

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan atau Paradigma Penelitian**

Menurut Moleong (2007) bahwa “paradigma merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu struktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian-bagian berfungsi (perilaku yang di dalamnya ada konteks khusus atau dimensi waktu)”. Sedangkan menurut Harmon (dalam Moleong, 2007) mendefinisikan “paradigma sebagai cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai, dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu khusus tentang visi realitas”. Paradigma ini adalah dasar penelitian ketika memandang sesuatu realitas yang diteliti seperti apa dan bagaimana.

Paradigma yang digunakan penelitian ini adalah paradigma kritis. Karena dalam penelitian ini memandang media (Caraka FM) dalam siaran beritanya dibuat agar dipahami dalam seluruh proses produksi dan struktur sosial. Paradigma kritis, pandangan ini dipengaruhi oleh ide dan gagasan Marxis yang melihat masyarakat sebagai suatu kelas sistem. Masyarakat dilihat sebagai suatu sistem dominasi, pandangan kritis melihat masyarakat didominasi kelompok elit. Dan media adalah alat kelompok dominan untuk memanipulasi dan mengukuhkan kehadirannya sekaligus memarjinalkan kelompok tidak dominan (Eriyanto, 2001).

Tabel 3.1  
Perbedaan pandangan pluralis dan kritis

	Pandangan Pluralis	Pandangan Kritis
Fakta	Ada fakta yang real yang diatur	Fakta merupakan hasil

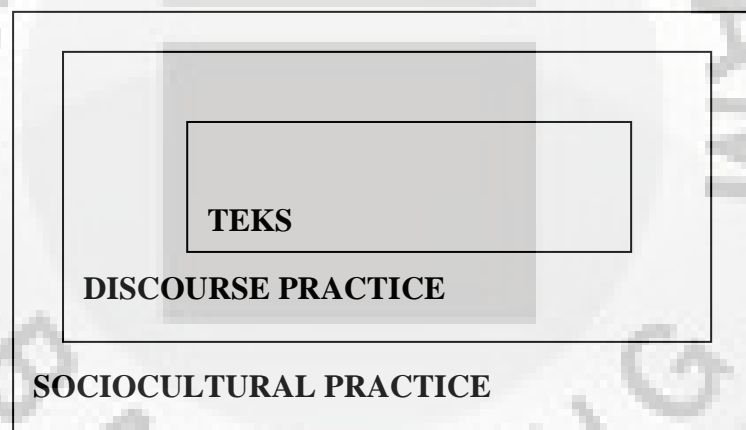
	<p>oleh kaidah-kaidah tertentu yang berlaku universal.</p> <p>Berita adalah cermin dan refleksi dari kenyataan. Oleh karena itu, berita haruslah sama dan sebangun dengan fakta yang hendak diliput.</p>	<p>dari proses pertarungan antara kekuatan ekonomi, politik, dan sosial yang ada dalam masyarakat.</p> <p>Berita tidak mungkin merupakan cermin dan refleksi dari realitas, karena berita terbentuk hanya cerminan dari kepentingan kekuatan dominan.</p>
Posisi Media	<p>Media adalah sarana yang bebas dan netral tempat semua kelompok masyarakat saling berdiskusi yang tidak dominan.</p> <p>Media menggambarkan diskusi apa yang ada dalam masyarakat.</p>	<p>Media hanya dikuasai oleh kelompok dominan dan menjadi sarana untuk memojokkan kelompok lain.</p> <p>Media hanya dimanfaatkan dan menjadi alat kelompok dominan.</p>
Posisi Wartawan	<p>Nilai dan ideologi wartawan berada di luar proses peliputan berita.</p> <p>Wartawan berperan sebagai pelapor.</p> <p>Tujuan peliputan dan penulisan berita: eksplanasi dan menjelaskan apa adanya memburukkan kelompok.</p> <p>Penjaga gerbang (<i>gatekeeping</i>).</p> <p>Landasan etis.</p> <p>Profesionalisme sebagai keuntungan.</p> <p>Wartawan sebagai bagian dari</p>	<p>Nilai dan ideologi wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa.</p> <p>Wartawan berperan sebagai partisipan dari kelompok yang ada dalam masyarakat.</p> <p>Tujuan peliputan dan penulisan berita: pemihakkan kelompok sendiri dan atau pihak lain.</p> <p>Sensor diri</p> <p>Landasan ideologis.</p> <p>Profesionalisme sebagai kontrol.</p> <p>Sebagai pekerja yang</p>

	tim untuk mencari kebenaran.	mempunyai posisi berbeda dalam kelas sosial.
Hasil Liputan	Liputan dua sisi, dua pihak, dan kredibel.  Objektif, menyingkirkan opini dan pandangan subjektif dari pemberitaan.	Mencerminkan ideologi wartawan dan kepentingan sosial, ekonomi, atau publik.  Tidak objektif karena wartawan adalah bagian dari kelompok/struktur sosial tertentu yang lebih besar.

Dalam penelitian ini yang menggunakan paradigma kritis, memandang bahwa realitas itu bersifat semu dan mencoba membebaskan kaum yang tertindas (proletar). Seperti yang telah dijelaskan di atas bahwa masyarakat terbagi dua, yaitu yang mendominasi dan yang tidak dominan bisa dikatakan seperti kaum penguasa (kapitalis) dan kaum tertindas (proletar).

Paradigma kritis juga memandang bahasa selalu terlibat dalam hubungan kekuasaan, terutama dalam membentuk subjek serta berbagai tindakan representasi yang terdapat di dalam masyarakat. Oleh sebab itu, analisis wacana kritis yang juga menggunakan pendekatan kritis menganalisis bahasa tidak saja dari aspek kebahasaan, tetapi juga menghubungkannya dengan konteks (Badara, 2012). Analisis wacana dengan pendekatan perubahan sosial ini memusatkan perhatian pada bagaimana wacana dan perubahan sosial. Wacana dipandang sebagai praktik sosial. Dengan memandang wacana sebagai praktik sosial, ada hubungan dialektis antara praktik diskursif tersebut dengan identitas dan relasi sosial. Wacana juga melekat dalam situasi, institusi, dan kelas sosial tertentu. Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi: *teks*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*.

Dalam model Fairclough, teks disini dianalisis secara linguistik, dengan melihat kosakata, semantik dan tata kalimat. Ia juga memasukkan koherensi dan kohesivitas, bagaimana antarkata atau kalimat tersebut digabung sehingga membentuk pengertian. *Discourse practice* merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks, sedangkan *sociocultural practice* adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks di luar teks. Konteks di sini memasukkan banyak hal, seperti konteks situasi, lebih luas adalah konteks dari praktek institusi dari media sendiri dalam hubungannya dengan masyarakat atau budaya dan politik tertentu.



Gambar 3.1  
Model tiga dimensi analisis wacana Fairclough

**a. Teks**

Fairclough melihat teks dalam berbagai tingkatan. Sebuah teks bukan hanya menampilkan bagaimana suatu objek digambarkan tetapi juga bagaimana hubungan antar objek didefinisikan. Ada tiga elemen dasar dalam model Fairclough, yang digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2  
Tiga elemen model Fairclough

UNSUR	YANG INGIN DILIHAT
Representasi	Bagaimana peristiwa orang, kelompok, situasi, keadaan, atau apa pun ditampilkan dan digambarkan dalam teks.
Relasi	Bagaimana hubungan antara wartawan, khalayak, dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks.
Identitas	Bagaimana identitas wartawan, khalayak, dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks.

Sumber: Eriyanto, 2001: 289

Representasi pada dasarnya melihat bagaimana seseorang, kelompok, tindakan, kegiatan ditampilkan dalam teks. Fairclough dalam Eriyanto (2001) representasi dilihat dari dua hal, yakni bagaimana seseorang, kelompok, dan gagasan ditampilkan dalam anak kalimat dan gabungan atau rangkaian antaranak kalimat.

#### 1. Representasi dalam anak kalimat

Aspek ini berhubungan dengan bagaimana seseorang, kelompok, peristiwa, dan kegiatan ditampilkan dalam teks, dalam hal ini bahasa yang dipakai. Menurut Fairclough, ketika sesuatu tersebut ditampilkan, pemakaian bahasa dihadapkan pada dua pilihan. Pertama, pada tingkat kosakata (*vocabulary*): kosakata apa yang dipakai untuk menampilkan dan menggambarkan sesuatu. Kedua, pilihan didasarkan pada tingkat tata bahasa (*grammar*). Pada tingkat tata bahasa, analisis Fairclough terutama dipusatkan pada apakah tata bahasa ditampilkan dalam bentuk proses ataukah bentuk partisipan. Bentuk proses, apakah seseorang, kelompok, peristiwa, kegiatan ditampilkan sebagai tindakan, peristiwa, keadaan atau proses mental. Hal tersebut didasarkan pada

bagaimana suatu tindakan hendak digambarkan. Sedangkan bentuk partisipan, diantaranya, melihat bagaimana aktor-aktor ditampilkan dalam teks. Apakah aktor ditampilkan sebagai pelaku atau korban.

## 2. Representasi dalam gabungan anak kalimat

Antara satu anak kalimat dengan anak kalimat yang lain dapat digabung sehingga membentuk suatu pengertian yang dapat dimaknai, sehingga akan membentuk koherensi lokal. Ada beberapa bentuk koherensi, yakni yang pertama elaborasi adalah anak kalimat yang satu menjadi penjelas dari anak kalimat yang lain. Kedua, perpanjangan, di mana anak kalimat satu merupakan perpanjangan anak kalimat yang lain. Ketiga, mempertinggi, di mana anak kalimat yang satu posisinya lebih besar dari anak kalimat yang lain.

## 3. Representasi dalam rangkaian antarkalimat

Pada aspek ini berhubungan dengan bagaimana dua kalimat atau lebih disusun dan dirangkai. Representasi ini berhubungan dengan bagian mana dalam kalimat yang lebih menonjol dibandingkan dengan bagian yang lain. Salah satu aspek penting adalah apakah partisipan dianggap mandiri atautkah ditampilkan memberikan reaksi dalam teks. Menempatkan susunan kalimat secara implisit menunjukkan praktik yang ingin disampaikan oleh pembuat teks.

## 4. Relasi

Relasi berhubungan dengan bagaimana partisipan dalam media berhubungan dan ditampilkan dalam teks. Menurut Fairclough ada tiga kategori partisipan utama dalam media: wartawan (memasukkan di antaranya reporter, redaktur, pembaca berita untuk televisi dan radio), khalayak media, dan partisipan

publik, memasukkan di antaranya politisi, pengusaha, tokoh masyarakat, artis, ulama, ilmuwan, dan sebagainya. Titik perhatian dari analisis hubungan, bukan pada bagaimana partisipan publik tadi ditampilkan dalam media (representasi), tapi bagaimana pola hubungan di antara ketiga aktor ditampilkan dalam teks: antara wartawan dengan khalayak, antara partisipan publik dengan khalayak, dan antara wartawan dengan partisipan publik. Semua analisis hubungan itu diamati dalam teks.

#### 5. Identitas

Aspek identitas ini terutama dilihat dengan melihat bagaimana identitas wartawan ditampilkan dan dikonstruksi dalam teks. Bagaimana menempatkan dan mengidentifikasi dirinya dengan masalah atau kelompok sosial yang terlibat: ia mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari kelompok mana, apakah ingin mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari khalayak ataukah menampilkan dan mengidentifikasi diri secara mandiri.

#### 6. Intertekstualitas

Intertekstualitas adalah sebuah istilah di mana teks dan ungkapan dibentuk oleh teks yang datang sebelumnya, saling menanggapi dan salah satu bagian dari teks tersebut mengantisipasi lainnya. Masalah intertekstualitas dalam berita ini di antaranya dapat dideteksi dari pengutipan sumber berita / narasumber dalam berita. Menurut Fairclough, suara seorang sumber berita, bisa ditampilkan secara langsung dan tidak langsung. Pemilihan antara pengutipan langsung dengan tidak langsung bukanlah semata persoalan teknis, karena sebetulnya pilihan mana yang

diambil menggambarkan strategi wacana bagaimana wartawan menempatkan dirinya.

**b. Discourse Practice**

Analisis *discourse practice* memusatkan pada bagaimana produksi dan konsumsi teks. Teks dibentuk lewat suatu praktik diskursus, yang akan menentukan bagaimana teks tersebut diproduksi. Dalam pandangan Fairclough, ada dua sisi dari praktik diskursus tersebut, yakni produksi teks (di pihak media) dan konsumsi teks (di pihak khayalak). Kedua hal tersebut, berhubungan dengan jaringan yang kompleks yang melibatkan berbagai aspek praktik diskursif. Dari berbagai faktor yang kompleks tersebut, setidaknya ada tiga aspek yang penting.

Pertama, dari sisi individu penulis itu sendiri. Kedua, dari sisi bagaimana hubungan antara penulis dengan struktur organisasi media. Ketiga, praktik kerja/rutinitas kerja dari produksi teks mulai dari pencarian berita/sumber, penulisan, *editing* sampai muncul tulisan tersebut di media. Faktor pertama dari pembentukan wacana ini adalah individu dan profesi jurnalis dalam penelitian ini penulis *script* siaran. Faktor ini berhubungan dan berkaitan dengan latar belakang pendidikan, perkembangan profesionalisme, orientasi politik atau ideologi, dan ketrampilan dalam memberitakan / menuliskan teks secara akurat. Produksi teks juga berhubungan dengan proses *editing* teks sebelum diterbitkan. Sekelompok orang yang menjadi narasumber produksi teks, individu, kelompok, atau organisasi yang berkontribusi dalam penerbitan teks. Selain pihak media dalam bahasan *discourse practice* di penelitian ini juga perlu adanya informasi yang



berkaitan kepada pihak LSM yang membantu advokasi kasus *trafficking* di Ciborelang.

**c. Sociocultural Practice**

Analisis *sociocultural practice* didasarkan pada asumsi bahwa konteks sosial yang ada di luar media mempengaruhi bagaimana wacana yang muncul dalam media. *Sociocultural practice* ini memang tidak berhubungan langsung dengan produksi teks, tetapi ia menentukan bagaimana teks diproduksi dan dipahami. Ideologi ini diproduksi dan direproduksi di banyak tempat dan banyak bidang kehidupan, media adalah salah satu diantaranya. *Sociocultural practice* menggambarkan bagaimana kekuatan-kekuatan yang ada dalam masyarakat memaknai dan menyebarkan ideologi yang dominan kepada masyarakat.

Menurut Fairclough, hubungan itu bukan langsung, tetapi dimediasi oleh *discourse practice*. Mediasi itu meliputi dua hal, yaitu pertama, bagaimana teks tersebut diproduksi dan kedua khalayak juga akan mengkonsumsi dan menerima teks tersebut dalam pandangan yang sama sesuai dengan keinginan media. Fairclough membuat tiga level analisis pada *sociocultural practice*: level situasional, institusional dan sosial.

1. Situasional. Konteks sosial, bagaimana teks diproduksi dengan memperhatikan aspek situasional ketika teks tersebut diproduksi. Teks dihasilkan dalam kondisi atau suasana yang khas, unik, hingga teks tersebut bisa dihasilkan berbeda dengan teks yang lain. Kalau wacana dipahami sebagai suatu tindakan, maka tindakan itu sesungguhnya adalah upaya untuk merespon situasi dan konteks sosial tertentu.

2. **Institusional.** Dilihat dari bagaimana pengaruh institusi organisasi dalam praktik produksi wacana. Institusi ini bisa berasal dalam diri media sendiri, atau kekuatan eksternal media yang menentukan proses produksi teks. Faktor institusi yang penting adalah institusi yang berhubungan dengan ekonomi media. Selain ekonomi media, faktor institusi lain yang berpengaruh adalah politik. Pertama, institusi yang mempengaruhi kehidupan dan kebijakan yang dilakukan oleh media. Institusi politik dalam arti bagaimana media digunakan oleh kekuatan-kekuatan politik yang ada dalam masyarakat. Media bisa menjadi alat kekuatan-kekuatan dominan yang ada dalam masyarakat untuk merendahkan atau memarjinalkan kelompok lain.
3. **Sosial.** Pengaruh sosial sangat berpengaruh terhadap wacana yang muncul dalam pemberitaan. Fairclough menegaskan bahwa wacana yang muncul dalam media ditentukan oleh perubahan masyarakat. Dalam level sosial, budaya masyarakat misalnya turut menentukan perkembangan dari wacana media. Kalau aspek situasional lebih mengarah pada waktu atau suasana yang mikro (konteks peristiwa saat teks dibuat), aspek sosial lebih melihat pada aspek makro seperti sistem politik, sistem ekonomi, atau sistem budaya masyarakat secara keseluruhan. Sistem itu menentukan siapa yang berkuasa, nilai-nilai yang dominan dalam masyarakat. dan bagaimana nilai dan kelompok yang berkuasa itu mempengaruhi dan menentukan media.

### 3.2 Subjek-Objek, Wilayah Penelitian, dan Sumber Data

Subjek dalam penelitian ini adalah radio komunitas Caraka FM sebagai media advokasi buruh migran, kemudian diambil pihak terkait seperti penyiar, ketua radio, penanggungjawab radio, dan pendengar (warga). Dengan berinteraksi langsung, wawancara, observasi, dokumentasi, kajian arsip. Objek penelitian yaitu siaran radio program acara *talk show* mengenai kasus *trafiking*. Kemudian diinterpretasikan dalam bentuk tulisan. Wilayah yang akan menjadi tempat penelitian ini adalah Kabupaten Majalengka, khususnya Desa Ciborelang. Dengan beralamatkan lengkap, Jalan Raya Timur A. Yani, Desa Ciborelang, Kecamatan Jatiwangi, Kabupaten Majalengka. Di desa ini, masyarakatnya beragam etnik dan budaya, banyak orang luar seperti, Batak, Padang yang sekarang atau sudah lama menetap di Desa Ciborelang. Sumber data yang akan menjadi bahan penelitian adalah hasil rekaman siaran, wawancara, dan dokumentasi artikel atau dalam bentuk arsip lainnya. Dalam kasus ini, banyak warga Desa Ciborelang yang menjadi buruh TKI (Tenaga Kerja Indonesia) di negeri lain. Sumber data primer adalah dari skrip siaran program acara *talk show* yang dibedah menggunakan pisau analisis wacana kritis.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer, yaitu dimana data unit analisis dari teks-teks dari skrip siaran program acara *talk show*.

2. Data Sekunder, yaitu melalui penelitian kepustakaan (*Library Research*), dengan mengumpulkan literatur serta berbagai sumber bacaan yang relevan dan mendukung penelitian. Selain itu, dokumentasi atau arsip radio.
3. Wawancara kepada penyiar radio komunitas Caraka FM, dan Ketua Jaringan Radio Komunitas se-wilayah III Cirebon yang juga konsen dalam masalah *trafiking*.

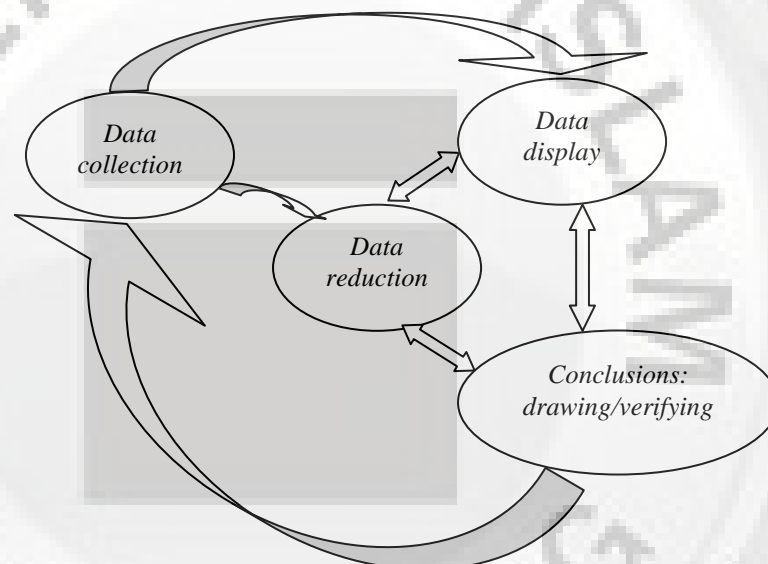
### 3.4 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:89) “analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis”.

Pada tahap analisis data, data yang diperoleh berupa naskah siaran program acara *talk show* di radio Caraka FM dan kemudian di analisis dengan teknik analisis wacana. Pertama, deskripsi, yakni peneliti menguraikan strategi wacana yang digunakan oleh Caraka FM dalam memberikan informasi dengan berbagai tema yang berkaitan dengan perdagangan manusia atau *trafiking*, diuraikan tanpa menghubungkan dengan aspek lain. Kedua, interpretasi, yakni menafsirkan hasil analisis data tahap pertama dengan menghubungkannya dengan proses produksi teks, dari wawancara pihak Caraka FM dan LSM terkait. Dan yang ketiga, mencari kejelasan dari hasil tafsir tahap pertama dan kedua, hingga terungkap pemosisian, motif, hingga ideologinya melalui menelusuran dokumentasi, arsip, dan lainnya.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis wacana kritis yang lebih mengamati kebahasaan/wacana/gramatika bahasa. Aspek-aspek yang tersembunyi dalam teks dapat diketahui dengan melihat pemilihan kata, susunan kalimat untuk diungkapkan dan membawa makna tertentu.

Menurut Sugiyono (2014) ada beberapa komponen dalam analisis data, yakni *data collection*, *data reduction*, *data display*, dan *conclusions* agar lebih jelas ditunjukkan pada gambar 3.2 berikut:



Gambar 3.2

Komponen dalam analisis data

- a. Reduksi data, data yang diperoleh dengan jumlah yang cukup banyak, maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data, berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, penting.
- b. Penyajian data, setelah data direduksi atau dirangkum, memilih data yang pokoknya dan menyingkirkan data yang tidak penting langkah berikutnya yaitu mendisplay data. Penyajian data bisa dilakukan

dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart* dan sejenisnya.

- c. Penarikan kesimpulan/verifikasi. Kesimpulan awal hanyalah sementara, akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat di lapangan dalam tahap pengumpulan data. Namun, apabila kesimpulan awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten maka merupakan kesimpulan yang kredibel.

### 3.5 Uji Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan menurut Moleong (2007), yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

Menurut Sugiyono (2014) dalam pengujian keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan istilah yang berbeda dengan penelitian kuantitatif. Perbedaan tersebut, di antaranya:

Tabel 3.3  
Perbedaan istilah dalam pengujian keabsahan data antara metode kualitatif dan kuantitatif

Aspek	Metode Kualitatif	Metode Kuantitatif
Nilai kebenaran	Validitas internal	Kredibilitas ( <i>credibility</i> )
Penerapan	Validitas eksternal (generalisasi)	Transferability/keteralihan
Konsistensi	Reliabilitas	<i>Auditability, dependability</i>
Netralitas	Objektivitas	<i>Confirmability</i> (dapat dikonfirmasi)

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang dituju, tetapi perlu diketahui bahwa kebenaran realita data menurut penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal, tetapi jamak dan tergantung pada konstruksi manusia, dibentuk dalam diri seseorang sebagai hasil proses mental tiap individu dengan berbagai latar belakangnya.

**a. Uji kredibilitas**

Berbagai macam cara pengujian kredibilitas data, bahwa uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, berdiskusi dengan teman, analisis kasus negatif, dan pengecekan anggota (Moleong, 2007).

(1) Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan ini berarti hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin akrab (tidak ada jarak lagi), semakin terbukti, saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi.

Pada tahap awal peneliti memasuki lapangan, peneliti masih dianggap orang asing, masih dicurigai, sehingga informasi yang diberikan belum lengkap, tidak mendalam, dan mungkin masih banyak yang dirahasiakan. Berapa lama perpanjangan ini dilakukan, akan sangat tergantung pada keadaan, keluasan dan kepastian data.

Kedalaman artinya apakah peneliti ingin menggali data sampai pada tingkat makna. Makna berarti data yang dibalik yang tampak. Misalkan yang tampak orang sedang menangis, tetapi sebenarnya dia tidak sedih tetapi malah sedang bahagia. Keluasan berarti, banyak sedikitnya informasi yang diperoleh. Dalam perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian ini, sebaiknya difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh, apa data yang diperoleh itu setelah dicek kembali kelapangan benar atau tidak, berubah atau tidak, bila setelah dicek kembali ke lapangan data sudah benar berarti kredibel, maka waktu perpanjangan pengamatan dapat diakhiri.

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari radio Caraka FM sudah benar atau belum, kemudian perpanjangan ini juga untuk memastikan data atau informasi yang diperoleh pada saat itu mengalami perubahan atau tidak, ini sebagai tujuan dari perpanjangan pengamatan.

(2) Meningkatkan ketekunan

Melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Dengan meningkatkan ketekunan itu, maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu salah atau tidak. Dengan demikian juga dengan meningkatkan ketekunan maka, peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan dengan cara membaca berbagai



referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Misalkan skrip siaran program acara *talk show* di Caraka FM, harus juga dicek dari berbagai unsur dan itu harus dilakukan dengan teliti dan tekun. Dengan didukung banyak referensi maka akan menambah atau memperkaya penelitian.

### (3) Triangulasi

Cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan (Moleong, 2007). Dalam hal ini peneliti dapat melakukan *re-check* temuan caranya membandingkan dengan berbagai sumber, teori, atau metode.

Menurut Sugiyono (2014) ada tiga triangulasi yang harus dilakukan di antaranya: 1) Triangulasi sumber yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. 2) Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data pada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Jika data diperoleh dengan mewawancarai penyiar, lalu lakukan pengecekan dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Apabila ada data yang berbeda, maka lakukan diskusi dengan sumber untuk memastikan data yang benar. 3) Triangulasi waktu untuk mendapatkan data yang benar, lakukan wawancara dengan sumber pada waktu yang tepat, dengan melakukannya di pagi hari ketika masih segar belum banyak masalah, hal ini akan memberikan data yang valid.

### 3.6 Gambaran Profil Radio Komunitas Caraka FM

#### a. Sejarah Radio Komunitas Caraka FM

Radio komunitas Caraka FM lahir dari komunitas atau warga yang membutuhkan media untuk berkomunikasi di antara mereka, tempat bagi warga berbincang, berdiskusi, berkesenian ataupun menyampaikan pendapat yang berkenaan dengan kepentingan bersama.

Caraka mempunyai arti *Cara Urang Balaka* yang merupakan kegiatan masyarakat yang peduli akan kemanusiaan. Caraka FM berdiri pada 12 Maret 2007 dengan frekuensi 107,9 MHz. Keberadaan radio komunitas Caraka FM merupakan hasil kerja keras pengurus, anggota dan simpatisan serta berbagai pihak yang mendukung baik moril maupun material. Radio komunitas Caraka FM menjadi lembaga Penyiaran Komunitas dengan akta pendirian Notaris Idris Abas No 15 tanggal 12 April 2007 dengan alamat Jalan Olahraga, Desa Ciborelang, Kecamatan Jatiwangi, Kabupaten Majalengka.

Warga berperan aktif dalam mewujudkan radio komunitas Caraka FM sebagai sarana komunikasi dan informasi antar warga Ciborelang. Dasar pemikiran berdirinya radio komunitas Caraka FM adalah sebagai: 1) Wadah masyarakat yang kelak akan mengabdikan dirinya kepada masyarakat. oleh sebab itu, program yang ada untuk mendekatkan masyarakat dengan sila ke-3 Pancasila. 2) Sebagai pengembangan kreativitas dan keaktifan masyarakat. 3) Untuk menciptakan kondisi yang dapat mendukung pembangunan disegala bidang.

Setelah mendapatkan pelatihan, KPW Desa Ciborelang mulai menjalankan perannya. Pada 9 Februari 2007, warga Desa Ciborelang berkumpul bersama

aparatus desa, pemuka agama, pemuka masyarakat membicarakan rencana pemuda karang taruna untuk mendirikan radio komunitas. Rembug warga pertama berisi pengenalan dan penjelasan mengenai radio komunitas. Sekaligus meminta izin kepada warga untuk mendirikan radio komunitas. Awalnya permintaan tersebut dipertanyakan oleh aparat desa. Aparatus Desa Ciborelang tidak langsung memberikan izin. Mereka meminta waktu kepada warga untuk terlebih dahulu melakukan survei pada radio komunitas yang telah berdiri di beberapa desa.

Rembug warga berlangsung hingga empat kali yaitu: 14, 17, 21, dan 25 Februari 2007. Setelah lima kali mengadakan pertemuan intensif selama 1 bulan, aparat desa memberi izin mendirikan radio komunitas.

Pada rembug warga 25 Februari 2007 juga dibentuk DPK dan BPPK. Setelah perizinan dan pembentukan DPK dan BPPK disepakati, masalah baru muncul. Saat itu masyarakat desa belum menemukan lokasi yang tepat untuk mendirikan radio komunitas. Kyai Maman pemilik ponpes Al-Mizan menawarkan kepada masyarakat untuk mendirikan radio komunitas di wilayah ponpes Al-Mizan. Tawaran tersebut diterima oleh warga. Radio komunitas Caraka FM berdiri tepat pada 2 Maret 2007 dan mengudara secara resmi pada 12 Maret 2007.

Setelah tiga bulan berdiri, pada 12 Juni 2007 tim radio komunitas Caraka FM dan warga setempat kembali melaksanakan rembug warga bertempat di Balai Desa Ciborelang. Agenda rembug warga tersebut membahas keberadaan radio komunitas Caraka FM yang tidak strategis dan kurang dikenal warga sekitar.

Partisipasi masyarakat Desa Ciborelang tidak terlalu mengembirakan. Masyarakat tidak berpartisipasi secara langsung. Partisipasi yang diberikan hanya

berupa SMS dan telepon saja. Warga segan untuk masuk ke radio komunitas Caraka FM yang berada di dalam ponpes Al-Mizan. Penyiar dan pengurus harian radio komunitas Caraka FM hanya beberapa masyarakat dan didominasi oleh santri dari ponpes tersebut.

Rembug desa tersebut menyepakati bahwa radio komunitas Caraka FM diharapkan dan disarankan untuk pindah lokasi ke suatu tempat agar lebih dekat dengan seluruh masyarakat Desa Ciborelang. Pak Welly selaku ketua RW 10 Dusun 3 saat itu, menawarkan salah satu ruangan di rumahnya untuk dijadikan studio siaran radio komunitas Caraka FM.

Pemindahan lokasi membuat radio komunitas Caraka FM makin dekat dengan masyarakat Desa Ciborelang. Masyarakat Desa Ciborelang terlibat langsung dalam kepengurusan harian radio komunitas Caraka FM. Caraka FM bahkan sekarang sudah memiliki Caraka FM *fans club* dan 70 warga telah terlibat langsung mengisi acara sebagai penyiar di radio komunitas Caraka FM.

Untuk yang ketiga kalinya Caraka pada tanggal 12 Maret 2010 telah pindah ke alamat jalan A. Yani No. 599/2 RT.03 RW.10 Dusun 03 (rumah Bapak Dadang mantan Kuwu Ciborelang) Ciborelang Jatiwangi dengan struktur kepengurusan yang masih tetap.

#### **b. Struktur Kepengurusan**

Radio komunitas memiliki dua lembaga penting yang mesti ada sebelum radio komunitas resmi didirikan di suatu tempat. DPK dimaksudkan sebagai badan pengambilan kebijakan, dan BPPK dimaksudkan sebagai badan pelaksana penyiaran radio komunitas. Berikut ini Dewan Penyiaran Komunitas Radio

Komunitas Caraka FM yang tercantum pada AD/ART Radio Komunitas Caraka FM 2008-2009:

Ketua : H. Kosim Fauzan

Sekretaris Umum : Ahmad Junaedi

Bendahara : Rizal Rahman

Komisi Isi Siaran : Dadang Iskandar

Komisi Usaha dan Dana : Agus Subandi

Komisi Teknik : Taufik Hidayat

Komisi Perizinan : Momon Surachman

Susunan Badan Pelaksana Penyiaran Komunitas Radio Komunitas Caraka

FM:

Pimpinan Umum : Kamsinah, S.H.I.

Sekretaris : Firman

Bendahara : Siti Maryam, S.Pd.

Penanggung Jawab Siaran : Welly Suratno

Penanggung Jawab Pemberitaan : Yayat Rukayat

**c. Tujuan Berdirinya Caraka FM**

Maksud dan tujuan berdirinya radio komunitas Caraka FM seperti yang tertulis dalam AD/ART radio komunitas Caraka FM:

- Menggalakan program pemerintah dan upaya pemberdayaan masyarakat Ciborelang.
- Sebagai sarana komunitas dan informasi masyarakat Ciborelang.

- Menggalakan program pemerintah dalam upaya membangun mencerdaskan masyarakat Ciborelang.
- Membantu pemerintah dalam penyebaran informasi yang bermanfaat bagi masyarakat Ciborelang.
- Sebagai sarana dimana warga yang membutuhkan media untuk berkomunikasi diantara warga, tempat bagi warga berbincang, berdiskusi, berkesenian, ataupun menyampaikan pendapat yang berkenaan dengan kepentingan bersama.

**d. Landasan Hukum Operasional Radio Komunitas Caraka FM**

1. Undang-undang Dasar 1945
2. Undang-undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran
3. Keputusan Menteri Perhubungan No. 15 tahun 2003 tentang Rencana Induk (*master plan*) frekuensi Radio Penyelenggara Telekomunikasi khusus untuk keperluan Radio Siaran FM.
4. Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3/SPS) Surat Keputusan KPI No. 009/SK/KPI/8/2004.
5. Badan hukum Perkumpulan Radio Komunitas Caraka FM. Akta Notaris No. 15 tanggal 12 April 2007.
6. Risalah kesepakatan dalam Pembentukan DPK Radio Komunitas Caraka FM yang dihadiri perwakilan dari seluruh elemen masyarakat yang ada di Desa Ciborelang dan disetujui oleh Kepala Desa, Pemka masyarakat, Pemuka Agama dan Perwakilan Dusun pada 25 Februari 2007.

7. Keterangan Pemberitahuan Keberadaan Organisasi Pemerintah Kabupaten Majalengka Badan Kesatuan Bangsa, Politik dan Lingkungan Masyarakat Nomor: Kesbangpol/220/46/2009 pada tanggal 28 Januari 2009.
8. Keputusan dari Komisi Penyiaran Daerah Jawa Barat Nomor 168.1.2/K/KPIDJABAR/09/07 tanggal 20 September 2007 perihal Pemberitahuan Kelayakan, yang intinya bahwa radio komunitas Caraka FM berdasarkan verifikasi Administrasi dan Faktual telah dinyatakan LAYAK untuk diproses di KPI Pusat Jakarta.

**e. Sumber Dana Radio Komunitas Caraka FM**

Sumber dana radio komunitas telah diatur dalam Undang-undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Berikut pasal yang mengatur pendanaan untuk radio komunitas:

1. Pasal 21 ayat 1 “tidak komersial”
2. Pasal 21 ayat 2a “tidak mencari laba”
3. Pasal 22 ayat 1 “didirikan atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas”
4. Pasal 22 ayat 2 “dapat memperoleh sumber pembiayaan dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat”.
5. Pasal 23 ayat 1 “dilarang menerima bantuan dana awal mendirikan dan dana operasional dari pihak asing”.

6. Pasal 23 ayat 2 “dilarang melakukan siaran iklan dan atau siaran komersial lainnya, kecuali layanan masyarakat”.

Sesuai dengan pasal tersebut di atas, pendanaan radio komunitas Caraka FM yang tercantum dalam AD/ART radio komunitas Caraka FM didapat melalui:

Dana rutin / bulan:

Anggaran Pendapatan Belanja Desa (APBD) Rp. 50.000

Sumbangan Kepala Desa RP. 50.000

Dana non-rutin

- Iklan Layanan Masyarakat “Awas Flu Burung” dari dinas peternakan.
- Iklan Layanan Masyarakat “Info Lowongan Pekerjaan” dari tokoh-tokoh yang berada di Desa Ciborelang.
- Iklan Layanan Masyarakat “Selamat Hari Ramadhan” dari tokoh-tokoh yang berada di Desa Ciborelang.
- *Talk show* dari sponsor antara lain: Fahmina Institute, Aparat Desa, dan dinas terkait. Sponsor *talk show* menyumbang Rp. 5.000 – Rp. 200.000/ *talk show*. *Talk show* merupakan salah satu materi siaran yang disediakan oleh pengurus radio komunitas Caraka FM bagi para sponsor yang ingin menyiarkan kegiatan atau program mereka kepada masyarakat Ciborelang.

**f. Visi dan Misi Radio Komunitas Caraka FM**

**Visi radio komunitas Caraka FM:**

Terciptanya sarana komunikasi dan informasi sebagai wujud pemberdayaan masyarakat.



### Misi Radio Komunitas Caraka FM:

1. Menciptakan masyarakat agamis yang edukatif, komunikatif, kreatif, dan inovatif.
2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia masyarakat Ciborelang.
3. Mempererat silaturahmi masyarakat Ciborelang.

### g. Pendengar Radio Komunitas Caraka FM

Pendengar radio komunitas Caraka FM adalah seluruh masyarakat Desa Ciborelang yang berjumlah 9.932 orang. Berikut ini identitas komunitas Caraka FM di lingkungan penyiaran radio komunitas Caraka FM yang tercantum pada AD/ART radio komunitas Caraka FM:

Tabel 3.4  
Identitas Komunitas Caraka FM

No	Golongan	Keterangan	Persentase
1	Usia	< 15 tahun	5
		15 – 19 tahun	30
		20 – 24 tahun	33
		25 – 29 tahun	11
		30 – 35 tahun	10
		30 – 40 tahun	8
		> 40 tahun	3
2	Jenis Kelamin	Pria	43
		Wanita	57
3	Status Ekonomi Sosial	A	10
		B	10
		C1	15
		C2	50
		D	7
		E	7
4	Pendidikan terakhir	Tidak tamat SD	10
		Tamat SD	19
		Tamat SLTP	22
		Tamat SLTA	34
		Akademik	9
		Perguruan Tinggi	8
		PNS/TNI/Polri	15

5	Pekerjaan	Pegawai swasta	15
		Wiraswasta	20
		Pensiunan	5
		Pelajar	25
		Mahasiswa	3
		Ibu Rumah Tangga	7
		Lainnya	5
		Tidak bekerja	5

Sumber: AD/ART Radio Komunitas Caraka FM 2008-2010

#### h. Acara Siaran Radio Komunitas Caraka FM

Radio komunitas Caraka FM melakukan siaran setiap hari, antara pukul 16.00 – 24.00, untuk lebih jelas siaran radio komunitas Caraka FM dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 3.5

Jadwal Acara Siaran Radio Komunitas Caraka FM

Jadwal siaran radio komunitas Caraka FM				
Hari	Waktu	Durasi	Acara	Penyiar
Senin	16.00 – 17.00	1 jam	Pubertas	Imma
	17.00 – 18.00	1 jam	Dunia pendidikan	Inah
	18.00 – 19.00	1 jam	Antara kita	NN
	19.00 – 20.00	1 jam	Isu komunitas	Iyam
	20.00 – 24.00	4 jam	Budaya urang (wayang golek)	Kang John
Selasa	16.00 – 18.00	2 jam	Info musik	Lyda
	18.00 – 19.00	1 jam	Olahraga	Fian
	19.00 – 20.00	1 jam	Info komunitas	
	20.00 – 22.00	2 jam	Duta Caraka	Kang Udin
	22.00 – 24.00	2 jam	Goyang pantura	Kang John
Rabu	16.00 – 17.00	1 jam	Dunia remaja	Faritoh
	17.00 – 18.00	1 jam	Lingkungan kita	Gaby
	18.00 – 19.00	1 jam	Antara kita	NN
	19.00 – 20.00	1 jam	Info komunitas	
	20.00 – 24.00	4 jam	Gado-gado Caraka	Kang John
Kamis	16.00 – 17.00	1 jam	Pubertas	Risma
	17.00 – 18.00	1 jam	Dunia wanita	Dwi
	18.00 – 19.00	1 jam	Antara kita	NN
	19.00 – 20.00	1 jam	Info komunitas	
	20.00 – 22.00	2 jam	Tempo doeloe	Kang Asep
	22.00 – 24.00	2 jam	Simpang tiga	Kang John
Jumat	16.00 – 17.00	1 jam	Pribadi dan penampilan	Gaby

	17.00 – 18.00	1 jam	Infdo pop	Ania
	18.00 – 19.00	1 jam	Antara kita	NN
	19.00 – 20.00	1 jam	Info komunitas	
	20.00 – 22.00	2 jam	Campur sari	Mas Guntur
	22.00 – 24.00	2 jam	Wewengkon	Kang Udin
Sabtu	16.00 – 17.00	1 jam	Dunia remaja	Lyda
	17.00 – 18.00	1 jam	Must cool in	Azki
	18.00 – 19.00	1 jam	Antara kita	NN
	19.00 – 20.00	1 jam	Info komunitas	
	20.00 – 24.00	4 jam	Suka-suka Caraka	Kang John
Minggu	16.00 – 17.00	1 jam	Info remaja	NN
	17.00 – 18.00	1 jam	Pribadi dan penampilan	Gaby
	18.00 – 19.00	1 jam	Antara kita	NN
	19.00 – 20.00	1 jam	Info komunitas	Bu Ita
	20.00 – 22.00	2 jam	Tembang kenangan	Kang Asep
	22.00 – 24.00	2 jam	Galura peuting	Kang John

Sumber: AD/ART Radio Komunitas Caraka FM 2008-2010

Berikut deskripsi dari program unggulan yang disiarkan oleh radio komunitas Caraka FM:

- Isu komunitas : merupakan program yang mengangkat masalah sosial kemasyarakatan yang terjadi di Desa Ciborelang. Program ini bertujuan agar masyarakat Desa Ciborelang lebih peduli dan peka terhadap keadaan masyarakat Desa Ciborelang. Isu yang diangkat radio komunitas Caraka FM antara lain perdagangan manusia dan KDRT.
- Wewengkon : merupakan program yang mengangkat masalah lingkungan seperti sanitasi, kebersihan lingkungan. Program ini bertujuan untuk menyadarkan masyarakat Desa Ciborelang akan pentingnya menjaga lingkungan.
- Info musik : merupakan program siaran musik. Program ini tidak hanya memutar lagu-lagu tapi juga memberikan informasi kepada

pendengar mengenai lagu tersebut mulai dari penyanyi, tahun rilis, makna lagu tersebut, hingga pada jenis musik lagu tersebut.

- Dunia pendidikan : program ini memberikan informasi kepada pendengar mengenai pendidikan. Seperti masalah guru honorer, masalah kurikulum. Hingga kita belajar sukses.
- Dunia remaja : program ini ditunjukkan tidak hanya kepada anak muda saja, orang tua pun bisa mengambil manfaat dari program ini. Program yang membahas tuntas mengenai kehidupan remaja, mulai dari masalah pubertas hingga masalah pergaulan.
- Olahraga : program ini memberikan informasi kepada masyarakat mengenai hasil pertandingan-pertandingan olahraga lokal, nasional, bahkan internasional. Contoh: hasil pertandingan antar RW saat perayaan hari kemerdekaan (lokal).
- Teknologi dan sains : program ini memberikan informasi kepada masyarakat mengenai perkembangan teknologi terbaru.
- Bimbingan rohani : program ini berupa siaran ceramah agama yang dilakukan oleh ustadz dan kyai – kyai yang berada di Desa Ciborelang.
- Info budaya / budaya urang : program ini mengangkat masalah budaya yang terjadi di daerah Desa Ciborelang ataupun nasional. Mengingatkan kepada pendengar radio komunitas Caraka FM mengenai budaya lokal yang harus senantiasa dilestarikan.

- Bewara urang : program ini adalah menginformasikan tentang keseharian warga. Misalnya seorang warga pedagang cilok merupakan figur yang dapat dianggap remeh dengan profesinya itu.

**i. Data Teknik Radio Komunitas Caraka FM**

Nama radio : Radio Komunitas Caraka FM

Alamat : Jalan A. Yani NO. 599/2 RT.03 RW.10 Dusun 03  
Desa Ciborelang Kecamatan Jatiwangi Kabupaten  
Majalengka Telp (0233) 8886060

Tanggal pendirian : 2 Maret 2007

Gelombang frekuensi : 107,9 MHz

Kekuatan pemancar : 50 watt

Format siaran :Menyajikan seputar Cirebon – Majalengka khususnya Desa Ciborelang dan sekitarnya. Isi siaran sebagian besar bidang sosial – budaya, pembangunan, ekonomi, teknologi, olahraga, religi, dan lain sebagainya, dipadu dengan hiburan musik, sehingga menjadikan radio komunitas Caraka FM sebagai media hiburan informatif, mendidik membangun serta cocok bagi masyarakat Desa Ciborelang dan sekitarnya.

Format musik : Pop Indo, dangdut, pop sunda, pop barat, campur sari, lagu daerah, lagu nostalgia, jazz, keroncong, lagu religius dan lainnya.

#### Kegiatan off air

1. Pamflet Anti Perdagangan Manusia, salah satu media untuk mensosialisasikan perdagangan manusia kepada masyarakat.
2. Rembug warga, kerjasama dengan pemerintah desa setempat mengenai keberadaan radio komunitas Caraka FM.
3. Halal bi halal, sebuah kegiatan sosialisasi radio komunitas Caraka FM kepada masyarakat.
4. Program kerja sama dengan beberapa instansi termasuk beberapa program kementerian.
5. Program kerja sama dengan PNPM Propinsi Jawa Barat.
6. Program kerja sama dengan BKKBN Propinsi Jawa Barat

#### **j. Peran Advokasi Perdagangan Manusia Radio Komunitas Caraka FM**

Pada awal berdiri, radio komunitas Caraka FM mengangkat isu buruh pabrik dan pasar sebagai identitas kepentingan bersama, di samping isu relasi dengan kelompok agama minoritas. Tetapi kemudian menjadi isu buruh migran sebagai identitas kelompok karena ternyata masyarakat Desa Ciborelang pergi ke luar negeri sebagai buruh migran.

Isu perdagangan manusia mulai rutin disiarkan oleh radio komunitas Caraka FM pada bulan Mei 2007 setelah tim radio komunitas Caraka FM mendapat seminar mengenai perdagangan manusia oleh Fahmina Institute. Bu Iyam dan Bu Inah adalah dua orang radio komunitas Caraka FM yang mengikuti seminar tersebut. Merasa bahwa isu perdagangan manusia itu penting untuk

diketahui sebagai bahan informasi merangkap menyiarkan materi yang didapat dalam seminar melalui radio.

Siaran perdana isu perdagangan manusia ditanggapi dengan baik oleh masyarakat. Bahkan, dari siaran tersebut baru diketahui bahwa di Desa Ciborelang ada warganya yang menjadi korban perdagangan manusia. Berikut ini pendampingan yang dilakukan Caraka FM:

- Kasus 1

Nama : Tita (18 th)

Alamat : Desa Cipeundeuy Kec. Bantarujeg Kab. Majalengka

Jenis kasus : Eksploitasi seksual dan penipuan

Advokasi :

- Terima laporan (13/6/2007)
- Kunjungan korban (14/6/2007)
- Konfirmasi ke polsek Bantarujeg (14/6/2007)
- Mengirimkan surat desakan untuk proses hukum ke Kapolres Majalengka (18/6/2007)
- Mendesak Jaksa untuk menjerat pelaku sesuai dengan UU PTPPO
- Pelaku di jerat hukuman masing – masing 3 tahun

Tindak lanjut :

- Monitoring Perkembangan
- Pengawasan proses hukum
- Pengawasan proses pengadilan

Keterangan : Kendala lokasi rumah korban yang jauh menyulitkan kunjungan secara intensif.

- Kasus 2

Nama : Aam Komariah (38 th)

Alamat : Ciborelang, Dusun 3 RT. 02 RW. 03

Jenis kasus : Pemerkosaan dan beban kerja yang tidak sesuai.

Advokasi :

- Terima laporan (23/6/2007)
- Kunjungan korban (27/6/2007)
- Mengantarkan teman korban ke SP (Solidaritas Perempuan) (3/7/2007)

Tindak lanjut : Monitoring perkembangannya

Keterangan : Korban sulit dihubungi & SP meminta keterlibatan dari keluarga korban

**k. Efek Keberadaan**

Semenjak adanya program *talk show trafficking* di Caraka FM, kerja sama dan peran pemerintah Desa Ciborelang telah terjalin dengan baik dan kompak. Caraka telah dijadikan sebagai pusat informasi bagi warga Ciborelang. Selain itu, dipercaya untuk menangani PNPM dan FKPM yang menangani masalah – masalah yang muncul di masyarakat.