BAB III
OBJEK PENELITIAN

3.1 Tinjauan Tentang Harian Umum Galamedia

3.1.1 Sejarah Perusahaan PT. Galamedia Bandung Perkasa (Grup Pikiran Rakyat)

Berdasarkan data yang diperoleh penulis dari bagian penelitian dan pengembangan PT. Galamedia Bandung Perkasa. Penulis akan mencoba menguraikan sejarah singkat dari berdirinya PT. Galamedia Bandung Perkasa.

PT. Galamedia Bandung Perkasa (Grup Pikiran Rakyat) yang salah satu unit usahanya adalah Harian Umum Galamedia (HU Galamedia), didirikan di Bandung pada tahun 1968. Di mana kegiatan usahanya khusus bergerak dalam bidang jurnalistik atau penerbitan surat kabar yang cakupan usahanya adalah lokal dengan kata lain daerah pemasarannya adalah Kota dan Kabupaten Bandung serta sekitarnya.

HU Galamedia semula muncul dari izin terbit Majalah Sunda Tjempaka yang diterbitkan oleh CV. Tjampaka dibawah pimpinan Sukandi Andrias Wasuma. Badan penerbit tersebut kemudian diserahkan sekitar bulan Agustus 1968 kepada Sjamsujar Adnan, yang kemudian mengubah majalah tersebut menjadi Surat Kabar Mingguan Gala.

Direktur Pembinaan Pers Departemen Pendidikan, Anwar Luthan (Alm), mengeluarkan SIT (Surat Izin Terbit) dengan nomor 0128/SK Direktur BP/SK/tanggal 16 Oktober 1968, dengan persetujuan menteri penerangan saat itu H. Boediarjo. Surat Kabar Mingguan Gala terbit dan diedarkan untuk pertama kali

pada hari Jumat, 20 Oktober 1968 dan secara resmi terbit pada hari Minggu, 22 Oktober 1968.

Surat kabar Mingguan Gala pertama kali dicetak di percetakan Jakarta Pers, jalan Gunung Sahari Ancol, Jakarta. Percetakan ini dikelola oleh lima orang, tiga orang direksinya masing-masing di tempatkan di Bandung, termasuk Pemimpin Umum atau Pemimpin Redaksi. Sedangkan di Jakarta, Sofyan Lubis memegang jabatan sebagai Redaktur Pelaksana dan Chaeruddin sebagai kolektor. Selama surat kabar mingguan Gala di cetak di Jakarta , peredaranya melebihi 50% dari jumlah oplah cetak, yakni 20.000 eksemplar setiap terbit.

Seiring dengan waktu, Surat Kabar Mingguan Gala kemudian berpindah cetak dari Jakarta ke Bandung. Oplah Gala meningkat mendekati oplah tertinggi saat diterbitkan di Jakarta. Perkembangan ini menjadi dorongan jajaran Redaksional Gala untuk meningkatkan periode penerbitan menjadi dua kali seminggu. Keputusan ini segera terlaksana setelah Gala memperoleh Surat Ijin Terbit Harian yang baru. Pada 27 Desember 1971, Surat Kabar Mingguan Gala berubah menjadi Surat Kabar Harian berdasarkan surat ijin terbit Harian nomor 0113/Per-3/SK/Dirjen PPG/71, dimana edisi pertama terbit tanggal 28 Desember 1971 sebagai nomor perkenalan atau perdana.

Sejak terbit pertama kali sebagai Surat Kabar Mingguan Gala, CV. Tjampaka sebagai perusahaan penerbitnya menghentikan segala aktivitas penerbitannya pada tanggal 31 Desember 1971, karena sebelumnya telah berdiri sebuah perusahaan penerbit lainnya, yakni PT. Galamedia.

Seiring dengan aktivitas CV. Tjampaka, PT. Galamedia mengajukan permohonan kepada Menteri Penerangan untuk memperoleh SIT penerbit Gala, disertai akta penghentian kegiatan CV. Tjampaka dan pengambilan SIT atas nama CV. Tjampaka tersebut.

Setelah empat tahun terbit sebagai surat kabar harian, tepatnya mulai tanggal 26 Agustus 1975 Dirjen PPG/Deppen memberi izin kepada Gala untuk menambah jumlah halaman. Di samping hal itu pada tahun 1978 oplah Gala berada pada titik terendah dibanding ketika terbit dua kali seminggu, kecuali saat musim kampanye 1979, oplah Gala mencapai lebih dari 20.000 eksemplar yang kemudian turun kembali di bawah angka minimum.

Setelah akhir tahun 1981, penampilan redaksional harian Gala dibenahi secara total mulai dari penyajian pemberitaan sampai tata letak rubrik berita (*Layout*). Berbeda dengan penampilan yang dulu, dan berbeda dengan surat kabar lainnya dalam hal penyajian berita. Terutama dalam hal sasaran pemasaran atau segmentasi pembacanya, sehingga surat Kabar Gala lebih mempunyai jati diri yang khas di hati para pembacanya.

Setelah terbit lebih dari 13 tahun sebagai surat kabar harian, oplah Gala mencapai 118.500 eksemplar di saat musim pembunuhan misterius antara tahun 1982 sampai 1983-an. Oplah Gala yang mampu menembus angka 100.000 eksemplar lebih ini, merupakan oplah terbesar penerbitan sebuah surat kabar daerah di Indonesia saat itu. Namun, jumlah oplah ini sebenarnya bisa ditingkatkan sampai angka 150.000 eksemplar jikalau sarana percetakan yang dimiliki saat itu lebih memadai dan menunjang.

Keberhasilan Gala mencapai Oplah dan pemasaran yang sangat bagus ini, bukan semata-mata karena lebih banyak menyajikan berita-berita kriminal melainkan karena hasil pembenahan penampilan redaksional dan perwajahan yang dilakukan setelah kembali menggunakan nama Surat Kabar Gala.

Keberhasilan Gala dalam melakukan penampilan redaksional dan perwajahan yang khas ini, mampu meraih segmentasi pembaca tersendiri dan mendapat tanggapan positif dari berbagai pihak. Dengan kondisi ini, Gala di anggap sukses mencapai sasaran atau misinya yaitu untuk selalu menjadi surat kabar yang berorientasi pada kepentingan masyarakat dan juga tidak bersaing dengan surat kabar lainnya yang telah memiliki ciri dan atribut tersendiri.

Pada tahun 1985, pemerintah mengeluarkan peraturan yang baru melalui SK Meneteri Penerangan RI nomor 61/1984 tentang penghapusan SIT, yang mengacu kepada Undang-undang Pokok Pers nomor 21/1982. dengan izin baru SIUP tersebut jumlah halaman Gala secara resmi bertambah menjadi 12 halaman dan terbit di Jawa Barat, dan memperoleh SIUP pada tanggal 8 November 1985, melalui SK Menteri Penerangan Nomor 009/SK/Menpen/SIUPPA-7/85.

Mulai tanggal 10 November 1989 Harian Gala kembali terbit dengan penampilan baru-nya. Di mana dua halaman (Cover dan Halaman terakhir) berwarna, dan terbit 12 halaman 7 kali seminggu. Penampilan redaksional dan wajah baru ini berbeda dengan penampilan Gala sebelumnya, perubahan secara total dan drastis ini berkaitan dengan keinginan jajaran Redaksi untuk mengembalikan Harian Gala ke format lama tanpa ada perubahan dalam susunan jajaran keredaksionalan.

Seiring dengan waktu pada tanggal 4 Oktober 1999, Harian Gala beralih Manajemen menjadi Harian Umum Galamedia di bawah naungan Grup pikiran Rakyat Bandung. PT. Galamedia Bandung Perkasa mempunyai satu unit usaha dalam bentuk penerbitan surat kabar.

Setelah beralih menjadi Harian Umum Galamedia, oplah surat kabar harian ini meningkat menjadi 26.000 eksemplar. Menurut data terakhir dari bagian Litbang per-Desember 2003, tiras penjualan Harian Umum Galamedia mencapai 40.000 eksemplar untuk edisi hari Senin sampai Jum'at. Sedangkan untuk edisi Hari Minggu penjualannya mencapai 28.000 eksemplar.

3.1.2 Profil Perusahaan

Nama Surat Kabar	: Harian Umum Galamedia
Badan Hukum	: Perseroan Terbatas
Motto	: Tajam, Etis dan Akurat
Alamat Redaksi	: Jalan Belakang Factory No. 2B Bandung 40111. Telp (022) 4210063/4205347
Alamat Sirkulasi	: Jalan Belakang Factory No. 2C Bandung 40111. Telp (022) 4210063/4205347
Percetakan	: PT. Granesia (Grup Pikiran Rakyat) Jalan Soekarno-Hatta No.147, Bandung.

3.1.3 Keterangan Teknis

Jenis Surat Kabar : Harian Umum (Terbit Setiap Hari)

Waktu Terbit : Pagi Hari

Bahasa : Indonesia dan Daerah

Halaman : 12 Halaman (Rabu, 16 Halaman)

Jumlah Kolom : 9 KolomUkuran :

a. Halaman Kertas 42 X 58 cm
b. Lebar Halaman Tercetak 40,5 cm
c. Tinggi Halaman Tercetak 55 cm
d. Lebar Kolom Per-Halaman 9 X 4.2 cm
e. Lebar Kolom Iklan 4.2 cm

3.2 Visi, Misi dan Motto Harian Umum Galamedia

Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi yang ingin dicapai. Begitu pula Harian Umum Galamedia. Visi, misi dan motto Harian Umum Galamedia sebagai berikut :

3.2.1 Visi Redaksi Harian Umum Galamedia

Menciptakan kinerja yang lebih baik dengan memperlihatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi guna untuk mencerdaskan bangsa

3.2.2 Misi Redaksi Harian Umum Galamedia

1. Memberikan Informasi seakurat mungkin kepada pembaca
2. Menciptakan sarana komunikasi dan informasi bagi masyarakat umum
3. Mencari keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya demi kesejahteraan para karyawan atau karyawati
4. Menyediakan berita yang melaporkan tentang peristiwa atau kejadian yang ada relevansinya dengan kehidupan sehari-hari
5. Meningkatkan kinerja supaya masyarakat gemar membaca untuk menambah pengetahuan bagi mereka tentang sesuatu hal atau masalah yang sedang terjadi pada keadaan yang sebenarnya
6. Mengurangi pengangguran

3.2.3 Motto Harian Umum Galamedia

Bagi setiap perusahaan, keberadaan motto, merupakan bentuk keseriusan dalam dunia bisnis. Karena dengan adanya motto, dapat menggambarkan identitas perusahaan secara singkat. Demikian halnya dengan Harian Umum Galamedia yang mengusung motto sebagai berikut:

- **Tajam**

  Mengupas setiap realita yang terjadi tanpa pandang bulu

- **Etis**

  Sesuai dengan kode etik, kaidah, dan norma yang berlaku

- **Akurat**

  Meberitahukan fakta dari sumber yang jelas serta dapat dipertanggung jawabkan

3.3 Logo Harian Umum Galamedia

Setiap perusahaan, memiliki logo yang mencerminkan identitas dari perusahaan tersebut. Begitu juga Harian Umum Galamedia yang memiliki logo perusahaan sebagai berikut:

Gambar 3.1

Logo Harian Umum Galamedia



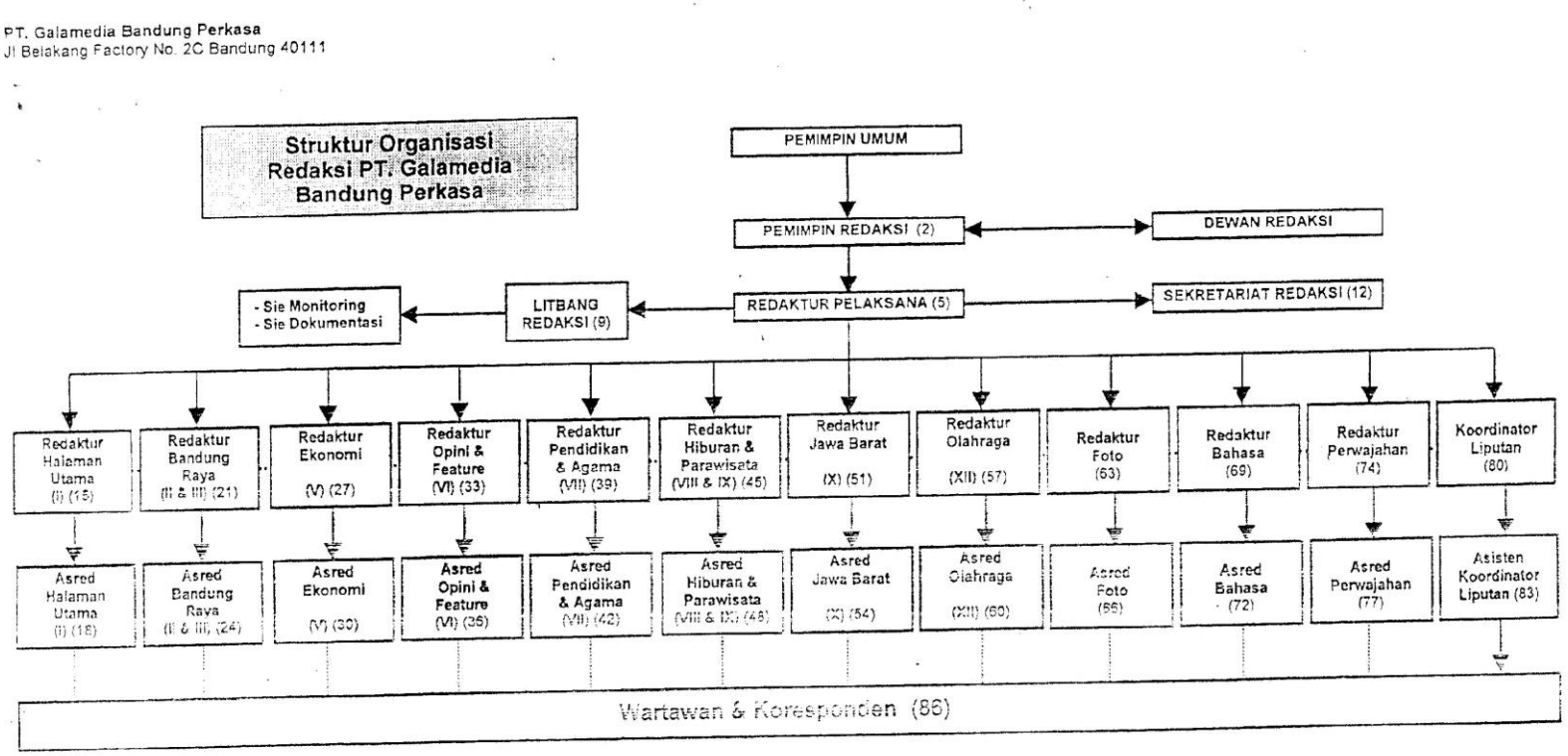
sumber : www.klik-galamedia.com

3.4 Struktur Organisasi Harian Umum Galamedia

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi. Dimana struktur organisasi ini menyusun dan menjelaskan peranan atau tugas dan wewenang dari berbagai bagian atau divisi, dan juga bagaimana setiap bagian tersebut berhubungan dan bertanggung jawab atas hasil kerjanya. Demikian pula struktur organisasi PT. Galamedia Bandung Perkasa yang memiliki berbagai bagian atau divisi dan peranan masing-masing.

Berikut ini adalah gambar struktur organisasi PT. Galamedia Bandung Perkasa beserta penjelasan kedudukan pada bagiannya masing-masing :

Gambar 3.2
Struktur Organisasi Harian Umum Galamedia



Berdasarkan struktur organisasi pada Gambar 1.1 diatas, diketahui merupakan susunan yang menggambarkan berbagai fungsi sesuai dengan bidangnya, berdasarkan hirarki dan saluran kewenangannya yang berlaku dalam mencapai tujuan tertentu. Dengan adanya struktur organisasi akan terlihat bagaimana pembagian tanggung jawab tugas tersebut dijalankan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Kejelasan struktur yang terdapat dalam suatu organisasi akan memberikan kejelasan tentang hubungan kerja secara fungsional antara satu bagian dengan bagian lainnya, baik hubungan *vertical* maupun hubungan *horizontal.*

Adapun susunan organisasi pada Kantor PT Galamedia Bandung Perkasa, antara lain :

A. Pemimpin Umum
B. Pemimpin Redaksi
C. Dewan Redaksi
D. Redaktur Pelaksana
E. Sekretariat Redaksi
F. Penelitian Dan Pengembangan Redaksi
G. Seksi Monitoring dan Dokumentasi
H. Pelaksana adalah Para Redaktur Dan Asisten Redaktur, yang terdiri dari :
    1. Redaktur Halaman Utama Membawahi Asisten Redaktur Halaman Utama dan Wartawan.
    2. Redaktur Rubrik Bandung Raya Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Bandung Raya.

3. Redaktur Ekonomi Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Ekonomi
4. Redaktur Publik Opini dan Feature Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Opini dan *Feature*.
5. Redaktur Pendidikan dan Agama Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Pendidikan dan Agama
6. Redaktur Rubrik Hiburan, Budaya dan Pariwisata Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Hiburan, Budaya dan Pariwisata.
7. Redaktur Rubrik Jawa Barat Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Jawa Barat.
8. Redaktur Rubrik Olah Raga Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan Untuk Rubrik Olah Raga
9. Redaktur Foto Membawahi Asisten Redaktur Foto dan Wartawan Foto
10. Redaktur Bahasa Membawahi Asisten Redaktur Bahasa
11. Redaktur Perwajahan Membawahi Asisten Redaktur Perwajahan
12. Koordinator Liputan Membawahi Asisten Koordinator Liputan

3.5 Job Deskription PT. Galamedia Bandung Perkasa

Struktur organisasi Harian Umum Galamedia tersusun secara vertikal, dimana pimpinan umum membawahi para staf dengan cara tersusun ke bawah.

1. **Pemimpin Umum**

   Pemimpin umum memiliki tanggung jawab kepada direktur utama. Tugasnya adalah mengendalikan dan mengorganisasikan aktivitas terbit Harian Umum Galamedia secara professional sehingga mendukung terhadap tercapainya sasaran dan tujuan perusahaan, baik idiil maupun komersial.

2. **Pemimpin Perusahaan**

   Pemimpin perusahaan bertanggung jawab kepada pemimpin umum. Tugasnya adalah membuat perencanaan bidang usaha Harian Umum Galamedia sesuai dengan rencana umum perusahaan. Ia pun harus mengatur, membina, dan mengawasi pelaksanaan kerja ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan.

3. **Sekretaris Perusahaan**

   Sekretaris perusahaan bertanggung jawab kepada direktur utama. Tugasnya menyelenggarakan kegiatan keseharian PT. Galamedia Bandung Perkasa ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target.

4. **Manajer Pemasaran**

   Tugas dari manajer pemasaran adalah merencanakan, mengatur, mengkoordinasikan, mengendalikan, serta mengambil keputusan dalam pelaksanaan tugas. Seorang manajer pemasaran bertanggung

jawab kepada direktur utama dan bertanggung jawab pula kepada departemen pemasaran.

5. Administrasi Iklan

Tugas dari administrasi iklan adalah menerima order dan memberi iklan harian beserta kelengkapanya dari pelayanan langsung dan *account executive* dengan persetujuan asisten manajer pemasaran bidang iklan. Administrasi iklan harus pula memasukan data dan menerbitkan order transaksi iklan (OTI). Administrasi iklan juga bertanggung jawab kepada asisten manajer pemasaran.

6. Administrasi Sirkulasi

Administrasi sirkulasi bertanggung jawab kepada asisten manajer pemasaran di bidang sirkulasi. Tugasnya adalah melaksanakan proses administrasi bidang sirkulasi ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan.

7. Manajer Produksi

Tugas seorang manajer produksi adalah merencanakan, mengatur, mengkoordinasikan, mengendalikan, dan mengambil keputusan dalam pelaksanaan tugas. Seorang manajer produksi bertanggung jawab kepada pemimpin perusahaan serta kepada departemen produksi.

8. Manajer Keuangan dan Akuntansi

Seorang manajer keuangan dan akuntansi memiliki tanggung jawab kepada pimpinan perusahaan dan kepada departemen keuangan dan

akuntansi yang memiliki tugas untuk mengatur, mengkoordinasikan, mengendalikan, dan mengambil keputusan dalam pelaksanaan tugas.

9. Manajer Personalia dan Umum

Manajer personalia dan umum memiliki tanggung jawab kepada perusahaan yang bertugas untuk merencanakan, mengatur, mengkoordinasikan, mengendalikan, dan mengambil keputusan dalam pelaksanaan tugas. Seorang manajer personalia dan umum bertanggung jawab juga kepada personalia dan umum menuju ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan.

10. Pemimpin Redaksi

Pemimpin Redaksi pada Harian Umum Galamedia bertanggung jawab kepada pemimpin umum. Tugasnya ialah memimpin dan mengendalikan kegiatan keredaksian bagi terlaksananya mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian serta mengawasi seluruh isi rubrik dan pemberitaan pada Harian Umum Galamedia.

11. Dewan Redaksi

Dewan Redaksi pada Harian Umum Galamedia beranggotakan Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana dan orang-orang yang dipandang berkompeten. Dewan Redaksi bertugas memberi masukan kepada jajaran redaksi dalam melaksanakan pekerjaan redaksional.

12. **Redaktur Pelaksana**

    Redaktur Pelaksana bertanggung jawab langsung kepada Pemimpin Redaksi. Tugasnya ialah mengatur pelaksanaan tugas keredaksionalan Harian Umum Galamedia Bandung Perkasa sesuai dengan yang diinstruksikan Pemimpin Redaksi dalam arti memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh para wartawan dan editor.

13. **Sekretaris Redaksi**

    Sekretaris Perusahaan bertanggung jawab kepada Pemimpin Umum. Tugasnya ialah menyangkut segala hal yang menyangkut administrasi keredaksionalan dan menyelenggarakan kegiatan keseharian Harian Umum Galamedia ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan.

14. **Penelitian dan Pengembangan**

    Penelitian dan Pengembangan pada bagian Redaksi Harian Umum Galamedia mempunyai tugas dalam melaksanakan penelitian dan pengembangan dalam kegiatan keredaksionalan sehingga mencapai kinerja keredaksionalan yang diinginkan.

15. **Seksi Monitoring dan Dokumentasi**

    Seksi monitoring pada Harian Umum Galamedia mempunyai tugas mengawasi perkembangan kinerja dan kegiatan redaksional sehingga tujuan redaksional mampu mencapai target yang diinginkan.

Sedangkan seksi dokumentasi pada Harian Umum Galamedia mempunyai tugas mendokumentasikan edisi-edisi penting yang pernah diterbitkan oleh Harian Umum Galamedia dari tahun percetakan pertama.

16. **Redaktur**

    Redaktur bartanggung jawab kepada Redaktur Pelaksana. Tugasnya ialah menerima bahan berita, baik dari wartawan, koresponden maupun dari kantor berita atau bahkan *Press Release* dari lembaga, organisasi, instansi pemerintah atau perusahaan swasta. Selain itu redaktur bertanggung jawab terhadap isi halaman yang akan diterbitkan pada Harian Umum Galamedia.

17. **Koordinator Liputan**

    Koordinator Liputan pada Harian Umum Galamedia bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan atau mengatur para wartawan Harian Umum Galamedia dan membagi tugas diantara para wartawan tersebut untuk melakukan peliputan, agar tidak terjadi kesalahan atau *overlap* di lapangan.

18. **Asisten Redaktur**

    Asisten redaktur pada Harian Umum Galamedia bertugas membantu redaktur dalam melakukan editing. Asisten Redaktur juga mempunyai tugas dalam memberikan tambahan data dan literatur agar sesuai dengan gaya penulisan dan penerbitannya.

19. Wartawan

Seperti halnya dalam setiap perusahaan surat kabar tugas wartawan dalam Harian Umum Galamedia adalah bertugas mencari, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi berita, yang akan disebarluaskan kepada publik, disesuaikan dengan tugasnya masing-masing yang sebelumnya sudah diatur oleh Redaksi.

20. Koresponden

Merupakan wartawan Harian Umum Galamedia yang bertugas di daerah atau diluar wilayah keredaksionalan. Koresponden pada Harian Umum Galamedia mempunyai tugas liputan berita yang bersifat umum.

3.6 Tinjauan Tentang Objek Penelitian

3.6.1 Tinjauan Tentang Teras Berita Kriminal

Kata "berita" sendiri berasal dari kata sangsekerta, *vrit* (ada atau terjadi) atau *vritta* (kejadian atau peristiwa). Kamus besar Bahasa Indonesia menyebutkan, berita adalah "laporan tercepat mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat".

Pengertian tentang kriminalisasi muncul ketika kita dihadapkan pada suatu perbuatan yang merugikan orang lain atau masyarakat yang hukum nya belum ada atau belum ditemukan. Persoalan kriminalisasi timbul karena dihadapan kita terdapat perbuatan yang berdimensi baru, sehingga muncul pertanyaan adakah hukumnya untuk perbuatan tersebut. Kesan yang muncul kemudian adalah

terjadinya kekosongan hukum yang akhirnya mendorong kriminalisasi terhadap perbuatan tersebut.

Berita kriminal itu adalah laporan tercepat mengenai tindakan kejahatan yang di lakukan oleh seseorang. Banyak alasan yang memicu mengapa setiap individu melakukan tindakan kriminalitas, hal itu bisa dipengaruhi karena keadaan ekonomi negara kita yang semakin hari semakin kacau, atau bisa juga disebut taraf ekonomi di negara kita sangat rendah. Misalnya dengan naiknya harga-harga bahan pokok serta harga BBM (Bahan Bakar Mobil) yang semakin tinggi. Keadaan seperti itu memaksa setiap individu untuk melakukan berbagai cara dalam mempertahankan hidupnya. Berbagai perilaku pun bermunculan yang mendorong kepada aksi-aksi anarkis serta tindakan-tindakan kriminal. Dan hal tersebut yang memicu surat kabar untuk menyikapi dengan cara membuat berita kriminal.

Oleh karena itu berita dan kisah kriminal tetap diperlukan oleh khalayak media. Masyarakat perlu berita dan kisah kriminal untuk mengetahui keadaan kejahatan di tengah masyarakat, untuk menghindarkan diri dari tindakan kejahatan itu sendiri.

Dalam peliputan berita kriminal dan penuturan kisah kriminal, hendaknya media mempunyai pedoman, antara lain berita dan kisah kriminal difokuskan kepada fakta-fakta yang akurat untuk membantu masyarakat menghindarkan diri dari tindakan kejahatan.

Berita dan kisah kriminal harus membuat orang takut untuk berbuat jahat. Untuk itu jangan sampai ada nada glorifikasi terhadap kejahatan. Jangan sampai

ada nada yang menyiratkan bahwa berbuat kejahatan itu sesuatu yang gabah. Berita dan kisah kriminal harus mengungkapkan kejahatan dan penjahatnya itu adalah sesuatu yang tidak terhormat. Perlu ditegaskan bahwa tidak ada penjahat yang hidup bahagia, dan pada akhirnya hidup penjahat akan sengsara.

Berita dan kisah kriminal sebisa mungkin mampu menggalang kekuatan masyarakat untuk mengurangi peluang terjadinya kejahatan. Namun media tidak disarankan untuk mendorong masyarakat main hakim sendiri, karena tindakan main hakim sendiri itu sering kali berlebih-lebihan.