



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO. 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

Peran CNN Sebagai Agen Perubahan Sosial Terkait Isu
Perdagangan Perempuan di Kamboja

Skripsi

Oleh

Rizka Diandra

2013330119

Bandung

2017



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO. 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

Peran CNN Sebagai Agen Perubahan Sosial Terkait Isu
Perdagangan Perempuan di Kamboja

Skripsi

Oleh

Rizka Diandra

2013330119

Pembimbing

Sylvia Yazid, Ph.D

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional




Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Rizka Diandra
Nomor Pokok : 2013330119
Judul : Peran CNN Sebagai Agen Perubahan Sosial Terkait Isu
Perdagangan Perempuan di Kamboja



Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 21 Juni 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Elisabeth Satya Dewi, Ph.D

: 

Sekretaris
Sylvia Yazid, Ph.D

: 

Anggota
Albert Triwibowo, S.IP., MA.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Surat Pernyataan



Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizka Diandra
NPM : 2013330119
Jurusan / Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Judul : Peran CNN Sebagai Agen Perubahan Sosial Terkait
Isu Perdagangan Perempuan di Kamboja

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain ditulis sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 18 Juli 2017



Rizka Diandra

ABSTRAK

Nama : Rizka Diandra
NPM : 2013330119
Judul : Peran CNN Sebagai Agen Perubahan Sosial Terkait Isu
Perdagangan Perempuan di Kamboja

Perdagangan perempuan di Kamboja, telah menjadi sebuah isu yang berlarut-larut tanpa ada penyelesaian yang jelas. Tingginya aktivitas perdagangan perempuan yang terjadi membuat Kamboja menjadi perhatian dunia Internasional. Salah satu aktor yang berperan dalam menyoroti isu ini adalah CNN. Yang membedakan CNN dengan media lainnya adalah selama masa liputannya di Kamboja, CNN tidak hanya berperan sebagai media, tapi juga sebagai agen perubahan sosial, dengan melakukan berbagai kegiatan diluar fungsi media pada umumnya.

Penelitian ini menggunakan konsep media sebagai agen perubahan sosial yang digagas oleh Wilbur Schramm. Schramm menyatakan bahwa terdapat tiga indikator yang menjadikan media sebagai agen perubahan sosial, yaitu disaat media menjadi *watchmen*, *decision maker*, dan *teacher*. Untuk mendapatkan data lengkap, penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan melakukan studi dokumen akan berbagai artikel jurnal, buku, berita, dan hasil wawancara.

Berdasarkan hasil analisa ketiga indikator diatas, ditemukan bahwa CNN belum sepenuhnya berhasil dalam berperan sebagai agen perubahan sosial. Di satu sisi, CNN telah memperluas pengetahuan, meningkatkan aspirasi serta mendonasikan dana untuk pembangunan sekolah bagi para korban perdagangan perempuan di Kamboja. Namun disaat yang bersamaan, selama masa liputannya, CNN juga mengesampingkan berbagai faktor pendorong perdagangan perempuan, serta terlalu memfokuskan kerjasama dengan satu aktor saja, yaitu LSM. Ditambah, data statistik tidak menunjukkan adanya penurunan dalam jumlah korban perdagangan perempuan.

Kata kunci: CNN, perdagangan perempuan, agen perubahan sosial, Kamboja

ABSTRACT

Name : Rizka Diandra

NPM : 2013330119

Title : *The Role CNN in Becoming an Agent of Social Change in Cambodia's Women Trafficking Issue*

For years, women trafficking has become a protracted issue in Cambodia without any definite resolution. The high level of women trafficking activity occurs caused this issue to be a global concern. One of the actors who play a role in highlighting this issue is CNN. What distinguishes CNN from other media is that during its coverage in Cambodia, CNN does not only act as a media, but also as an agent of social change, by carrying out various activities outside of the regular function of media.

This study uses the concept of media as an agent of social change proposed by Wilbur Schramm. In his book, Schramm stated three indicators that needs to be fulfilled for a media to become an agent of social change. Namely through their role as a watchman, a decision maker, and a teacher. In order to obtain a comprehensive data, this research use a qualitative method, by examining various journal articles, books, news, and interview results.

Based on the analysis of the indicators stated above, it is found that CNN has not fully succeeded in their role as an agent of social change. Despite the fact that CNN has increased public knowledge, raised aspirations and donated certain amount of funds for the construction of school for victims of women trafficking, during their reporting period, CNN also tend to overlook the various driving factors of women trafficking, and placed too much spotlight on their cooperation with NGOs, while disregarding other actors. Furthermore, statistic has shown that there has been no sign of a decrease in the number of women trafficking victims.

Keywords: CNN, women trafficking, agent of social change, Cambodia

Kata Pengantar

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena telah melimpahkan berkah dan rahmatnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Peran CNN Sebagai Agen Perubahan Sosial Terkait Isu Perdagangan Perempuan di Kamboja”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi kriteria dan persyaratan kelulusan pada jenjang strata satu untuk Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan. Peneliti mengucapkan terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan tugas akhir ini hingga selesai.

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi para pembacanya, dapat memberikan ilmu serta pemahaman terkait isu yang terjadi. Namun, Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti berharap kekurangan yang ada dapat disampaikan melalui kritik ataupun saran. Hal tersebut diharapkan dapat menjadi pengembangan dari penelitian ini dan berguna di masa yang akan datang.

Bandung, 19 Juni 2017

Peneliti

Ucapan Terima Kasih

Pertama-tama, peneliti ingin berterima kasih kepada Allah SWT, yang berkat rahmat dan bimbingannya peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul Peran CNN Sebagai Agen Perubahan Sosial Terkait Isu Perdagangan Perempuan di Kamboja dengan lancar dan tepat waktu

Kedua untuk **mama dan papa**, yang selalu mendukung aku selama empat tahun berkuliah di unpar, sampai akhirnya bisa bergelar sarjana. Terima kasih untuk dukungan moral (dan tentunya juga finansial) yang membuat anak kalian ini selamat di dunia perkuliahan. Semoga kedepannya aku akan terus bisa membanggakan kalian berdua ya, amin. Terima kasih!

Untuk **Mbak Sylvia Yazid**, selaku dosen pembimbing. Terima kasih untuk arahnya dari semasa seminar sampai hari H sidang (dan juga setelahnya), dan terima kasih juga **Mbak Syl dan Mas Giandi Kartasmita**, untuk mendorong aku agar tidak sidang setelah lebaran (dan mendengarkan semua kepanikan aku), biar libur lebarannya ga ada beban hehe

Mbak Elisabeth Satya Dewi dan mas Albert Triwibowo, terima kasih sudah menjadi dosen penguji yang sangat baik di ruang sidang, dan sudah membantu aku untuk menyempurnakan skripsi ini.

Mas Bob Sugeng Hadiwinata, terima kasih sudah mau meng-*hire* aku sebagai asisten dosen selama satu tahun kebelakang. Aku belajar banyak dari mas Bob, mulai dari hal kecil sampai hal besar. Sehat terus ya mas, *good luck* untuk penulisan buku selanjutnya!

Untuk teman-teman pergosipan di Fisip Unpar, yang kerjanya cuman nempel di tembok Fisip – **Angelia Maria, Anna Kinanti, Isabelle Faradiba** – makasih ya untuk hiburannya selama 3,5 tahun ini. Walaupun kalian lulus duluan kalian masih sangat *care* untuk mensuplai gue dengan semua gossip-gossip penting ♥

Ishna Jusi, temen pertama yang ketemu di bakdes, partner *dumb and dumber* – sampai sekarang masih ada aja ya yang ngira kita kembar sna, saking seringnya, kalo ada yang manggil ‘Andra’ lo ikutan nengok ya..

Michelle Stefania aka madam miselle, thank u udah ngecekin typo di skripsi gue cil huhuh jarang nemu temen yang emang terlahir teliti kayak u :) thank u juga buat sesi curhat random kita via video call, dan buat saran-saran super bijak dan dewasanya.

Fadhil Hazmi dan Muhammad Fakhri, dua orang penting yang kayaknya udah agak terkontaminasi ya pertemanannya berkat kita-kita. Makasih ya mamsye dan papsye, untuk segala wejangnya selama ini. Akhirnya anak paling tua kalian lulus :)

Buat **Vania Supusepa** yang kalau mau nginep dikosan ngabarannya 10 menit sebelumnya, buat **Regina Rima**, mama kita semua, tanpa Rima kita *lost* di kehidupan kampus ini. Buat **Andina Dwinta**, ndin mungkin lo gatau tapi gue liat ppt lo buat sidang hehe. Buat **Inigo Goestiandi**, tuan muda kita semua dan pemilik Goestiandi Foundation dan **Aulia Dara** yang selalu terbully (but we love u kok). Makasih teman-teman udah mewarnai perkuliahan gue.

Untuk keluarga **Kabaret**, divisi paling berkesan dan paling bikin nggak tidur demi kelancaran kita semua memermalukan diri sendiri di panggung selama PMKT. Makasih udah menjadikan gue campuran Putri Kipas dan Macan Tutul dikala gue masih maba :)

Buat **Inti Mentor Chevalier**, *the best team I could ever asked for*, ditunggu sesi makan-makan dan juga sesi nyinyir selanjutnya dirumah eyang! saatnya kita ngurusin hidup sendiri ya, bukan ngurusin anak orang lagi hehe dan untuk keluarga **Mentor Chevalier**, yang udah mewarnai tiga tahun perkuliahan gue.

Last but not least, **Firman Zahendra**. Karena disini harus professional, jadi Andra bedakan ya perasaan dan pekerjaan hehe tapi intinya, terima kasih ya maman buat never ending supportnya, dan buat udah ada setiap kali Andra butuh maman (*all the time, basically*). Good luck buat skripsi dan sidangnya semester depan, Andra tunggu kabar baiknya!

Daftar Isi

Abstrak	i
Abstract	ii
Kata Pengantar	iii
Ucapan Terima Kasih.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Grafik	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Akronim	xii
Bab I Pendahuluan	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.2.1 Pembatasan Masalah.....	8
1.2.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Kajian Literatur	10
1.5 Kerangka Pemikiran	15
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	24
1.6.1 Metode Penelitian	24
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data	24
1.7 Sistematika Pembahasan	25
Bab II Perdagangan Perempuan di Kamboja	27
2.1 Fenomena Perdagangan Perempuan di Kamboja	27
2.1.1 Jalur Perdagangan Perempuan.....	28
2.1.2 Jumlah Korban Perdagangan Perempuan	30

2.1.3 Jenis-Jenis Perdagangan Perempuan	33
2.2 Faktor Pendorong Perdagangan Perempuan di Kamboja	36
2.2.1 Faktor Sejarah	37
2.2.2 Faktor Ekonomi	40
2.2.3 Faktor Pendidikan	42
2.2.4 Faktor Sosial Budaya	45
2.3 Upaya Pemerintah Dalam Memberantas Perdagangan Perempuan	48
2.3.1 Membuat Hukum dan Regulasi	49
2.3.2 Mengimplementasikan Hukum dan Regulasi	51
2.3.3 Bekerja Sama dengan Berbagai Pihak	54
2.3.3.1 Institusi Pemerintahan Negara Lain	49
2.3.3.2 Organisasi Internasional	54
2.3.3.3 Lembaga Swadaya Masyarakat	56
2.3.3.4 Media	57
Bab III CNN dan Pemberitaan Mengenai Perdagangan Perempuan	60
3.1. Profil Umum CNN	60
3.1.1 Berdirinya CNN	60
3.1.2 Visi, Misi dan Prinsip CNN	64
3.1.3 Sasaran Berita CNN	66
3.1.4 <i>Rating</i> CNN	68
3.1.5 Sumber Dana CNN	70
3.2 Inisiatif Pemberitaan Topik Perdagangan Perempuan oleh CNN	73
3.3 Upaya CNN dalam Pemberitaan Topik Perdagangan Perempuan	75
3.3.1 Membuat Departemen CNN <i>Freedom Project</i>	75
3.3.2 Memanfaatkan Media Sosial	78
3.3.3 Membuat Kampanye Global	80
3.3.4 Bekerjasama dengan Berbagai Pihak	82
3.3.4.1 Instansi Pemerintah	83
3.3.4.2 Lembaga Swadaya Masyarakat	85

3.3.4.3 Tokoh Masyarakat.....	85
Bab IV Analisa Upaya CNN Sebagai Agen Perubahan Sosial di Kamboja	88
4.1. Peran CNN Sebagai <i>Watchmen</i>	90
4.1.1 Memusatkan Perhatian Publik	91
4.1.2 Memperluas Pengetahuan.....	95
4.1.3 Meningkatkan Aspirasi.....	100
4.2 Peran CNN Sebagai Decision Maker	103
4.2.1 Memberikan Input untuk Pemerintah Kamboja	104
4.2.2 Memberikan Status Kepada Pihak-Pihak yang Terlibat dalam Praktik Perdagangan Perempuan.....	108
4.2.3 Penerapan CNN <i>Effect</i> dalam Kasus Perdagangan Perempuan Kamboja	110
4.3 Peran CNN Sebagai <i>Teacher</i>	113
Bab V Kesimpulan	123
Daftar Pustaka	129

Daftar Grafik

Grafik 4.1: Jumlah Artikel CNN Tahun 2001 Hingga 2016.....	91
Grafik 4.2: Jumlah Video CNN Tahun 2001 Hingga 2016	92

Daftar Gambar

Gambar 2.1: Jalur Perdagangan Manusia di Kamboja.....	28
Gambar 3.1: Penonton CNN di Ranah Global dan di Asia Pasifik.....	67
Gambar 3.2: <i>Rating</i> CNN di Ranah Global	69
Gambar 3.3: Beragam Pemasukan CNN.....	71
Gambar 3.4: Tonny Maddox dan Penghargaan <i>Trafficking in Persons Report Hero</i> untuk CNN <i>Freedom Project</i>	77
Gambar 3.5: Murid-Murid Royal Orchid First School di Nigeria ikut berpartisipasi dalam kampanye #MyFreedomProject	81
Gambar 3.6: Pertemuan Antara Menteri Pendidikan di Italia dan Direktur Eksekutif CNN <i>Freedom Project</i>	84
Gambar 4.1: Contoh Pertama Respon Pembaca Artikel CNN.....	98
Gambar 4.2: Contoh Kedua Respon Pembaca Artikel CNN	99

Daftar Tabel

Tabel 2.1: Estimasi Korban, Tersangka dan Terdakwa Perdagangan Perempuan Kamboja	31
Tabel 2.2: Statistik dan Indikator Pendidikan Kamboja tahun 2011-2016	44

Daftar Akronim

ACTIPI	Action for Cooperation Against Trafficking in Persons
ADB	Asian Development Bank
AIM	Agape International Mission
CEDAW	Convention on the Elimination of All Forms Of Discrimination against women
COMMIT	Coordinated Mekong Ministerial Initiative Against Trafficking
CNN	Cable News Network
CPI	Corruption Perception Index
GMS	Greater Mekong Subregion
HAM	Hak Asasi Manusia
HLN	Headline News
INTERPOL	International Police
LSM	Lembaga Swadaya Masyarakat
MIUR	Ministry of Education, University and Research
MoEYS	Ministry of Education, Youth and Sport
MoU	Memorandum of Understanding
MoWA	Ministry of Women's Affairs
PBB	Perserikatan Bangsa-Bangsa
PDB	Produk Domestik Bruto
TIP	Trafficking in Persons

UNDP	United Nations Development Programme
UNODC	United Nations Office on Drugs and Crime
UNTAC	United Nations Transnational Authority in Cambodia
USD	United States Dollar

BAB I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Perdagangan perempuan, bukan lagi isu baru dalam studi Hubungan Internasional. Siapapun bisa menjadi korban perdagangan perempuan, tidak mengenal usia ataupun ras. Menurut data yang didapat dari *Global Report on Trafficking in Persons* pada tahun 2014, sebanyak 53% dari korban diperjualbelikan untuk dieksploitasi secara seksual. Sementara, sisa 40% menjadi pekerja paksa, dan 7% dieksploitasi untuk pekerjaan lain seperti pengemis jalanan. Berdasarkan hasil survey terhadap 124 negara yang diambil pada kurun waktu 2010 sampai dengan 2014, sebanyak 49% dari korban perdagangan manusia merupakan perempuan dewasa, dan 21% merupakan perempuan dibawah umur.¹

Tingginya aktivitas perdagangan perempuan tergantung oleh permintaan dan penawaran dari negara pengirim serta negara penerima. Negara penerima umumnya merupakan negara-negara dengan industri seks yang besar serta permintaan yang tinggi akan perempuan. Sementara, negara pengirim merupakan negara dimana para anggota

¹ Atin Prabandari, AAI Diah Tricesaria. “*Human Trafficking in Southeast Asia: Why Indonesia Matters*”. sr-indonesia. 2015. Diakses pada tanggal 22 September 2016. http://www.sr-indonesia.com/in_the_journal/view/human-trafficking-in-southeast-asia-why-indonesia-matters?pg=all

organisasi kriminal bisa dengan mudah merekrut korbannya. Mayoritas negara pengirim merupakan negara berkembang, dimana kondisi ekonomi, sosial, dan politiknya tidak stabil serta tidak bisa memenuhi kebutuhan dasar rakyatnya sendiri.²

Kamboja merupakan negara yang berperan menjadi ketiganya, sebagai negara pengirim, transit serta penerima. Disini, perdagangan perempuan berada pada skala domestik dan juga internasional, dengan pelanggan yang berupa turis asing dari Korea Selatan, Tiongkok, dan Jepang, dan juga negara-negara dengan letak geografis lebih jauh seperti Amerika Utara, Eropa Barat, dan Australia.³ Ada beberapa faktor yang menyebabkan tingginya perdagangan perempuan di Kamboja, seperti latar belakang sejarah, kemiskinan, edukasi yang tidak memadai, dan juga budaya yang cenderung patriarkis.

Pemerintah menyadari situasi perdagangan perempuan di negaranya, namun penanganan yang dilakukan masih cukup minim dan ini disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, Undang-Undang Anti-Perdagangan Perempuan yang berlaku di Kamboja saat ini belum cukup komprehensif. Ayat-ayat yang terkandung di dalamnya bersifat sangat umum dan tidak mencerminkan keadaan sesungguhnya di Kamboja.⁴ Kedua, sejumlah literatur menyebutkan bahwa isu perdagangan perempuan di Kamboja tidak kunjung

² Donna M. Hughes. "The "Natasha" Trade: The Transnational Shadow Market of Trafficking in Women". *Journal of International Affairs*, Vol. 53 No. 2. (2000): hlm. 625.

³ Mohamed Mattar. *International Child Sex Tourism: Scope of the Problem and Comparative Case Studies*. (US: The John Hopkins University, 2007), hlm.106.

⁴ The National Assembly of the Kingdom of Cambodia. *Law on Suppression of Kidnapping, Trafficking and Exploitation of Human Persons*. 1996. Phnom Penh, Cambodia.

terselesaikan, dikarenakan banyak aparat penegak hukum – baik itu pihak kepolisian ataupun militer – yang menerima suap dari para pemilik rumah bordil. Sebagai gantinya, aparat penegak hukum tersebut akan memberikan perlindungan untuk bisnis perdagangan perempuan setempat. Praktik korupsi ini sangat mempersulit proses razia serta penangkapan para pelaku kriminal.⁵ Terakhir, dalam konteks penanganan dan pengumpulan data, pemerintah Kamboja menggunakan metode *multi-ministrial initiative* yang berarti masing-masing kementerian memiliki porsi sendiri dalam menangani isu perdagangan perempuan. Namun, dikarenakan kurangnya koordinasi dan kerjasama antar kementerian, metode ini tidak bisa terlaksana dengan efektif.⁶

Karena upaya pemerintah Kamboja dalam memberantas perdagangan perempuan dinilai masih kurang, terdapat beberapa pihak yang ikut turun tangan dalam membantu menangani isu ini, salah satunya adalah media internasional asal Amerika Serikat, CNN. Sebagai jaringan komunikasi global pertama, CNN hadir sebagai aktor baru dalam studi hubungan internasional. Berita yang diliput oleh CNN mencakup isu tradisional, dan non-tradisional, mulai dari isu militer hingga isu lingkungan. Dalam beberapa kesempatan, pemberitaan CNN yang bersifat 24 jam tanpa henti dikatakan memiliki kemungkinan untuk mempengaruhi *outcome* dari sejumlah fenomena internasional, terutama yang berkaitan dengan krisis humaniter. Hal ini dikarenakan

⁵ “Country Narratives A through F”. U.S. Department of State. 2011. Diakses pada 16 Juni 2017. Melalui <https://www.state.gov/j/tip/rls/tiprpt/2011/164231.htm>

⁶ Fiona David. *ASEAN and Trafficking in Persons: Using Data as a Tool to Combat Trafficking in Persons*. Geneva: International Organization for Migration. Diakses pada 16 Juni 2017. Melalui http://publications.iom.int/system/files/pdf/asean_and_trafficking_in_persons.pdf

Pemberitaan CNN dianggap mampu membentuk opini publik, yang nantinya bisa berlaku sebagai dorongan bagi pemerintah setempat, disaat pemerintah dinilai kurang cepat dalam menangani isu-isu membutuhkan perhatian lebih.⁷

Penelitian ini fokus pada peran CNN dalam isu perdagangan perempuan di Kamboja, terutama apa saja yang telah dilakukan oleh CNN untuk menyoroti isu tersebut. Disini, peneliti tidak hanya melihat CNN sebagai sebuah media internasional, melainkan sebagai agen perubahan sosial dikarenakan selama masa liputannya CNN telah melakukan serangkaian aktivitas diluar fungsi umum media. Tiga hal yang diperdalam pada penelitian ini adalah pertama, apakah CNN berhasil berperan sebagai *watchmen*, dengan menyediakan informasi lengkap dan terkini kepada masyarakat. Selanjutnya, apakah CNN berhasil berperan sebagai *decision maker*, dengan menjadi aktor pendukung dalam proses pengambilan keputusan pemerintah, dan terakhir apakah CNN berhasil berperan sebagai *teacher* dan mengedukasi berbagai pihak terkait aktivitas perdagangan perempuan di Kamboja.

⁷ Steven Livingston. *CLARIFYING THE CNN EFFECT: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention*. (Massachusetts: Harvard University, 1997), hlm 2.

1.2. Identifikasi Masalah

CNN mulai menjamah isu kemanusiaan, khususnya perdagangan perempuan pada tahun 2011, seiring dengan dibentuknya CNN *Freedom Project*, sebuah departemen dibawah CNN Internasional yang bertugas khusus untuk meliput isu-isu perbudakan moderen yang terjadi di berbagai belahan dunia, dari Amerika Serikat hingga Afrika. Semenjak itu, CNN aktif terjun ke lapangan guna melihat langsung realita yang terjadi, dan mempublikasi beragam artikel serta video mengenai perdagangan perempuan. CNN juga rutin bekerja sama dengan sejumlah LSM, kementerian dan juga tokoh masyarakat agar dapat mendalami isu perdagangan perempuan dan menyajikan berita yang aktual.⁸

Untuk isu perdagangan perempuan di Kamboja sendiri, CNN telah mempublikasi sebanyak 18 artikel dan 10 *video* selama tahun 2011 sampai dengan 2013. Artikel-artikel tersebut bisa diakses melalui situs CNN Internasional dan juga *the Freedom Project*. CNN juga bekerjasama dengan salah satu LSM di Kamboja yang bergerak di pemberantasan perdagangan perempuan serta rehabilitasi korban perdagangan, yaitu *Agape International Missions (AIM)*, agar dapat mendapat pengetahuan lebih tentang jelas mengenai perdagangan perempuan seperti apa yang berlangsung.⁹ CNN juga bekerjasama dengan Mira Sorvino, seorang artis, aktivis

⁸ “The CNN Freedom Project: Ending Modern Day Slavery”. *CNN Edition*. Diakses pada 6 Februari 2017. Melalui <http://edition.cnn.com/specials/world/freedom-project>.

⁹ Don Brewster. “AIM and The CNN Freedom Project”. *Agape Website*. 2014. Diakses pada 6 Februari 2017. Melalui <http://agapewebsite.org/aimandcnnfreedom/>

HAM, serta UNODC *Goodwill Ambassador*, yang tidak hanya membantu CNN selama proses investigasi, tapi juga membantu menyuarakan isu ini ke dunia Internasional.¹⁰ Disamping mempublikasi artikel, CNN juga menayangkan beberapa film pendek dan satu film dokumenter yang berjudul ‘*Every Day in Cambodia*’. Pada bulan Maret 2015, film ini dinobatkan sebagai “*Outstanding Documentary*”, dan berhasil meraih *Gracie Allen Award* dari *Alliance for Women in Media Foundation*.¹¹ Penjelasan ini menunjukkan bahwa CNN sudah selangkah lebih maju dari media lain. Sebagai perbandingan, media ternama seperti Sky News dan BBC, dua media dengan penonton terbanyak setelah CNN, walaupun seringkali menyoroti isu perdagangan perempuan, namun tidak satupun pernah membentuk tim khusus untuk mengusut isu ini.¹² Mayoritas dari media hanya menyampaikan ulang informasi yang didapatkan dari anggota pemerintahan, dan tidak memasukkan sudut pandang pihak lainnya, seperti korban ataupun pelaku.

Dalam artikel jurnalnya, Kirk Johnson menyatakan bahwa media memiliki peran krusial apabila dikaitkan dengan konsep perubahan sosial. Di satu sisi media bisa mempercepat terjadinya perubahan, ataupun menghambat proses perubahan tersebut;

¹⁰ “CNN to Air Mira Sorvino-led Freedom Project Special on Sex Trafficking in Cambodia”. *CNN Pressroom*. 2014. Diakses pada 6 Februari 2017. Melalui <http://cnnpressroom.blogs.cnn.com/2014/02/06/cnn-to-air-mira-sorvino-led-freedom-project-special-on-sex-trafficking-in-cambodia/>

¹¹ “The Fight Against Child Sex Trafficking”. *The CNN Freedom Project*. 2015. Diakses pada 6 Februari 2017. Melalui <http://thecnnfreedomproject.blogs.cnn.com/2015/03/25/the-fight-against-child-sex-trafficking/>.

¹² “CNN Named the World’s #1 International News Brand”. *CNN Pressroom*. 2016. Diakses pada 17 Juli 2017. Melalui <http://cnnpressroom.blogs.cnn.com/2016/11/02/cnn-named-the-worlds-1-international-news-brand/>

bisa menyatukan, sekaligus memecah masyarakat; menekan opini publik, dan juga membebaskannya, tergantung posisi media yang bersangkutan. Ini menjadikan media sebuah instrumen yang kuat untuk mempromosikan perubahan struktural, sosial, maupun budaya dalam masyarakat.¹³ Hal tersebut menandakan bahwa peran media dalam hubungan internasional semakin penting untuk diberikan perhatian dalam penelitian ini.

Mengingat kompleksitas praktik perdagangan perempuan yang terjadi di Kamboja, dalam berperan sebagai agen perubahan sosial CNN tidak bisa bergerak sendiri. Terutama dalam mengedukasi masyarakat, dan memberikan dorongan kepada Pemerintah Kamboja, yang keduanya termasuk kedalam indikator Schramm – media sebagai *teacher*, dan media sebagai *decision maker*. CNN butuh kerjasama yang kuat dengan berbagai pihak, mulai dari tingkat individual, organisasi, hingga pemerintahan yang bisa memberikan CNN dukungan yang dibutuhkan selama proses liputannya, agar serangkaian upaya CNN dapat menciptakan perubahan sosial yang diharapkan. Perubahan tersebut bisa berbentuk turunnya tingkat perdagangan perempuan di Kamboja, perubahan hukum dan regulasi, ataupun peningkatan bantuan asing.

¹³ Kirk Johnson. “Media and Social Change: The Modernizing Influence of Television in Rural India”. *Media, Culture and Society*, Vol. 23 No. 2. (2001): hlm. 148-149

1.2.1. Pembatasan Masalah

Fokus penelitian ini adalah peran CNN pada tahun **2011** sampai dengan **2013** sebagai agen perubahan sosial di Kamboja. Dua tahun ini merupakan waktu dimana CNN sedang memfokuskan liputan beritanya kepada isu perdagangan perempuan di Kamboja. 2011 juga merupakan tahun dimana CNN mendirikan *CNN Freedom Project*, sebuah departemen yang khusus bertugas untuk membahas perdagangan manusia. Peneliti membatasi pembahasan masalah pada tahun 2013 dikarenakan 2013 merupakan tahun dimana CNN mengakhiri proyeknya di Kamboja. Seluruh informasi yang telah didapatkan oleh tim CNN selama masa liputannya, dikemas dalam sebuah film dokumenter berjudul *Every Day in Cambodia* yang ditayangkan secara global.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah serta identifikasi masalah yang telah dijabarkan, penulis memfokuskan penelitian kepada peran CNN sebagai agen perubahan sosial pada kasus perdagangan perempuan di Kamboja pada tahun 2011 sampai dengan 2013. Peneliti akan menganalisa peran CNN melalui serangkaian indikator media sebagai agen perubahan sosial, yaitu melalui peran media sebagai *watchmen*, *decision-maker* dan *teacher*. Selanjutnya, melalui analisa tersebut peneliti akan melihat apakah ada perubahan positif dalam penanganan perdagangan perempuan di Kamboja, seperti jumlah korban yang menurun, peningkatan jumlah pelaku yang berhasil ditangkap, ataupun perubahan kebijakan. Berangkat dari penjelasan diatas,

maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **Bagaimana CNN Menjalankan Peran Sebagai Agen Perubahan Sosial dalam Kasus Perdagangan Perempuan di Kamboja?**

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk melihat peran CNN sebagai agen perubahan sosial di Kamboja. Guna memenuhinya, peneliti perlu mengetahui serangkaian upaya CNN selama masa liputannya di Kamboja. Media pada umumnya hanya berperan sebagai pemberi informasi, namun dalam penelitian ini peneliti ingin memperdalam peran CNN pada level masyarakat Kamboja. Selain itu, peneliti juga ingin melihat apakah ada perubahan dalam bentuk positif yang dikontribusikan oleh CNN terkait isu perdagangan perempuan di Kamboja.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap bisa memberikan persepektif baru mengenai fungsi media. Sebelumnya, media hanya dipandang sebagai pemberi informasi. Namun melalui penelitian ini yang juga berfokus pada peran media sebagai agen perubahan sosial, peran media diluar fungsi umumnya juga ikut disoroti. Dengan adanya penjelasan mengenai perdagangan perempuan yang terjadi di Kamboja, peneliti juga berharap para

pembaca yang terdiri dari dosen, akademisi maupun masyarakat dapat lebih paham mengenai realita serta urgensi dalam menangani isu perdagangan perempuan.

1.4. Kajian Literatur

Apabila berbicara mengenai media dan kaitannya dengan perdagangan perempuan, peneliti akan mengacu pada sebuah artikel jurnal yang berjudul *News Frames and Story Triggers in the Media Coverage of Human Trafficking* karya Girish J. Gulati, yang dipublikasikan dalam Jurnal *Springer* tahun 2010. Dalam artikel jurnal ini, tujuan utama Gulati adalah mencari tahu peran media massa *New York Times* dan the *Washington Post* dalam menangani kasus perdagangan perempuan di Amerika Serikat dalam kurun waktu 1980 sampai dengan 2006. Empat poin utama yang telah dianalisa oleh Gulati adalah (1) jumlah artikel yang dipublikasikan oleh kedua media, (2) aktor-aktor yang berkaitan dengan perdagangan perempuan, yang disebutkan dalam kedua media, (3) penyebab dari perdagangan perempuan yang dibahas dalam kedua media, (4) solusi yang diberikan oleh kedua media. Metode analisa yang digunakan adalah *News Framing*, dan Gulati menampilkan hasil analisisnya dalam bentuk tabel serta grafik yang sangat komprehensif dan mudah dimengerti.¹⁴

¹⁴ Girish J. Gulati. "News Frames and Story Triggers in the Media's Coverage of Human Trafficking". *Springer Science and Business Media*. (2011); hlm. 368-374.

Setelah mengkaji artikel jurnal ini, peneliti menemukan hasil analisa Gulati mengemukakan bahwa dalam kurun waktu 1980 sampai dengan 2006, memang ditemukan adanya peningkatan drastis akan artikel yang dipublikasikan oleh *New York Times* dan *the Washington Post*. Namun, mayoritas data di artikel-artikel tersebut diambil dari sumber yang sama, yang pada akhirnya hanya ‘mencerminkan’ sudut pandang yang dominan mengenai isu perdagangan perempuan di Amerika Serikat. Di satu sisi, hal ini menguntungkan karena melegitimasi konsensus diantara para pembuat kebijakan, namun di sisi lain artikel-artikel ini juga ‘meniadakan’ sudut pandang alternatif yang bisa sangat membantu dalam proses pembuatan kebijakan.¹⁵ Terdapat kemiripan antara penelitian mengenai CNN dan perdagangan perempuan di Kamboja yang baru akan dilakukan, serta penelitian yang sudah dilakukan oleh Gulati. Umumnya karena kedua penelitian bermaksud untuk mencari tahu pengaruh yang bisa diberikan media massa terhadap isu perdagangan perempuan. Namun, dimana penelitian Gulati hanya berfokus pada artikel yang sudah dipublikasikan oleh *New York Times* dan *the Washington Post*, penulis akan lebih menggali tidak hanya konten artikel di CNN, tapi juga apa yang sudah CNN lakukan di lapangan. Sebagai contoh, apakah ada penyuluhan secara langsung ke sekolah-sekolah, kerjasama CNN dengan aktor, dan NGO yang berpengaruh di Kamboja, serta proses investigasi CNN di Kamboja.

Artikel jurnal selanjutnya yang akan dijadikan acuan dalam penelitian ini berjudul *U.S. Media’s Failure to Set the Agenda for Covering Human Trafficking*

¹⁵ Girish J. Gulati. *Loc cit.*, hlm. 374-377.

karya Danielle Martinelli, yang dipublikasikan dalam *the Elon Journal for Strategic Communication*. Menurut sudut pandang Martinelli, kegagalan media massa Amerika Serikat dalam menentukan agenda terkait perdagangan perempuan disebabkan oleh kemunculan berbagai media massa *online* serta berita-berita yang disiarkan di televisi dan bukan di koran. Dikarenakan metode penelitian yang digunakan dalam artikel jurnal ini adalah *agenda setting*, Martinelli fokus hanya kepada seberapa sering sebuah media massa memberitakan isu perdagangan perempuan di Amerika Serikat, karena semakin sering sebuah isu ditampilkan, maka masyarakat pun akan menganggap isu tersebut lebih penting dari isu-isu lainnya. Dua media massa yang dianalisa dalam artikel jurnal ini adalah *New York Times* dan CNN, dan sama seperti artikel Jurnal sebelumnya, data akhir hasil analisa disajikan dalam bentuk grafik.¹⁶

Setelah mendapatkan hasil analisa serta survey, Martinelli mempertanyakan apakah konsep *agenda setting* merupakan pendekatan yang tepat untuk meneliti hubungan media massa dan perdagangan perempuan. Dengan semakin berkembangnya teknologi, konsep ini semakin tidak bisa diaplikasikan, terlebih lagi kepada media massa yang berbasis *online*. Hal ini dikarenakan, dalam situs media seperti CNN, masyarakat bisa memilih berita apa yang ingin dibaca dan berita apa yang tidak. Berbeda dengan koran yang menyajikan isu terpenting mereka di halaman terdepan. Melihat dari ini saja, Martinelli menganggap media sudah gagal dalam menentukan

¹⁶ Danielle Martinelli. "U.S. Media's Failure to Set the Agenda for Covering Human Trafficking". *The Elon Journal for Strategic Communications*, Vol. 3 No. 2. (2012): hlm. 104-109.

agenda.¹⁷ Disamping itu, dari data-data yang berhasil dikumpulkan dalam kurun waktu 2000 sampai dengan 2012, Martinelli menyimpulkan bahwa walaupun pemberitaan *New York Times* dan CNN meningkat, jumlah berita yang dipublikasikan masih tergolong sedikit. *New York Times* mempublikasikan 270 artikel yang khusus membahas perdagangan perempuan Amerika Serikat, dan CNN menyiarkan 68 *video* semenjak tahun 2005 lalu.¹⁸

Artikel jurnal karya Martinelli sangat menarik untuk dikaji, karena apa yang ditemukan oleh Martinelli berbanding terbalik dengan apa yang dikemukakan oleh pakar-pakar komunikasi seperti Piers Robinson dan Steve Livingston, dimana menurut mereka media massa merupakan aktor baru yang memiliki peran krusial dalam menentukan agenda sebuah negara. Dalam sudut pandang peneliti, tentunya kehadiran media massa dengan laporan beritanya yang bersifat *twenty-four-seven* tidak mungkin tidak memiliki pengaruh apapun kepada penanganan isu di sebuah negara, baik secara langsung maupun tidak langsung. Walaupun tidak menggunakan metode *agenda setting*, peneliti akan tetap mencari tahu apakah pemberitaan CNN mengenai perdagangan perempuan di Kamboja dapat menggerakkan aktor-aktor tertentu baik pemerintah maupun LSM yang bekepentingan untuk lebih gencar melawan praktik perdagangan perempuan.

¹⁷ Danielle Martinelli. *Op cit.*, hlm. 104-106.

¹⁸ Danielle Martinelli. *Op cit.*, hlm. 107-109

Selain artikel jurnal mengenai kaitan media massa dan perdagangan perempuan, peneliti juga mengkaji sebuah artikel jurnal yang hanya memfokuskan pada media massa saja, yang berjudul *The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations*, karya Eytan Gilboa. Artikel Jurnal ini pada dasarnya mempertanyakan apakah *the CNN Effect*, sebuah pemahaman yang muncul pada tahun 1980an, dimana CNN dipercaya memiliki kekuatan untuk merubah kebijakan sebuah negara, merupakan pemahaman yang tepat dan sudah terbukti valid untuk dijadikan sebuah teori dalam Hubungan Internasional. Dalam artikel jurnal ini, Gilboa melakukan berbagai kajian literatur terhadap buku serta penelitian yang membahas tentang *the CNN Effect* ataupun isu-isu yang dikaji menggunakan *the CNN Effect*. Hasil analisa Gilboa menyatakan bahwa *the CNN Effect* belum cukup kuat untuk dijadikan teori untuk mengkaji fenomena internasional.¹⁹ Beberapa alasannya adalah (1) para akademisi memiliki pemahaman yang berbeda akan apa yang dimaksud dengan *the CNN Effect*, (2) Beberapa metode penelitian yang digunakan oleh akademisi untuk membuktikan validitas *the CNN Effect* justru bersifat kontradiktif dengan pemahaman yang ada. (3) Banyak penelitian yang terlalu membesar-besarkan pengaruh CNN dalam pembuatan kebijakan sebuah negara. (4) Dikarenakan terlalu fokus kepada *the CNN Effect*, para akademisi tidak melihat cara-

¹⁹ Eytan Gilboa. "The CNN Effect: The Search for a Communication Theory in International Relations". *Routledge Political Communication*. (2005): hlm. 27-29.

cara lain siaran televisi global dapat mempengaruhi komunikasi massa, jurnalisme dan Hubungan Internasional.²⁰

Peneliti pada dasarnya setuju dengan artikel jurnal Gilboa, namun dengan alasan yang berbeda. Terlalu berlebihan apabila menganggap media mampu mengubah kebijakan sebuah negara ataupun proses pengambilan keputusan secara langsung dan tanpa bantuan pihak lain, sekalipun media tersebut adalah CNN. Dalam penelitian ini, salah satu aspek yang akan diperdalam adalah kemampuan CNN sebagai *decision-maker*, namun berbeda dengan pemahaman *the CNN Effect*, disini peneliti memahami peran CNN hanyalah sebagai aktor pendukung yang dapat mempengaruhi para pembuat keputusan. Peneliti akan melihat cara-cara CNN mempengaruhi berbagai aktor melalui artikel yang telah dipublikasi. Disini CNN dianggap mampu memberikan ‘*pressure*’ kepada pemerintahan, dan bukan mengontrol pemerintahan tersebut.

1.5. Kerangka Pemikiran

Untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai upaya CNN sebagai agen perubahan sosial di Kamboja, peneliti terlebih dahulu akan menjabarkan teori serta konsep yang berkaitan dengan CNN sebagai media massa, agen perubahan sosial dan juga perdagangan perempuan. Dalam penelitian ini, teori yang akan digunakan sebagai

²⁰ Eytan Gilboa. *Op cit.*, hlm. 34-40.

titik awal penelitian adalah Neoliberalisme. Tujuan utama dalam teori neoliberalisme adalah mencari cara bagi seluruh aktor dalam sistem internasional untuk bekerjasama satu sama lain.²¹ Kerja sama internasional menurut Robert Keohane terjadi pada saat sebuah aktor menyesuaikan tindakan mereka dengan preferensi aktor lain – agar dapat menciptakan hasil akhir yang menguntungkan bagi semua pihak.²² Neoliberalisme percaya bahwa kerjasama internasional bisa tercapai dengan bantuan institusi internasional, dimana institusi ini bisa membantu negara untuk mengatasi permasalahan yang menghambat proses pengambilan keputusan bersama. Neoliberalisme juga beranggapan dengan bantuan interaksi serta penalaran individu, lebih besar kemungkinannya bahwa kerjasama internasional akan berhasil.²³

Salah satu institusi internasional yang dipercaya dapat membantu terjadinya kerjasama internasional adalah media. Dengan adanya perkembangan teknologi dan globalisasi, tidak mungkin bagi seorang pun di dunia ini untuk tidak bersentuhan dengan media dalam kehidupan sehari-harinya.²⁴ Dalam perspektif neoliberalisme, media memiliki kemampuan lebih untuk menyelesaikan permasalahan sosial melalui berita yang disiarkannya, terlebih lagi dengan adanya perkembangan teknologi yang

²¹ Tim Dunne, Milja Kurki and Steve Smiths. *International Relation: Discipline and Diversity*. (London: Oxford University Press, 2010), hlm: 117

²² Robert Keohane. *After Hegemony: Cooperation and Discord in the World Political Autonomy*. (Princeton, NJ: Princeton University Press, 1984): hlm. 51.

²³ Tim Dunne, Milja Kurki and Steve Smiths. *Op cit.*, hlm. 116-117.

²⁴ Dal Yong Jin. "Neoliberal Restructuring of the Global Communication System: Mergers and Acquisitions". *Media, Culture and Society Vol. 30 No. 3*. (2008): hlm. 357.

memungkinkan berita untuk disiarkan selama 24-jam tanpa henti.²⁵ Di samping itu, para Neoliberalis juga mengatakan bahwa saat ini harus ada ‘deregulasi media’ atau proses mengatur ulang keberadaan media massa, agar terlepas dari kontrol negara atau paling tidak meminimalisir peran negara didalamnya.²⁶ Ini tercermin dalam perkembangan media dari dahulu hingga sekarang. Beberapa tahun yang lalu, perusahaan media umumnya dimiliki oleh negara, yang menjadikannya media nasional. Namun, semenjak awal 1980 mulai muncul media-media internasional, yang tidak lagi dimiliki oleh negara, tapi oleh pihak swasta atau perorangan.²⁷

Subjek yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu CNN, merupakan salah satu media swasta yang muncul pada pertengahan tahun 1980. Dalam beberapa kasus yang telah diberitakan, CNN dianggap mampu mempengaruhi keputusan yang diambil oleh negara. Pengaruh CNN ini lebih umum dikenal dengan istilah “*CNN Effect*”. Pada dasarnya, *CNN Effect* didefinisikan sebagai sebuah teori yang menjelaskan bahwa siaran televisi yang menampilkan gambar-gambar dengan pesan kuat, seperti krisis humaniter di sebuah negara, mendorong para pembuat kebijakan Amerika Serikat untuk melakukan intervensi.²⁸ Pertanyaan berikutnya adalah, sejauh apa pengaruh yang bisa diberikan oleh CNN terhadap proses pembuatan kebijakan? karena *CNN Effect* tidak bisa diaplikasikan dalam setiap kasus, maka dari itu pakar komunikasi Piers

²⁵ Robert W. McChesny. “Global Media, Neorealism and Imperialism”. *Monthly Review*, Vol. 52 No. 10. (2001): hlm. 2.

²⁶ Robert W, McChesny. *Ibid.*

²⁷ Robert W, McChesny. *Loc cit.*, hlm. 2-3.

²⁸ Eytan Gilboa. *Loc cit.*, hlm. 29

Robinson menggunakan *policy-media interaction model* untuk menjelaskan dalam situasi seperti apa CNN bisa mempengaruhi sebuah pemerintahan.²⁹ *Policy-media interaction model* menjelaskan bahwa pemberitaan CNN bisa berpengaruh pada kebijakan apabila memenuhi dua kondisi. Pertama, adanya ketidakpastian dalam kebijakan yang berlaku, dan kedua, berita dikemas sedemikian rupa agar menunjukkan penderitaan yang terjadi. Apabila dua poin ini terpenuhi, para pembuat kebijakan akan merasa terdorong untuk melakukan intervensi di lokasi yang bersangkutan karena adanya tekanan dari publik (yang telah terbentuk opininya oleh media) dan rasa takut akan reaksi negatif apabila tidak mengambil langkah apapun. Sebaliknya, apabila para pembuat kebijakan sudah memutuskan untuk melakukan intervensi ke lokasi yang bersangkutan tanpa adanya dorongan media massa, mereka akan berusaha sedemikian rupa untuk menentukan agenda media massa tersebut, agar seluruh pemberitaannya mendukung intervensi yang dilakukan.³⁰

Melalui definisi diatas, bisa dilihat bahwa sejauh ini *CNN Effect* bermaksud untuk menjelaskan pengaruh media massa Amerika Serikat – yaitu CNN – terhadap kebijakan negara tersebut. *CNN Effect* belum pernah diterapkan pada kasus yang melibatkan perubahan kebijakan di negara lain. Teori ini juga selalu diterapkan dalam kasus-kasus yang melibatkan korban dalam jumlah besar serta melibatkan intervensi militer Amerika Serikat. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah CNN

²⁹ Piers Robinson. “The Policy-Media Interaction Model: Measuring Media Power during Humanitarian Crisis”. *Journal of Peace Research*, Vol. 37 No. 5. (2000): hlm. 613

³⁰ Piers Robinson. *Op cit.*, hlm. 613-614.

Effect dapat diterapkan dalam kasus yang melibatkan perubahan kebijakan di luar Amerika Serikat. Mengingat kasus dalam penelitian ini adalah perdagangan perempuan di Kamboja, peneliti ingin menganalisa apakah pemberitaan serta kegiatan yang sudah dilakukan CNN memiliki pengaruh yang cukup besar sehingga dapat merubah kebijakan Kamboja. Disamping itu, peneliti juga ingin melihat apa saja upaya yang sudah dilakukan CNN pada level masyarakat, dan apakah upaya tersebut menghasilkan sebuah perubahan. Dengan kata lain, peneliti ingin melihat upaya CNN dalam menciptakan perubahan sosial di Kamboja.

Sebelum masuk ke dalam pembahasan agen perubahan sosial, peneliti akan menjelaskan apa yang dimaksud dengan isu sosial. Berdasarkan definisi dari Philip Kotler dalam artikel jurnalnya yang berjudul *the Elements of Social Action*, isu sosial adalah sebuah kondisi atau keadaan spesifik yang dipandang tidak layak oleh oleh masyarakat dan dapat dihilangkan melalui usaha bersama (*collective efforts*). Isu sosial tergantung bagaimana masyarakat mendefinisikannya, sebuah isu sederhana bisa menjadi permasalahan apabila sudah merugikan publik.³¹ Melihat dari kerugian yang dapat disebabkan oleh perdagangan perempuan – baik itu bagi individu, kelompok masyarakat, pemerintahan, dan negara – tidak bisa dipungkiri bahwa fenomena perdagangan perempuan merupakan isu sosial yang sudah menjadi tanggung jawab

³¹ Philip Kotler. "The Elements of Social Action". *The American Behavioral Scientist*, Vol. 14 No. 5. (1986): hlm. 693.

bersama untuk diselesaikan. Dalam *United Nations Protocol to Prevent, Suppress and Punish Trafficking in Persons*, perdagangan manusia didefinisikan sebagai berikut:

*“The recruitment, transportation, transfer, harbouring or receipt of persons, by means of the threat or use of force or other forms of coercion, of abduction, of fraud, of deception, of the abuse of power or of a position of vulnerability or of the giving or receiving of payments or benefits to achieve the consent of a person having control over another person, for the purpose of exploitation. Exploitation shall include, at a minimum, the exploitation of the prostitution of others or other forms of sexual exploitation, forced labour or services, slavery or practices similar to slavery, servitude or the removal of organs.”*³²

Secara lebih spesifik, fenomena perdagangan perempuan dalam *United Nations General Assembly* pada tahun 1994 didefinisikan sebagai berikut:

*“...illicit and clandestine movement of persons across national and international borders, largely from developing countries and some countries with economies in transition, with the end goal of forcing women and girl children into sexually or economically oppressive and exploitative situations, for the profit of recruiters, traffickers and crime syndicates, as well as other illegal activities related to trafficking, such as forced domestic labour, false marriages, clandestine employment and false adoption”*³³

Perdagangan manusia bisa terjadi kepada siapa saja, terutama perempuan, dan sebagian dari mereka merupakan anak dibawah umur. Jika dikaitkan dengan fenomena perdagangan perempuan di Kamboja, yang merupakan isu sosial, media berperan sebagai agen perubahan sosial, yaitu sebuah institusi ataupun organisasi yang tujuan

³² “Human Trafficking”. *UNODC*. 2016. Diakses pada 19 September 2017. Melalui <https://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/what-is-human-trafficking.html>

³³ “*General Assembly 94th Plenary Meeting Traffic in Women and Girls*”. UN. Diakses pada 7 Juli 2017. Melalui <http://www.un.org/documents/ga/res/49/a49r166.htm>

utamanya adalah mencari akar permasalahan serta solusi yang tepat dari fenomena yang terjadi.³⁴ Konsep agen perubahan sosial ini dijadikan basis oleh peneliti untuk mengkaji lebih lanjut fenomena media massa dan perdangan perempuan. Dalam buku yang berjudul *Communication for Social Change Anthology: Historical and Contemporary Readings*, Wilbur Schramm pada Bab *What Mass Communication Can Do and What It Can 'Help' to Do in National Development* menjelaskan bahwa media massa memiliki tiga peran utama agar dapat dikatakan sebagai agen perubahan sosial. Diantara ketiga peranan ini, ada yang bisa dilakukan media tanpa bantuan dari pihak lain, dan ada juga yang tidak.

Pertama adalah media sebagai *watchmen*, peran ini pada dasarnya berfokus pada fungsi media sebagai penyedia informasi untuk masyarakat luas. Sebagai *watchmen*, media tidak membutuhkan pihak lain. Fungsi *watchmen* sangatlah penting, terutama di negara berkembang, dimana tidak semua rakyatnya mendapatkan akses untuk informasi yang memadai.³⁵ Media dapat berperan sebagai *watchmen* dengan melakukan beberapa hal, seperti **(1) Memusatkan perhatian publik.** Mayoritas pengetahuan seseorang mengenai apa yang terjadi di luar tempat tinggalnya berasal dari informasi yang diberikan media, maka dari itu apabila ada sebuah isu yang sekiranya penting dan butuh perhatian masyarakat global, media dapat menyajikan isu tersebut dengan sedemikian rupa agar semua orang terfokus pada isu tersebut. Salah

³⁴ Philip Kotler. *Ibid.*

³⁵ Alfonso G. Dagron, Thomas Tufte. *Communication for Social Change Anthology: Historical and Contemporary Readings*. (London: CFSC Consortium, Inc., 2006), hlm. 29.

satu cara CNN memusatkan perhatian publik adalah dengan meningkatkan jumlah publikasi dan menyajikan isu yang sama secara terus-menerus. **(2) Memperluas pengetahuan**, yang berlaku baik untuk masyarakat yang menjadi target perubahan sosial ataupun masyarakat yang tidak menjadi target. Peneliti akan menganalisa informasi apa saja yang tersedia di CNN terkait perdagangan perempuan di Kamboja, dan berapa artikel yang sudah di publikasikan dalam kurun waktu 2011-2013. Peneliti juga akan menganalisa apakah sebuah media hanya mengandalkan laman beritanya saja, atau menggunakan sarana lain untuk berbagi informasi, seperti melalui film, ataupun sarana media sosial. **(3) Meningkatkan aspirasi**, dimana melalui berita-berita yang disajikan, media dapat menimbulkan rasa ingin berkembang di antara masyarakat Kamboja. Peneliti akan menganalisa apakah dengan dipublikasikannya artikel serta video di CNN, terdapat pihak-pihak yang terdorong untuk memberikan suara dan ikut serta dalam upaya pemberantasan perdagangan perempuan di Kamboja.

Peran kedua media adalah sebagai *decision-maker*, dimana dalam hal ini media hanya berperan sebagai aktor pendukung (*supporting actor*), karena proses pengambilan keputusan adalah hal yang bersifat kolektif, dan tidak jarang melibatkan perubahan nilai dan norma yang ada. Yang bisa dilakukan media adalah memasukan sudut pandang mereka yang berkaitan langsung dengan fenomena yang terjadi. Seperti dalam isu perdagangan perempuan, media dapat memasukan sudut pandang korban, ataupun LSM lokal.³⁶ Sama dengan peran media sebagai *watchmen*, sebagai *decision-*

³⁶ Alfonso G. Dagron, Thomas Tufte. *Op cit.*, hlm. 31.

maker, terdapat beberapa poin yang bisa dilakukan oleh media, yakni **(1) memberikan input untuk pemerintah Kamboja**, apabila ada kebijakan ataupun Undang-Undang yang tidak sejalan dengan niat awal memberantas praktik perdagangan perempuan. Peneliti akan melihat apakah ada wawancara yang dilakukan oleh CNN dan anggota pemerintahan Kamboja, dan apakah CNN memberikan masukan ataupun dorongan melalui wawancara tersebut. Poin selanjutnya **(2) memberikan status kepada pihak yang terlibat dalam praktik perdagangan perempuan**. ‘Status’, atau *labelling* dapat dilihat melalui artikel serta video yang telah dipublikasi. Peneliti akan melihat apakah terdapat kalimat tertentu dalam pemberitaan CNN yang memiliki konotasi negatif bagi pihak-pihak terkait, baik itu pelaku kriminal, ataupun anggota pemerintah.

Terakhir, media berperan sebagai *teacher*, dengan mengajarkan nilai dan norma baru kepada masyarakat. Dalam menjalankan peran ini, media tidak bisa bergerak sendiri, melainkan butuh kerja sama dengan pihak luar yang bisa menjangkau masyarakat pada level interpersonal, seperti guru ataupun staf LSM.³⁷ Disini, peneliti akan menganalisa apakah ada kerjasama antara media dengan kementerian pendidikan, sekolah-sekolah di Kamboja, ataupun LSM dengan tujuan mengedukasi masyarakat mengenai bahaya perdagangan perempuan. Dalam penelitian ini yang menjadi agen perubahan sosial adalah CNN, sementara yang menjadi target perubahan sosial adalah masyarakat Kamboja sendiri.

³⁷ Alfonso G. Dagron, Thomas Tufte. *Op cit.*, hlm. 35.

1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang diambil dari hasil pengamatan peneliti terhadap literatur yang tersedia. Hubungan variabel yang berlaku adalah sebab-akibat, dimana peneliti bermaksud melihat hubungan antara peran CNN sebagai agen perubahan sosial dan pengaruhnya terhadap kasus perdagangan perempuan di Kamboja pada tahun 2011 sampai dengan 2013. Analisis data dalam metode kualitatif bersifat induktif, dimana peneliti mengumpulkan data terlebih dahulu, dan menempatkannya ke masing-masing teori serta konsep yang telah ditentukan.³⁸ Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisa data-data yang sudah diperoleh menggunakan tiga indikator dalam konsep media sebagai agen perubahan sosial yang sudah dijelaskan oleh Wilbur Schramm yakni dengan berperan sebagai *watchmen, decision-maker* dan *teacher*.

1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah studi dokumen, dimana peneliti mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan isu perdagangan perempuan di Kamboja. Terdapat dua jenis data yang akan digunakan oleh peneliti, pertama adalah dokumen umum, yang berupa buku, artikel berita, serta hasil

³⁸ John W. Cresswell. *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Approach Method, 3rd Edition*. (London: SAGE Publication, 2009), hlm. 175.

wawancara yang dipublikasi oleh CNN. Jenis kedua adalah dokumen privat, seperti artikel jurnal.³⁹

1.7. Sistematika Pembahasan

Dalam Bab I, peneliti memaparkan secara umum mengenai latar belakang perdagangan perempuan di Kamboja, serta peran media massa CNN didalamnya. Peneliti juga menjelaskan teori serta konsep yang digunakan dalam membahas isu ini, serta kajian literatur yang relevan. Tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta metode penelitian, dan teknik pengumpulan data juga dipaparkan dalam bab ini.

Bab II membahas kondisi perdagangan perempuan di Kamboja secara menyeluruh. Dimulai dari sejarah munculnya perdagangan perempuan, faktor-faktor pendorong, upaya pemerintah Kamboja, hingga alasan mengapa sampai sekarang perdagangan perempuan merupakan isu yang tak kunjung terselesaikan di Kamboja.

Bab III memaparkan secara rinci mengenai CNN. Dimulai dari latar belakang berdirinya CNN pada tahun 1980, visi misi media massa tersebut, siapa yang menjadi target pemberitaannya, hingga awal mula CNN bergelut dalam isu perdagangan

³⁹ John W. Cresswell. *Op cit.*, hlm. 179-180.

perempuan. Disini juga dibahas mengenai kerjasama CNN dengan berbagai pihak seperti pemerintah, LSM, juga sekolah-sekolah.

Dalam Bab IV, seluruh informasi yang telah terkumpul pada ketiga bab sebelumnya akan dianalisa dan dikaitkan dengan indikator media sebagai agen perubahan sosial seperti yang telah dijelaskan oleh Wilbur Schramm, yaitu media sebagai *watchmen*, *decision maker* dan *teacher*. Akan dilihat apa saja yang merupakan kelebihan dan kekurangan CNN sebagai agen perubahan sosial di Kamboja.

Bab V merupakan penutup dari seluruh pembahasan yang telah dipaparkan oleh penulis di bab-bab sebelumnya. Disini peneliti akan memberikan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan.