



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI

Kerangka teori merupakan suatu susunan landasan teori dan pemahaman yang digunakan oleh peneliti untuk mendukung latar belakang dan metodologi di dalam penelitian ini. Kerangka teori berisi teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini.

2.1 Penelitian Terdahulu

Salah satu strategi dalam penyempurnaan penelitian ini, peneliti menelusuri dan menganalisis beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Tentunya yang sejenis, yang memiliki topik objektivitas yang similar, dengan topik yang peneliti angkat. Selanjutnya penelitian tersebut menjadi acuan dalam menyusun penelitian ini.

Tabel 2.1

Review penelitian sejenis dengan penelitian ini

	Penelitian 1	Penelitian 2
Judul	Hubungan Agenda Media dengan Agenda Publik dalam Isu Kecurangan dan Pemalsuan Barang Konsumsi (Studi Agenda Setting Tayangan Reportase Sore Trans TV terhadap Khalayak Ibu Rumah Tangga)	Agenda Media dalam Membahas Isu-Isu Produk Halal (Studi Analisis Isi Tentang Pemberitaan Isu-Isu Produk Halal Surat Kabar di Indonesia Tahun 1996-2011)

Nama Mahasiswa	Anggun Lestari (SKRIPSI)	Nadia Lutfi Masduki (TESIS)
Tahun	2009	2012
Universitas	Universitas Indonesia	Universitas Indonesia
Jenis Penelitian Yang Digunakan & Metodologi	Studi Agenda Setting, Deskriptif, Positivistik, Kuantitatif, analisis isi, survey riset, uji korelasi Spearman	Analisis Isi kuantitatif deskriptif.
Teori Yang Digunakan	Agenda Setting, Agenda Media, Agenda Publik, Isu, Konsep Penggunaan Media, konsep kredibilitas Media, Konsep Pola Ketertarikan, Reportase Sore, Ibu Rumah Tangga	Agenda Setting, Hal-hal yang memengaruhi isi media, Objektivitas media, Media massa, Kewajiban umat muslim mengonsumsi produk halal, pentingnya sertifikasi halal, pemberitaan media terkait isu produk halal,
Tujuan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meneliti hubungan antara penyajian isi agenda Reportase Sore Trans TV dengan suatu isu kecurangan dan pemalsuan barang konsumsi dengan agenda ibu rumah tangga tentang pentingnya isu tersebut. 2. Meneliti kondisi-kondisi yang dapat memengaruhi hubungan antara agenda media dengan agenda publik, seperti tingkat penggunaan media dan kredibilitas media di mana publik dalam isu-isu kecurangan dan pemalsuan barang-barang konsumsi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui seberapa besar perhatian media untuk meliput dan mengulas tentang isu terkait produk halal di media cetak di Indonesia selama kurun waktu 15 tahun (1996-2011). 2. Mengetahui kecenderungan media massa dalam membahas persoalan agama tertentu, khususnya isu terkait produk halal dan faktor apa yang memengaruhi. 3. Mengetahui sejauh mana objektivitas media massa dapat terjaga dalam membahas persoalan agama tertentu, khususnya isu terkait produk halal, mengingat posisi media

		massa yang sangat penting sebagai pilar demokrasi keempat.
Kesimpulan	Adanya hubungan yang kuat antara agenda tayangan reportase sore dengan agenda publik ibu rumah tangga. Hubungan yang kuat tersebut dipengaruhi oleh media, rutinitas penggunaan media, kredibilitas media, pola ketertarikan isu, sifat isu, dan faktor demografis.	Isu agama dalam pemuatannya di media memiliki proporsi frekuensi yang berbeda disetiap media. Isu Halal belum masuk kedalam agenda global, sedangkan berita lokal hanya sesekali dimuat dikarenakan isu meliputi lingkup wilayah tertentu saja. Pemberitaannya tidak disebutkan secara spesifik dan terdapat kecenderungan untuk membahasnya sambil lalu. Pemberitaan dengan gaya <i>straight news</i> , menunjukkan tidak ada elaborasi dengan isu keagamaan.

Penelitian pertama dilakukan oleh Anggun Lestari, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Depok 2009 dengan judul “Hubungan Agenda Media dengan Agenda Publik dalam Isu Kecurangan dan Pemalsuan Barang Konsumsi (Studi Agenda Setting Tayangan Reportase Sore Trans TV terhadap Khalayak Ibu Rumah Tangga)”.

Tujuan dari penelitian ini adalah meneliti hubungan antara penyajian isi agenda Reportase Sore Trans TV dengan suatu isu kecurangan dan pemalsuan barang konsumsi dengan agenda ibu rumah tangga tentang petingnya isu tersebut. Selanjutnya meneliti kondisi-kondisi yang dapat memengaruhi hubungan antara agenda media dengan agenda publik, seperti tingkat penggunaan media dan

kredibilitas media di mana publik dalam isu-isu kecurangan dan pemalsuan barang-barang konsumsi.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis isi kuantitatif deskriptif, untuk menjabarkan secara detail hasil dari penelitian. Lalu diperkuat dengan metode riset survey khalayak, guna menguji hubungan antara agenda publik yang berhubungan dengan khalayak dengan agenda media. Dengan begitu, hasilnya dapat menjawab permasalahan penelitian peneliti.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah di dapatkan adanya hubungan yang kuat antara agenda tayangan reportase sore dengan agenda publik ibu rumah tangga. Hubungan yang kuat tersebut dipengaruhi oleh media, rutinitas penggunaan media, kredibilitas media, pola ketertarikan isu, sifat isu, dan faktor demografis.

Penelitian ini digunakan peneliti atas beberapa alasan, antara lain:

- a. Dalam penggunaan metode, sama-sama menggunakan analisis isi kuantitatif deskriptif.
- b. Objek penelitiannya sama-sama menggunakan agenda setting dalam penelitian. Bedanya Anggun meneliti hubungan antara agenda media dengan agenda publik. Sedangkan peneliti, memfokuskan pada agenda media.
- c. Perbedaan terletak pada media yang digunakan, yaitu media TV yang digunakan oleh Anggun, sedangkan peneliti menggunakan media cetak (surat kabar).

Tidak cukup hanya satu penelitian dalam penyempurnaan penelitian. Penelitian kedua masih sama dari Universitas Indonesia, Depok 2012. Yaitu milik Nadia Lutfi Masduki dengan judul “Agenda Media dalam Membahas Isu-Isu Produk Halal (Studi Analisis Isi Tentang Pemberitaan Isu-Isu Produk Halal Surat Kabar di Indonesia Tahun 1996-2011)”. Penelitian terdahulu yang kedua ini merupakan Tesis. Sedangkan yang pertama oleh Anggun merupakan Skripsi.

Tujuan dari penelitian terdahulu kedua adalah mengetahui seberapa besar perhatian media untuk meliput dan mengulas tentang isu terkait produk halal di media cetak di Indonesia selama kurun waktu 15 tahun (1996-2011). Yang kedua untuk mengetahui kecenderungan media massa dalam membahas persoalan agama tertentu, khususnya isu terkait produk halal dan faktor apa yang memengaruhi. Dan yang terakhir untuk mengetahui sejauh mana objektivitas media massa dapat terjaga dalam membahas persoalan agama tertentu, khususnya isu terkait produk halal, mengingat posisi media massa yang sangat penting sebagai pilar demokrasi keempat.

Nadia menggunakan teori agenda setting dalam penelitiannya dan secara khusus sama dengan peneliti memfokuskan pada agenda media yang dibahas. Karena karya ini merupakan tesis, maka Nadia juga menggunakan teknik analisis isi kuantitatif deskriptif dan wawancara mendalam kepada sejumlah pejabat media cetak.

Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini adalah Isu agama dalam pemuatannya di media memiliki proporsi frekuensi yang berbeda disetiap media.

Isu Halal belum masuk kedalam agenda global, sedangkan berita lokal hanya sesekali dimuat dikarenakan isu meliputi lingkup wilayah tertentu saja. Pemberitaannya tidak disebutkan secara spesifik dan terdapat kecenderungan untuk membahasnya sambil lalu. Pemberitaan dengan gaya *straight news*, menunjukkan bahwa tidak ada elaborasi dengan isu keagamaan.

Peneliti memilih penelitian kedua atas beberapa faktor berikut:

- a. Penelitian kedua ini mirip dengan penelitian yang peneliti angkat, yaitu membahas agenda media
- b. Teknik yang digunakan hampir keseluruhan sama, yaitu analisis isi kuantitatif deskriptif. Pengukuran dan unit indikator yang digunakan oleh Nadia, juga digunakan oleh peneliti.
- c. Sama-sama menggunakan media cetak.
- d. Perbedaan jelas terletak pada topik yang diangkat yaitu peneliti meneliti tentang isu paedofil, dimana topik ini masih sangat jarang diangkat dalam penelitian komunikasi secara khusus. Kebanyakan topik ini diangkat oleh mahasiswa hukum dan ditinjau dari segi pasal undang-undang.

2.2 Agenda Setting

Teori agenda setting membahas efek komunikasi massa pada tahap kognitif manusia. Pemikiran yang mengarah pada agenda setting pertama kali diungkapkan oleh Lipmann dalam Bukunya *Public Opinion* pada tahun 1922, efek

di tingkat kognitif yang ditimbulkan ini diakibatkan peran media sebagai mediator antara “dunia luar” dengan “gambaran yang ada di kepala kita”. Lipmann mengatakan bahwa publik tidak dapat dan tidak mungkin mengalami seluruh peristiwa yang terjadi di dunia secara langsung, walaupun kejadian tersebut seringkali menginginkan adanya respon publik (Lipmann, 1985: 10). Publik harus menanggapi konstruksi realitas yang diciptakan oleh media massa. Sehingga apa yang benar menurut publik adalah apa yang benar berdasarkan apa yang diceritakan oleh media melalui berita yang mereka sajikan.

Jauh sebelum teori agenda setting muncul, Bernard C. Cohen telah mengungkapkan pemikiran dasar agenda setting dalam tulisannya *The Press and The Foreign Policy* tahun 1963. Dalam tulisannya beliau menyampaikan bahwa Pers memang tidak berdampak besar dalam memengaruhi khalayak, tetapi dengan sangat yakin berhasil merubah persepsi khalayak terhadap apa yang penting dan perlu dipikirkan oleh khalayak. (Cohen, 1987: 13).

Dasar dari agenda setting ini memberikan asumsi bahwa ada hubungan kuat antara apa yang disajikan media tentang suatu masalah dengan apa yang menjadi pembicaraan publik. Seperti yang dikemukakan oleh penggagasnya yaitu Maxwell McCombs dan Donald Shaw bahwa media mempunyai kemampuan untuk mentransfer konten berita mana yang paling penting dari agenda media mereka, untuk dijadikan ke agenda publik. Penelitian McCombs dan Shaw (1972) ini dituliskan dalam artikel mereka, “Agenda Setting Function of Mass Media”. Banyak bukti yang terkumpul bahwa editor dan redaksi memegang peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial khalayak, sebagaimana mereka

melaksanakan rutinitas tugas, baik memilih dan menyajikan berita itu sendiri. Fungsi agenda setting dalam media massa yaitu, kemampuan media massa untuk memengaruhi perubahan kognisi individu, menyusun perihal yang dipikirkan khalayak. Dalam hal ini efek komunikasi massa yang terpenting adalah kemampuan untuk menyusun apa yang diingat dan mengorganisasikan realitas yang dihadapi khalayak (McCombs & Shaw, 1977: 5).

Lebih lanjut mengenai teori agenda setting, McCombs dan Shaw (1972) menjelaskan bagaimana proses fungsi agenda setting tersebut terjadi. Model agenda setting menempatkan kemampuan media massa untuk menyeleksi dan memberi tekanan pada isu-isu tertentu. Sehingga dipersepsikan penting oleh khalayak, tindakan apa yang akan diambil dari isu-isu tersebut.

Teori Agenda setting memiliki hipotesis bahwa ada hubungan kausal antara isi media dengan persepsi khalayak. Pengujian pertama hipotesis agenda setting ini dilakukan oleh McCombs dan Shaw pada tahun 1972, dimana mereka meneliti dan mempelajari pemilihan presiden di Chapel Hill, AS serta membandingkan isi terbaru tentang kampanye di media massa dengan apa yang dikatakan publik sebagai isu yang terpenting. Menurut Severin dan Tankard (1973), dari penelitian di Chapel Hill tersebut ditarik kesimpulan bahwa terdapat suatu hubungan yang sangat kuat antara isu yang diliput dengan apa yang dikatakan oleh publik sebagai isu yang penting (Janowitz & Hirsch, 1981: 127-137).

Penelitian agenda setting untuk mengukur keberhasilan proses kampanye juga dilakukan oleh Mendelshon (1973), Maccoby dan Furqahar (1975) yang meneliti tentang pengaruh kampanye melalui media massa terhadap sikap dan perilaku

pemilih, serta temuan Noelle-Neumann (1973) di Jerman Barat. Menurut Mills (1968) dari penelitian-penelitian tersebut juga ditemukan hubungan yang kuat antara susunan isi yang dihadirkan oleh media dengan pentingnya isu-isu tersebut bagi para pemilih (Costy, 1970: 32). Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa agenda media mempengaruhi agenda para pemilih atau khalayak.

Setiap hari tentunya ada banyak kejadian yang penting dan menarik untuk diliput, namun kecilnya ruang untuk memuat semua peristiwa tersebut membuat media memilih dan menentukan mana yang dimuat dan mana yang disingkirkan. Bahkan memilih dan menentukan isu apa yang perlu ditonjolkan dan isu mana yang tidak perlu ditonjolkan bahkan ditutupi sama sekali. Griffin dalam Kriyantono menyimpulkan dengan demikian media telah menyusun sebuah agenda berita yang akan disajikan kepada khalayak, dimana hal tersebut melalui suatu proses yang mengandung unsur subyektifitas media yang bersangkutan (Kriyantono, 2006: 224).

Jadi apa yang tersaji dan apa yang ingin disampaikan media pada khalayaknya merupakan suatu bentuk agenda yang disusun berdasarkan pemilihan terhadap sekian isu peristiwa yang terjadi dalam kurun waktu saat itu. Derajat peliputan pun menjadi faktor utama dalam penyusunan agenda media (Janowits & Hirsch, 1981: 326). Mengenai hubungan antara agenda yang disusun oleh media dengan susunan agenda publik, McLeod dan rekan mengatakan, "...khalayak yang diterpa oleh agenda media akan menyesuaikan persepsinya terhadap kepentingan suatu isu berdasarkan arahan yang diberikan dalam susunan isu-isu

yang menjadi perhatian di media tentunya dengan indikator yang mereka gunakan” (Janowitz & Hirsch, 1981: 330).

Proses *gatekeeping* ini didasarkan dengan melihat unsur *prominence* dalam peristiwa yang terjadi (Griffin, 2003: 369). Jika suatu peristiwa memiliki nilai *prominence* tinggi di mata khalayak, maka berita tersebut berkemungkinan besar untuk dipilih dan ditonjolkan, begitu pula sebaliknya. Jika peristiwa tersebut tidak mengandung unsur *prominence*, maka media tidak akan mencantumkannya dalam berita.

McCombs dan Shaw menetapkan dua konsep utama untuk menunjukkan seberapa *prominence*-nya suatu isu, yaitu berdasarkan panjang dan posisi di surat kabar maupun buletin berita televisi. Kita dapat mengetahui bahwa suatu isu dianggap media memiliki nilai *prominence* yang tinggi menurut media, yaitu jika isu tersebut diberikan porsi kolom ataupun durasi yang istimewa atau posisi sebagai *headline* dalam media cetak.

2.2.1 Agenda Publik

Apakah suatu isu yang diliput mencapai sasaran pada publiknya. Hal ini, tergantung dari cara isu tersebut disajikan dan apakah citra tersebut disajikan dan apakah citra tersebut disajikan dan apakah cara tersebut sesuai dengan tujuan dari pembentukan isu yang dimaksud. Dalam kaitan ini, public juga diharapkan memberika reaksi atau pendapat atas isu yang disajikan dalam media. Pendapat baru yang muncul dalam media terlihat dalam

penyajian isu dan tersirat dalam isu-isu, mendorong publik ingin berperan serta. Kemudian public akan membentuk suatu agendanya (agenda publik).

Persepsi publik terhadap arti penting isu-isu dalam media bervariasi. Menurut DeGeorge tahun 1981 dalam Wilhoit bahwa derajat pentingnya isu-isu media cetak bisa dibedakan dalam tiga golongan, yaitu (1) penting secara pribadi (*intrapersonal*), (2) penting sebagaimana dikatakan orang-orang dilingkungannya (*interpersonal*), dan (3) penting menurut masyarakat (Wilhoit & DeBock, 1981: 222).

Ada dua pandangan tentang konsep agenda publik yaitu perbedaan antara: agenda intrapersonal dengan interpersonal (Wilhoit & DeBock, 1981: 129). Agenda interpersonal ini lebih menekankan hanya kepada apa yang dibicarakan oleh individu itu sendiri.

Jadi pengukuran agenda publik dapat dilakukan secara individu maupun secara antarindividual. Pengukuran agenda publik secara antarindividual artinya penonjolan topic dihitung berdasarkan persepsi antarindividu (keseluruhan responden).

McLeod dalam Chafee menurunkan konsep agenda publik ke dalam tiga kategori, yaitu pertama individual issue salience, atau derajat kepentingan suatu isu berdasarkan prioritas pribadi. Kedua perceived issue salience, pendapat public tentang apa yang dianggap penting oleh orang lain. Ketiga, community issue salience variabel adalah tingkah laku dan dilihat dari satu unit sosial bukan individu. Kategori pertama berfokus pada pendapat

interpersonal individu dan disebut juga sebagai first level responses. (Chafee, 1975: 50)

Dengan demikian, agenda public dapat didefinisikan sebagai daftar isu-isu atau peristiwa yang dinilai public pada suatu kurun waktu tertentu menurut kepentingannya.

2.2.2 Agenda Media

Model Agenda setting mengasumsikan adanya hubungan yang positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan pengertian khalayak pada persoalan tersebut. Konsep mengenai agenda media ini diambil dari teori agenda setting yang dikemukakan oleh McComb dan Shaw (McQuail dan Sven Windahl, 1966), ide dasar dari teori ini bahwa media memberikan perhatian yang berbeda pada setiap isu. Dari berbagai isu yang muncul atau mengemuka, ada isu (peristiwa, kejadian, orang) yang diberitakan dengan porsi yang besar, ada yang diberitakan dengan porsi yang kecil. Perbedaan perhatian (atensi) media terhadap isu ini akan berpengaruh terhadap kognisi (pengetahuan dan citra) suatu peristiwa di mata khalayak. Liputan berita yang diulang-ulang untuk mengangkat pentingnya sebuah isu dalam benak publik merupakan kemampuan media yang berfungsi sebagai penentu agenda.

Agenda menurut Rogers dan Dearing sebagai daftar isu-isu dan peristiwa-peristiwa pada satu waktu yang disusun menurut urutan

kepentingannya (Graber, 1984: 565). Berarti agenda media merupakan daftar isu-isu dan peristiwa-peristiwa pada satu waktu yang disusun oleh media menurut urutan kepentingannya. Menurut Manheim (1986), agenda media terdiri dari pokok persoalan, aktor, anggapan dan pandangan yang memanfaatkan waktu dan ruang dalam publikasi yang tersedia untuk disampaikan kepada publik (Manheim, 1986: 500).

Orang cenderung mengetahui tentang hal-hal yang diberitakan oleh media massa dan menerima susunan prioritas yang diberikan oleh media massa terhadap isu-isu yang berbeda. Menurut McComb dan Shaw (McQuail dan Sven Windahl, 1966: 104), khalayak tidak hanya mempelajari berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari besar arti penting diberikan pada topik tertentu.

Berdasarkan teori tersebut, maka diturunkanlah konsep mengenai agenda media. Konsep ini tidak memiliki dimensi sehingga langsung diturunkan menjadi tiga indikator yang dapat diukur.

- (1) Isu yang diberitakan oleh media. Dengan melihat isu mana yang paling banyak diberitakan oleh media, maka isu tersebutlah yang ingin disorot oleh media.
- (2) Panjang berita dalam surat kabar.
- (3) Penempatan isu tersebut dalam halaman-halaman surat kabar.

Dari ketiga indikator ini diturunkan lagi dengan mengambil konsep dari desain sebuah surat kabar. *Layout*, rubrikasi, dan ilustrasi merupakan

komponen pelengkap sebuah berita. Rubrikasi (*Departmentalization* atau *Page Sections Heads*) adalah pengelompokan ruang halaman berdasarkan jenis berita, misalnya kesehatan, cuaca, olahraga, bisnis, megapolitan, nasional, internasional, dan sebagainya.

Hampir selalu rubrik berita utama ditempatkan lebih dulu dari rubrik yang lain. Sedangkan judul rubrik merupakan elemen yang terlihat dominan. Letaknya mungkin di sebelah kiri, tengah, atau kanan. Idealnya ditempatkan tersendiri di atas halaman. Hal ini umum dilakukan sejak pembaca menuntut diadakannya rubrikasi agar mereka mudah memperoleh jenis berita sesuai kebutuhan. Nama rubric biasanya diikuti oleh tanggal dan nomor halaman. Jika masih disediakan ruang, bisa ditambahkan kutipan yang mempromosikan isi rubrik yang ada di halaman tersebut (Rehe 1985: 54).

Rubrikasi dilakukan pada halaman dalam. Halaman muka diperlakukan secara berbeda. Namun demikian, dari berita yang ada di halaman muka, rubrikasi halaman dalam sudah dapat diperkirakan. Halaman muka surat kabar merupakan sebuah etalase. Dia merupakan wujud resiko desain resiko desain yang menantang, berupa tekanan tenggat dan beragam aneka berita. Dalam kondisi ini, tugas desainer adalah mengusahakan sedapat mungkin agar tampilan surat kabar serasi dan konstan.

Salah satu yang unik dalam rubrikasi adalah halaman editorial. Hampir semua surat kabar memperlakukanya secara klasik. Halaman editorial dianggap sebagai hati dan jiwa sebuah surat kabar. Di halaman inilah surat

kabar itu bersikap, menunjukkan wewenang idealnya dengan desain yang personal. Ketika halaman lain desainnya begitu variatif, halaman editorial cenderung tampil konstan. Halaman editorial memuat *masthead*, gambar/karikatur yang mengandung filosofi, surat pembaca, dan tajuk (Rehe 1985: 100).

Apakah bedanya antara *layout* dan desain? Secara semantik, desain adalah seluruh konsep grafis dan tipografis yang ditetapkan dalam satu surat kabar. *Layout* lebih membahas desain halaman yang terjadi hari demi hari (Rehe, 1985: 89). Jadi desain lebih bersifat fisiologi. *Layout* lebih bersifat praktis.

Merujuk pendapat Edmund C. Arnold, empat tujuan *layout* adalah (Hutt & James 1989: 12) :

1. Meningkatkan keterbacaan dan memikat perhatian pembaca.
2. Mempersingkat berita sehingga pembaca tahu berita penting hanya dengan sekilas tatap.
3. Menciptakan halaman yang memikat dan menyenangkan
4. Membangun identitas sehingga pembaca dengan mudah mampu membedakanya dengan surat kabar lain.

Dunia jurnalistik kerap mengadaptasi perkembangan teknologi. hingga memungkinkan surat kabar tampil semakin canggih dengan elemen-elemen teks dan grafis yang padat informasi (Rehe 1985: 10).

Ilustrasi coretan tangan, misalnya gambar, dapat menambah nilai lebih bagi aspek visual dan semakin menguatkan informasi yang tersaji di halaman surat kabar. Biasanya ekspresi photo tidak bisa diinterpretasikan. Sehingga ilustrasi coretan tangan diperlukan terutama pada materi *feature* maupun di halaman opini dan editorial. Surat kabar yang besar mempunyai ilustrator sendiri. Jika tidak, materi ilustrasi diambil melalui biro jasa. Biaya yang dikeluarkan melalui biro jasa relatif kecil (Rehe 1985: 71).

Informasi faktual yang rumit kerap memerlukan bantuan statistik dan grafik. Sekadar mengandalkan photo, tidak selalu optimal. Grafik merupakan bagian kecil dari suatu pendekatan visual. Dikombinasikan dengan photo dan diagram dapat membuatnya menjadi lebih menarik. Kebijakan terhadap grafik juga bermacam. *The New York Times*, terutama dalam halaman bisnis, grafiknya sederhana namun memuat informasi yang efektif. Kesederhanaan itu berkaitan dengan ketatnya keterbatasan waktu mereka. Grafik yang kompleks memerlukan perencanaan waktu dan kerjasama yang baik dari bagian editorial dan bagian visual. Sederhana maupun kompleks, grafik sebagai pendekatan statistik yang inovatif, tetap merupakan pendukung daya tarik visual (Rehe 1985: 73).

Dari studi literatur, grafik informasi bukan sesuatu yang baru. Sejak dulu, pada halaman berita cuaca selalu dibutuhkan peta. Sedangkan di halaman keuangan membutuhkan grafik dan diagram. Meskipun seringkali juga disajikan dalam bentuk teks dan photo. Dalam *art* berarti photo yang ada

di ruang berita. Sekarang semuanya telah berubah. Sulit dibayangkan jika berita tentang invasi ke Grenada, penembakan penerbangan 007 Korean AirLines di laut Jepang, Perang Pulau Malvinas, pembajakan pesawat udara, tidak dibantu dengan grafik informasi.

Beberapa penyebab yang dapat dipilih dari perkembangan grafik informasi yang berfungsi sebagai alat visual dalam desain surat kabar adalah:

1. Grafik semakin akrab di benak pembaca, yang kerap diterpa grafik melalui televisi dan majalah berita.
2. Perkembangan teknologi mempercepat dan mempermudah pembuatan grafik informasi.
3. Surat kabar yang menyajikan grafik informasi dengan baik dan memikat juga memberi pengaruh yang besar bagi surat kabar lain untuk turut menggunakannya (Garcia 1987: 149-150).

Photo juga dapat digunakan dengan menggabungkannya dalam berbagai ilustrasi. Photo yang dimaksud adalah sebagai bagian dari berita dan sebagai berita photo yang independen.

Tujuan utama suatu berita disajikan dengan photo adalah mengusahakan agar photo dan teks dilihat sebagai satu kesatuan. Bila ada keraguan hubungan antara photo dan teks sebaiknya dua elemen itu diletakkan dalam satu kotak. Dengan kemampuan efek grafis, suatu waktu *headline* juga dapat diletakkan di dalam photo sebelah atas untuk menambah daya tarik. (Rehe 1985: 88)

Sebuah photo sepiantasnya mendukung sebuah berita, tidak mengulang cerita yang telah disampaikan secara tekstual. Idealnya, photo menggagas aksi dan gaya dari sudut yang menarik. (Rehe 1985: 65).

Surat kabar yang memberitakan suatu isu dalam jumlah besar, dengan halaman panjang dan ditempatkan pada tempat yang mencolok, mencerminkan agenda yang dibawa oleh media kepada publik.

Dengan tiga indikator diatas, agenda media yang dimaksud adalah isu-isu yang mendapat perhatian media dengan frekuensi pemunculan isu yang sering, pemberian kolom yang panjang dan penempatan isu pada halaman depan atau mencolok sehingga mudah diakses oleh khalayaknya.

Untuk mendapatkan signifikansi waktu penelitian dimana agenda media ini berdampak pada publik, maka dibutuhkan penelitian dalam jangka waktu tertentu. Winter dan Eyal (1980) menyatakan bahwa korelasi paling kuat antara agenda media dan agenda publik adalah selama rentang waktu empat sampai enam minggu. Akan tetapi terdapat juga bukti bahwa dampak penentuan agenda yang muncul dalam periode waktu yang lebih singkat, Wanta dan Roy (1955) menemukan bahwa dampak penentuan agenda untuk televisi lokal muncul setelah enam hari dan lenyap setelah sebelas hari. Dampak penentuan agenda untuk surat kabar lokal muncul setelah delapan hari namun berlangsung lebih lama, dan lenyap setelah 85 hari.

Menurut G.E. Lang dan K. Lang (1983), agenda tidak ditentukan oleh media semata, akan tetapi juga dipengaruhi oleh opini publik yang ada

sehingga mereka menggunakan istilah pembentukan agenda (*agenda building*) dibandingkan dengan penentuan agenda. Penelitian mereka menyatakan bahwa proses penempatan isu pada agenda publik membutuhkan waktu dan melalui beberapa tahap. Selain itu cara media membingkai sebuah isu dan pemilihan kata-kata yang digunakan untuk menggambarkan isu tertentu memiliki dampak terhadap persepsi khalayak.

2.2.3 Isu

Berbicara tentang informasi dalam agenda setting berarti berbicara tentang isu. Proses pembentukan suatu isu sangat beragam. Untuk keperluan penelitian agenda setting. Pernah diformulasikan suatu konsep atau batasan tentang isu. Selama ini terdapat beberapa kategorisasi konsep yang digunakan, walaupun satu sama lain masih tumpang tindih. Pertama, sebuah isu dapat berupa concerns atau masalah-masalah yang menjadi perhatian pribadi publik. Kedua *perception of key problems*, persepsi dan penjabaran dari masalah-masalah yang dihadapi oleh pemerintah, menyangkut pula hal-hal yang harus dilakukan pemerintah. Ketiga, penjabaran beberapa kemungkinan yang harus dipilih publik, setuju atau tidak setuju terhadap suatu kebijakan. Keempat, publik controversy, suatu masalah yang mengandung pro dan kontra dalam masyarakat. Kelima, alasan atau faktor-faktor penentu jalan keluar dalam suatu kesenjangan politik (Wilhoit dan DeBock, 1981: 451). Kelima batasan isu memang masih berorientasi pada

isu-isu politik, tapi penelitian-penelitian agenda setting sekarang ini telah memperluas lingkup penelitian di luar peristiwa pemilihan umum ataupun peristiwa politik.

Cobb dan Elder (1971) mendefinisikan isu sebagai suatu konflik yang dapat diidentifikasi di antara dua atau lebih pada kelompok-kelompok mengenai persoalan-persoalan yang substantif berkembang dengan distribusi posisi dan sumber daya (Wilhoit & DeBock, 1981: 566).

Shaw membedakan antara peristiwa dengan isu. Peristiwa diartikan sebagai kejadian-kejadian terlepas yang dibatasi ruang dan waktu. Sedangkan isu diartikan sebagai cakupan berita-berita yang kumulatif dan serangkaian peristiwa yang berhubungan bersama-sama membentuk kategori nasional.

McCombs dan Shaw sempat menemukan kenyataan bahwa ada perbedaan persepsi khalayak terhadap isu terpenting, yang dipengaruhi oleh kategori sosialnya. Seperti faktor usia, jenis kelamin, tingkat ekonomi, dan kecondongan politik. (Wilhoit & DeBock, 1981: 120).

Dalam penggunaan masalah, isu pada penelitian agenda setting menimbulkan tipe-tipe penelitian agenda setting yang berbeda. Menurut McCombs (1981) bahwa penelitian agenda setting yang menguji hubungan antara agenda media dengan agenda publik dapat diidentifikasi menjadi empat tipe (Wilhoit, 1981: 123-124).

Tipe penelitian pertama menggunakan sejumlah isu yang dianggap penting. Dengan menggunakan analisis ini, agenda media dideskripsikan. Setelah itu, hubungan antara agenda media dan agenda publik diuji. Tipe penelitian kedua, menggunakan isu tunggal.

2.3 Surat Kabar

Surat kabar merupakan salah satu jenis media massa dalam proses komunikasi (Baran & Davis, 2003: 10). Dalam proses tersebut, surat kabar memberikan informasi dan membantu masyarakat untuk mengawasi dunia dengan menyediakan berita, informasi dan peringatan yang dibutuhkan untuk membuat keputusan. Surat kabar juga membantu mensosialisasikan sesuatu, menunjukkan gambaran tindakan masyarakat serta perilaku dan penampilan yang diharapkan oleh masyarakat (Gamble & Gamble, 2002: 558-569). Surat kabar tentu juga memiliki peran penting dalam menyajikan informasi paedofil kepada masyarakat dengan memberikan berbagai kasus paedofil yang terjadi. Surat kabar tentu juga dapat mensosialisasikan isu paedofil ataupun pelanggaran HAM pada anak yang ada. Hal ini membuat masyarakat menyadari adanya suatu persoalan paedofil, hingga munculnya kesadaran, dan kemudian bertindak nyata mewujudkan kepedulian yang sudah terbangun terhadap persoalan paedofil. Tentunya, ini dilakukan surat kabar dengan tetap menganut prinsip-prinsip jurnalisme yang harus dijalkannya.

Surat kabar merupakan salah satu jenis media massa yang dikategorikan sebagai media cetak (DeFleur & Dennis: 23). Menurut Dominick, surat kabar memiliki beberapa keunikan, seperti (2005: 101):

1. Isi surat kabar bermacam-macam. Surat kabar memuat berita internasional, nasional, dan lokal. Isinya pun bervariasi, menampilkan editorial, surat pembaca, agenda film, horoskop, komik, olahraga, film, review, dan berbagai materi lainya dengan cakupan yang luas.
2. Surat kabar dikemas dengan baik, diatur berdasarkan isinya. Terdapat pembagian seperti berita umum, keuangan, olahraga, hiburan dan lain sebagainya. Di dalam setiap berita pun terdapat pokok berita (*headline*) yang memudahkan pembaca untuk memutuskan berita mana yang ia ingin baca dengan cermat.
3. Surat kabar bersifat lokal. Artinya surat kabar merupakan satu-satunya saluran yang digunakan untuk melaporkan seluruh aktivitas masyarakat suatu areal tertentu.
4. Surat kabar dapat disajikan sebagai dokumen yang bersejarah.
5. Surat kabar memainkan peran sebagai pengawas pemerintah (*watchdog*) dalam kehidupan bermasyarakat. Mengawasi jalanya pemerintahan dalam industri privat dari perlakuan buruk dan pelanggaran. Surat kabar mengingatkan kepada publik untuk mengenal berbagai ancaman dan memberitahukan seputar informasi terbaru.

6. Surat kabar bersifat “tepat pada waktunya”. Berita tidak akan bermanfaat jika sudah tidak relevan lagi dengan waktu yang terkini.

2.4 Konsep Berita

Jakob Oetama dalam bukunya *Perspektif Pers Indonesia* (Barus, 2010:26) menuturkan bahwa berita itu bukan fakta, tapi laporan tentang fakta itu sendiri. Suatu peristiwa menjadi berita hanya apabila ditemukan dan dilaporkan oleh wartawan atau membuatnya masuk dalam kesadaran publik dan dengan demikian menjadi pengetahuan publik. Berita adalah segala laporan mengenai peristiwa, kejadian, gagasan, fakta yang menarik perhatian dan penting untuk disampaikan atau dimuat dalam media massa agar diketahui atau menjadi kesadaran umum.

Seperti dikatakan MacDougall (Eriyanto, 2002:102), setiap hari ada jutaan peristiwa dan semuanya potensial untuk menjadi berita. Namun, peristiwa-peristiwa itu tidak semuanya menjadi berita karena batasan yang disediakan dan dihitung, mana berita dan mana yang bukan berita. Untuk menyamakan standar dan ukuran wartawan dalam menentukan berita mana yang perlu diangkat, maka disusunlah nilai-nilai berita. Secara umum, nilai berita dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) *Prominence*, yaitu nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dipandang penting.

- 2) *Human Interest*, yaitu peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih banyak mengandung unsur haru, sedih, dan menguras emosi khalayak.
- 3) *Conflict/controversy*, yaitu peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja.
- 4) *Unusual*, yaitu berita mengandung peristiwa yang tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi.
- 5) *Proximity*, yaitu peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari fisik maupun emosional dengan khalayak.

Lebih lanjut, Sedia Willing Barus (2010:27) merangkum unsur berita, antara lain:

- a) suatu peristiwa, kejadian, gagasan, pikir, fakta yang aktual;
- b) menarik perhatian karena ada faktor yang luar biasa (*extraordinary*) di dalamnya;
- c) penting;
- d) dilaporkan, diumumkan, atau dibuat untuk menjadi kesadaran umum supaya menjadi pengetahuan bagi orang banyak (*massa*);
- e) laporan itu dimuat di media tertentu.

Menurut Tuchman, berita yang ditulis oleh wartawan dapat dikelompokkan ke dalam lima kategori berita (Eriyanto, 2002:109), yaitu:

- 1) *Hard news*, yaitu berita mengenai peristiwa yang terjadi saat itu. Kategori berita ini sangat dibatasi oleh waktu dan aktualitas. Semakin cepat diberitakan, semakin baik. Bahkan ukuran keberhasilan dari kategori berita ini adalah dari sudut kecepatannya diberitakan. Kategori berita yang masuk *hard news* ini bisa peristiwa yang direncanakan (sidang korupsi) atau juga tidak direncanakan (bencana alam, kerusuhan massa).
- 2) *Soft news*, yaitu berita yang berhubungan dengan kisah manusiawi (*human interest*) dan tidak dibatasi waktu. Ia bisa diberitakan kapan saja, karena yang menjadi ukuran dalam kategori ini bukanlah waktu melainkan apakah informasi itu menyentuh emosi dan perasaan khalayak.
- 3) *Spot news*, yaitu subklasifikasi dari berita berkategori *hard news*. Dalam *spot news*, peristiwa yang akan diliput tak bisa direncanakan. Peristiwa kebakaran, misalnya.
- 4) *Developing news*, yaitu subklasifikasi dari *hard news*, yang juga termasuk peristiwa tak terduga. Tetapi dalam *developing news* dimasukkan elemen lain, peristiwa yang diberitakan adalah bagian dari rangkaian berita yang akan diteruskan keesokan atau dalam berita selanjutnya. Di sini, satu berita bisa dilanjutkan oleh berita lain, atau malah dikoreksi oleh berita selanjutnya.
- 5) *Continuing news*, yaitu subklasifikasi dari *hard news*, dimana peristiwa-peristiwa bisa diprediksikan dan direncanakan. Proses dan peristiwa tiap hari berlangsung secara kompleks, tetapi tetap berada dalam wilayah

pembahasan yang sama pula. Satu peristiwa bisa terjadi kompleks, dan tidak terduga, namun mengarah pada satu tema tertentu.

Pada dasarnya, berita sebagai bagian dari aktivitas pers, memiliki setidaknya Empat fungsi yang harus menjadi pondasi bertugas. Menurut Effendy (2000: 64) fungsi pers yaitu:

a) Menyiarkan informasi

Khalayak pembaca berlangganan surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal di bumi ini, mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dikatakan orang lain, dan sebagainya.

b) Mendidik

Sebagai sarana pendidikan massa, pers memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit dalam bentuk berita, dapat juga secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana.

Kadang-kadang cerita bersambung atau berita bergambar juga mengandung aspek pendidikan.

c) Menghibur

Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat pers untuk mengimbangi berita-berita berat dan artikel-artikel berbobot. Misalnya, cerita pendek, TTS, karikatur, dan sebagainya.

d) Mempengaruhi

Inilah fungsi yang menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Napoleon pada masa jayanya mengatakan lebih takut pada empat surat kabar daripada seratus serdadu dengan sangkur terhunus. Sudah tentu surat kabar yang ditakuti adalah surat kabar yang independen, bebas menyatakan pendapat, bebas melakukan *social control*, bukan surat kabar organ pemerintah yang membawakan suara pemerintah. Fungsi mempengaruhi pers secara implisit dapat dilihat dari berita, sementara secara eksplisit dapat dilihat dari iklan yang tampil di sana.

2.5 Paedofilia

Paedofilia berasal dari kata dasar, bahasa latin *pedo* yang berarti anak-anak. Ketika seorang dewasa memiliki dorongan seksual yang hebat dan terjadi secara berulang-ulang, fantasi seksual tersebut terhadap anak kecil yang belum memasuki masa puber, maka disebut *paedofilia*. Para pelaku kebanyakan seorang pria dewasa, namun tidak menutup kemungkinan bahwa pelaku berumur lima tahun diatas korban. Kata kunci dari *paedofilia* adalah tidak ingin menyakiti (melakukan penetrasi) dan tidak ada hubungan darah (keluarga) antara pelaku dan korban (James & Susan M. 2007: 470).

Beberapa kriteria seseorang disebut sebagai *paedofilia*, menurut (Lanyon, 1986) fantasi atau perilaku seksual terhadap anak yang belum memasuki masa puber (pada umumnya berumur 13 tahun kebawah), terjadi berulang-ulang dorongan fantasi seksual tersebut berlangsung selama periode enam bulan. Selanjutnya para pelaku setidaknya berumur 16 tahun atau lima tahun lebih tua dari korban. Pelaku setidaknya sudah melakukan aktifitas atas dorongan/fantasi seksual tersebut (beraksi). (Richard P. & Susan K. 1993: 224).

Paedofilia dalam arti sebenarnya adalah cinta kepada anak-anak. Akan tetapi, terjadi perkembangan kemudian, sehingga secara umumnya digunakan sebagai istilah untuk menerangkan salah satu kelainan perkembangan psikoseksual dimana individu memiliki hasrat erotis yang abnormal sehingga melakukan kekerasan seksual terhadap anak-anak. Gangguan psikologi yang abnormal ini membuat pelaku mendapat dorongan/fantasi seksual yang terus menerus dimana menyebabkan tekanan psikis dan cenderung merusak psikologi pelaku. Dalam aksinya para *paedofilia* seringkali memainkan alat kelamin korban dan terkandung berujung pada penetrasi.

Pada dasarnya *paedofilia* melakukan aksinya cenderung pemaksaan dan berujung penetrasi melukai korban, melukai disini lebih dikarenakan pada alat kelamin korban yang belum siap menerima penetrasi tersebut. Bukan bermaksud melukai/menyakiti korban, ini dikarenakan seorang *paedofilia* memiliki rasa sayang dan kecintaan pada anak kecil. Namun sering kali kelebihan tersebut hingga timbul dorongan/fantasi seksual pada anak tersebut. Kendati demikian

memang ditemukan dugaan bahwa sebagian kecil pelaku *paedofilia* adalah *sexual sadist*, anti sosial, prokopat dan sebagainya. (Richard P. & Susan K. 1993: 224-225).

Kekerasan seksual ini tentu saja bertentangan dengan pasal 4 UU No. 23/2002 tentang Perlindungan Anak yang berbunyi: “Setiap anak berhak untuk dapat hidup wajar sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan, serta mendapat perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi”. Selain masyarakat pemerintah juga mempunyai kewajiban dalam menanggulangi tindak pidana *Paedofilia* yang tertuang dalam pasal 9 UU No. 23/2002 yang berbunyi: “Pemerintah dan lembaga negara lainnya berkewajiban dan bertanggung jawab untuk memberikan perlindungan khusus kepada anak-anak dalam situasi darurat, anak tereksplotasi secara ekonomi dan atau seksual, anak yang diperdagangkan, dan anak korban kekerasan baik fisik maupun mental serta anak korban perlakuan salah”.

Ancaman kekerasan mengandung dua aspek penting, yaitu sebagai berikut:

(a) Aspek Objektif, ialah:

1. Wujud nyata dari ancaman kekerasan yang berupa perbuatan persiapan dan mungkin sudah merupakan perbuatan permulaan pelaksanaan untuk dilakukannya perbuatan yang lebih besar.
2. Menyebabkan orang yang menerima kekerasan menjadi tidak berdaya secara psikis, berupa rasa rakut, rasa cemas.

(b) Aspek Subjektif, ialah:

Timbulnya suatu kepercayaan bagi si penerima kekerasan (korban) bahwa jika kehendak pelaku tidak dimintanya tidak dipenuhi yang secara tidak langsung ingin bersetubuh dengan dia, maka kekerasan itu akan benar-benar akan diwujudkan. Aspek kepercayaan ini sangat penting dalam ancaman kekerasan sebab jika kepercayaan ini tidak timbul pada diri korban, tidaklah mungkin korban akan membiarkan diperlakukan suatu perbuatan terhadap dirinya.

Kekerasan seksual dilakukan dengan cara memanipulasi alat genital anak-anak atau, melakukan penetrasi penis sebagian atau keseluruhan terhadap alat genital anak. Sering juga anak-anak dipaksa melakukan relasi oral genital atau anal genital. Kebanyakan kaum *paedofilia* adalah pria, tetapi dalam pemusatan hasrat erotisnya sering juga melibatkan anak perempuan.

Dalam kesehariannya *paedofilia* terlihat seorang yang *introvert*, tetapi pada kenyataannya mereka sangat lebih dominan dalam hal seksualitas. Pelaku sangat menyenangkan aspek-aspek anak kecil, seperti keluguan, kepolosan, cinta tanpa syarat, dan kesederhanaan. Dalam mencari anak-anak yang polos, untuk dijadikan mangsanya dengan bujukan atau rayuan, memberi permen, coklat, bahkan uang jajan. Seringkali pula mangsanya adalah anak-anak dan temanya sendiri seperti anak tetangga atau bahkan anak-anak saudaranya. Banyak *paedofilia* yang terlibat dalam pekerjaan dimana mereka memiliki akses penuh terhadap anak-anak.

Beberapa studi menyebutkan seorang pria paedofilia cenderung memiliki pengalaman pelecehan seksual dimasa mudanya (Lanyon, 1986).

Diantara kaum paedofilia ini ada juga yang sudah berkeluarga dan mempunyai anak-anak sendiri. Apabila sudah terlaksananya hasrat seksualnya biasanya anak-anak yang polos tersebut diancam dengan kekerasan agar tidak berani menceritakan peristiwa yang dialaminya kepada orang lain termasuk orang tuanya sendiri.

Beberapa studi melakukan investigasi terhadap respon seksual dari paedofilia dan beberapa pola terungkap. Studi-studi tersebut menggunakan teknik *penile plethysmograph*. Hal ini dimaksud untuk mengukur reaksi seksual alat kelamin pelaku, ketika diberi rangsangan. Dari sejumlah penelitian ditemukan bahwa pelaku dengan kategori homoseksual memiliki nafsu yang lebih tinggi ketimbang heteroseksual (Susan Mineka. 2007: 471).

Paedofilia juga mempunyai dua tipe diantaranya:

1. *Paedofilia* Heteroseksual

Paedofilia yang satu ini mungkin merasa impotent atau merasa tidak mampu melampiaskan nafsu birahinya kepada wanita dewasa. Biasanya kecenderungan ini muncul setelah pertengkaran dengan istri atau direndahkan oleh teman-temannya. Pelaku *paedofilia* heteroseksual ini memiliki moral yang rendah sebagai salah satu penyebab perilakunya tersebut. Selain itu, kebencian, kemarahan, dan dendam terhadap wanita akan melatar belakangi perilaku *paedofilia* ini.

2. *Paedofilia* Homoseksual

Ketakutan juga melatar belakangi *paedofilia* ini. Namun *paedofilia* tipe ini memanipulir anak laki-laki sebagai objek pemuasan hasrat seksualnya.

Selain itu ditemukan pula dalam beberapa penelitian lainnya *paedofil* homoseksual memiliki lebih banyak korban daripada pelaku *paedofilia* heteroseksual. Pelaku *paedofil* tidak peduli akan jenis kelamin korban dalam melakukan aksinya, tetapi kebanyakan adalah heteroseksual atau homoseksual dengan rasio satu dari dua sampai tiganya adalah heteroseksual (James N. Butcher. 2007: 470).

UMMN

2.6 Kerangka Penelitian

Berikut ini adalah kerangka pemikiran yang digunakan peneliti dalam meneliti tentang kasus “*Paedofil*”

