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu, juga pesan-pesan dalam kaitannya dengan isu pornografi dan kebebasan berekspresi. Dalam kasus-kasus yang dekat dengan erotisme, kebanyakan media *mainstream* membela dengan menggunakan alasan kebebasan

berekspresi dan menentang segala bentuk sensor, meskipun sebagian media menganggap erotisme tersebut sudah mengarah dan masuk dalam kategori pornografi.

Dewasa ini, masih banyak ditemukan judul dalam media dan berita dibuat sangat seksis dan lebih banyak mengelaborasi fisik. Sebagaimana frasa perempuan cantik, pose seksi, wanita berparas menarik, pakaian terbuka, dll. Hal tersebut tentu merupakan pemberitaan yang mengandung seksisme pada perempuan, yang mana tubuh wanita digunakan sebagai objek untuk menarik perhatian demi mengundang klik pembaca.

Dalam kaitannya dengan media massa, penelitian dan laporan ilmiah yang menyimpulkan bahwa media massa, termasuk di dalamnya media cetak, membawa bias-bias tertentu berkenaan dengan pemberitaan seputar perempuan. Menurut Tommy F Awuy (dalam Siahaan: 2000), bahasa jurnalisme, khususnya koran-koran di Indonesia masih mencerminkan budaya patriarki. Perempuan masih dianggap sebagai properti. Ia dinilai dan dieksploitasi lebih banyak dari bentuk tubuhnya daripada pikirannya.

Maka dari itu, penelitian ini akan membahas bagaimana resepsi pembaca perempuan terhadap pemberitaan yang mengeksploitasi perempuan yang dikemas secara vulgar oleh media *online Suara.com*.

#### **2.2.4 Kode Etik Jurnalistik**

Kode etik bagi jurnalis menjadi bagian yang sangat krusial untuk menjaga kepercayaan publik sehingga tercipta integritas baik untuk pribadi sebagai jurnalis maupun media massa. Adanya Kode Etik Jurnalistik sebagai wujud hak asasi manusia yang tertuang dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 40 tahun 1999. Kode Etik Jurnalistik merupakan sekumpulan prinsip moral yang merefleksikan peraturan-peraturan baik secara tertulis maupun tidak tertulis yang wajib dipatuhi oleh seluruh wartawan (Santana, 2017).

Kode Etik Jurnalistik berfungsi sebagai landasan moral dan etika agar seorang wartawan senantiasa melakukan tindakan tanggung jawab sosial. Landasan Kode Etik Jurnalistik mengacu pada kepentingan publik. Sebab kebebasan pers yang ideal adalah kebebasan yang tidak mencederai kepentingan publik dan tidak melanggar hak asasi warga negara. Dengan mematuhi Kode Etik Jurnalistik dan menerapkannya merupakan wujud profesional seorang wartawan dan dengan menjalankan kegiatan jurnalistik sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik berarti seorang wartawan telah bertanggung jawab terhadap diri sendiri maupun masyarakat (Gawi et al., 2017). Institusi yang berhak menilai atas pelanggaran Kode Etik Jurnalistik adalah Dewan Pers. Sementara pihak yang memberikan sanksi atas pelanggaran Kode Etik Jurnalistik adalah organisasi profesi wartawan dan atau perusahaan pers yang bersangkutan.

Kode Etik Jurnalistik berisi apa-apa yang menjadi pertimbangan, perhatian, atau penalaran moral profesi wartawan. Selain itu, isi etikanya juga mengatur hak dan kewajiban dari kerja kewartawanan. Dilansir dari laman resmi Dewan Pers Indonesia, dijelaskan isi-isi dari Kode Etik Jurnalistik, yaitu:

1. Pasal 1, wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beriktikad buruk.
2. Pasal 2, wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.
3. Pasal 3, wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
4. Pasal 4, wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.
5. Pasal 5, wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.

6. Pasal 6, wartawan Indonesia tidak menyalagunakan profesi dan tidak menerima suap.
7. Pasal 7, wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan off the record sesuai dengan kesepakatan.
8. Pasal 8, wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.
9. Pasal 9, wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.
10. Pasal 10, wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa.
11. Pasal 11, wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

Kode Etik Jurnalistik merupakan rambu-rambu sekaligus perlindungan bagi wartawan dalam menjalankan profesi dan kegiatannya. Namun dalam pelaksanaannya, pengetahuan dan pemahaman wartawan terhadap kode etik sangatlah beragam. Di sisi lain, kendati mengetahui kode etik, tidak semua wartawan melaksanakan kode etik karena berbagai keadaan.

Penelitian ini mengkaji kesesuaian praktik penerapan Kode Etik Jurnalistik, khususnya terkait pasal 4, di mana pada pasal tersebut memiliki poin yang relevan dengan pembahasan penelitian ini. Penulis menggarisbawahi penafsiran pasal 4 pada poin “Cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis dengan foto, gambar, suara, grafis atau tulisan yang semata-mata untuk membangkitkan nafsu birahi”, di mana dalam implementasinya, penulis masih sering menemukan berbagai

pemberitaan media yang mengandung unsur seksual dengan penulisan serta gambar yang vulgar.

Pemberitaan cabul memiliki kaitan erat dengan Kode Etik Jurnalistik karena kode etik tersebut menetapkan standar profesionalisme dan integritas yang harus diikuti oleh para jurnalis dalam melaporkan berita. Kode etik jurnalistik umumnya menekankan perlindungan terhadap kehormatan, privasi, dan martabat individu. Pemberitaan cabul yang melibatkan detail intim atau merugikan kehidupan pribadi seseorang dapat melanggar prinsip ini. Jurnalis diharapkan untuk mempertimbangkan dampak yang mungkin timbul dari pemberitaan semacam itu terhadap privasi dan kesejahteraan individu yang terlibat.

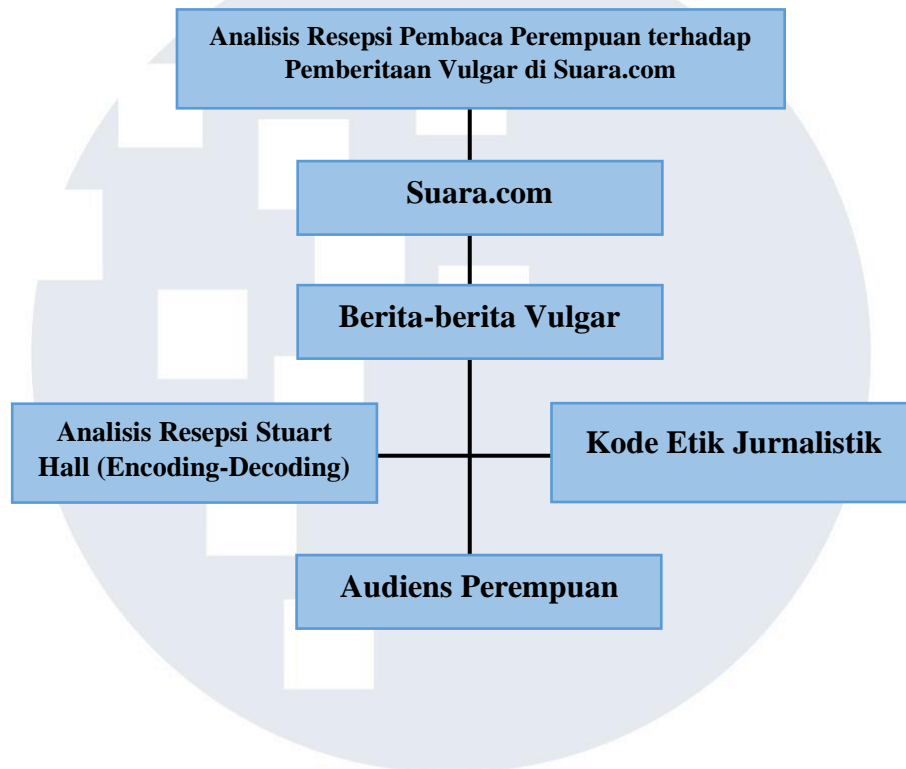
Kode etik jurnalistik menekankan tanggung jawab sosial media dalam memberikan informasi yang bermanfaat dan berdampak positif bagi masyarakat. Dalam konteks pemberitaan cabul, tanggung jawab sosial ini berarti mempertimbangkan kesejahteraan dan sensitivitas pembaca, terutama dalam melindungi korban dari lebih lanjut stigmatisasi atau pelecehan.

Melalui penerapan kode etik jurnalistik, pemberitaan cabul dapat dihindari atau minimalisasi dampak negatifnya. Kode etik membantu mengingatkan jurnalis akan tanggung jawab mereka terhadap publik dan memberikan kerangka kerja untuk melaporkan berita dengan integritas, keakuratan, dan memperhatikan kepentingan etika dan moral.



### 2.3 Alur Penelitian

Gambar 2.2 Bagan Alur Penelitian



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA