

Laboran Penelitian

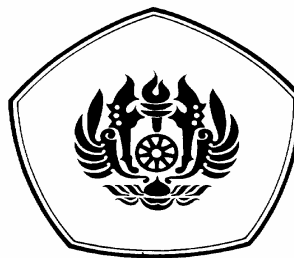
Kegiatan Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam Mensosialisasikan
Kebijakan Pemerintah

Oleh :

Yanti Setianti, S.Sos., M.Si.
Hanny Hafiar, S.Sos., M.Si
Fajar Syuderajat, S.Sos

Dibiayai oleh Dana DIPA PNBP Universitas Padjadjaran
Tahun Anggaran 2006
Berdasarkan SPK No.209/J06.14/LP/PL/2006
Tanggal 29 Maret 2006

**LEMBAGA PENELITIAN
UNIVERSITAS PADJADJARAN**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PADJADJARAN
November 2006**

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENELITIAN SUMBER DANA DIPA PNB
TAHUN ANGGARAN 2006

1. a. Judul penelitian : Kegiatan Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam mensosialisasikan Kebijakan Pemerintah
- b. Macam Penelitian : () Dasar () Terapan () Pengembangan
- c. Kategori : I/II/III
-
2. Ketua Peneliti :
- a. Nama Lengkap dan Gelar : Yanti Setianti, S.Sos.,M.Si
- b. Jenis Kelamin : Perempuan
- c. Pangkat/Gol/NIP : Penata Muda/III-a/132 300 875
- d. Jabatan Fungsional : Asisten ahli
- e. Fakultas/Jurusan : Ilmu Komunikasi/Ilmu Humas
- f. Bidang Ilmu yang diteliti : Ilmu Komunikasi
-
3. jumlah Tim Peneliti : 3 Orang
-
4. Lokasi Penelitian : Sumedang
-
5. Kerjasama dengan instansi lain : Tidak
-
6. Jangka Waktu Penelitian : 6 Bulan
-
7. Biaya Penelitian : Rp.5.000.000,00 (Lima Juta Rupiah)

Bandung, 27 Desember 2005

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi,

Ketua Peneliti,

Soeganda Priyatna, Drs., M.M
NIP. 130 522 763

Yanti Setianti, S.Sos., M.Si.
NIP.132 300 875

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian UNPAD,

Prof. Dr. Johan S. Masjhur, dr., SpPD - KE., SpKN
NIP. 130 256 894

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemahaman akan pentingnya keberadaan humas dalam sebuah perusahaan atau organisasi terus berkembang pesat, meskipun belum ada standarisasi yang jelas dan baku bagi mereka yang akan menggeluti dunia profesi Humas. Banyaknya definisi dari kata Humas menjadikan banyak pula pemahaman atau persepsi yang berbeda-beda mengenai humas. Namun dibalik kenyataan tersebut. Padahal profesi ini sudah berkembang seiring peningkatan pemahaman dan pengakuan masyarakat.

Gambaran profesi Humas yang asal cantik, apalagi seorang *public figure* (artis atau model) masih dianut oleh beberapa perusahaan atau organisasi. Dengan bermodalkan itu, direkrutlah ia menjadi seorang praktisi Humas. Padahal banyak kriteria yang harus dimiliki seseorang yang akan bergerak sebagai praktisi humas suatu perusahaan, atau konsultan humas. Menurut Frank Jefkins, kriterianya adalah *Ability to communicate, ability to organize, ability to get on with people, personality integrity* dan *imagination*.

Keberadaan Humas berfungsi sebagai mediator yang menjembatani kepentingan organisasi atau perusahaan dengan publiknya. Sehingga berbagai aktivitas senantiasa menciptakan, menjaga dan meningkatkan citra atau image yang positif.

F. Rachmadi dalam bukunya *Public Relations dalam teori dan praktek* menyebutkan bahwa masalah penting yang dihadapi oleh lembaga-lembaga ekonomi, bisnis, sosial, dan politik setelah terjadinya revolusi industri adalah masalah hubungan. Ketergantungan antar individu dengan perusahaan, dan pemerintah dengan organisasi-organisasi sosial dan masyarakat telah menciptakan kebutuhan akan filsafat dan fungsi baru dalam manajemen. Fungsi itulah yang disebut sebagai Hubungan Masyarakat (PR), dan untuk itulah humas ada. (Rachmadi, 1996:59)

Kebutuhan untuk meningkatkan hubungan antara lembaga dan masyarakat / Publiknya bukanlah hal yang baru yakni masyarakat dari lembaga memperoleh kepuasan material, sosial, dan kerohanian. Yang merupakan hal yang baru adalah kesalahan pimpinan lembaga akan pentingnya keberadaan masyarakat atau publiknya.

Humas harus memiliki sifat membina dan mengembangkan partisipasi masyarakat. Di era reformasi yang menuntut segala sesuatunya serba transparan, juga berdampak terhadap keingintahuan masyarakat akan berbagai informasi yang berkenaan dengan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan.

Pemerintah di tuntut menyediakan informasi dan mengkomunikasikannya / mensosialisasikannya sesuai dengan keinginan masyarakat, sebab pada dasarnya pemerintah adalah pelayan masyarakat (*public service*) yang harus memberikan pelayan dan mengabdikan kepada masyarakat.

Memberikan pelayanan kepada masyarakat merupakan tugas utama pemerintah. Pelayanan yang diberikan harus dilakukan sebaik mungkin sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara pemerintah dengan masyarakat. Disinilah diperlukan peran humas pemerintah untuk mensosialisasikan kebijakan tersebut kepada masyarakat.

Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang Propinsi Jawa Barat bekerja sama dengan berbagai publik terutama media untuk mempermudah dan menunjang kegiatan sosialisasi kebijakan atau Perda. Sehingga masyarakat mendapat kejelasan tentang hak dan kewajibannya terhadap pemberlakuan kebijakan atau perda tersebut.

Layanan yang bercirikan cepat, tepat, baik, dan akurat mutlak harus diberikan kepada masyarakat. Karena kualitas layanan sangat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap kredibilitas pemerintahnya.

Setiap kali ada peraturan, undang-undang, atau kebijakan pemerintah yang mempengaruhi nasib masyarakat maka pihak pemerintah berkewajiban berusaha untuk menjelaskan berbagai implikasinya kepada segenap masyarakat, karena nasib mereka pun turut terpengaruh.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini yaitu “ Bagaimana Kegiatan Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang Dalam Mensosialisasikan Kebijakan Pemerintah.”

Selanjutnya dari permasalahan tersebut dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Kegiatan Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam Mensosialisasikan Kebijakan Pemerintah Kepada Masyarakat
2. Bagaimana Bentuk Kerjasama Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dengan Pers dalam Mensosialisasikan Kebijakan Pemerintah.
3. Bagaimana Hambatan atau kendala yang dihadapi humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam mensosialisasikan Kebijakan Pemerintah

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Humas pada saat ini banyak dipraktekkan di berbagai organisasi dalam rangka menunjang organisasi untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Pelaksanaan PR dalam organisasi atau perusahaan dititikberatkan pada keterampilan membina hubungan antar manusia di dalam organisasi untuk mengatasi timbulnya masalah .

Public relations sendiri mempunyai dua pengertian yaitu :

1. Public relations sebagai method of communication yaitu merupakan rangkaian kegiatan atau sistem kegiatan yaitu kegiatan berkomunikasi secara khas .
2. Public relations sebagai state of being yaitu perwujudan kegiatan komunikasi (Effendi, 1989 : 94).

L. Roy Blumenthal dalam bukunya *The Practice of Public Relations* yang dikutip oleh Effendy mengatakan sebagai berikut : “ Seni membina pribadi seseorang hingga taraf yang memungkinkan ia mampu menghadapi keadaan darurat dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam bidang psikologi, seni melaksanakan tugas yang sama untuk bisnis, lembaga, pemerintah, baik yang menimbulkan keuntungan atau yang tidak, termasuk public relations “ (Effendi, 1989 : 94 - 95).

Dalam pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa PR hanyalah terdapat dalam suatu organisasi yang jelas strukturnya serta jelas adanya pemimpin dan yang dipimpin tetapi dalam suatu organisasi yang tidak dilengkapi dengan bagian PR, tidak berarti tidak ada kegiatan kehumasan. Seluruh anggota organisasilah yang melaksanakan kegiatan kehumasan.

Sebagai metode komunikasi mempunyai makna bahwa setiap pemimpin dari suatu organisasi, bagaimanapun kecilnya dapat melaksanakan PR, suatu kegiatan komunikasi yang khas mempunyai ciri-ciri dan meliputi aspek-aspek sebagai berikut :

- a. komunikasi yang dilaksanakan berlangsung dua arah secara timbal balik
- b. Kegiatan yang dilakukan terdiri atas penyebaran informasi, pelaksanaan persuasi dan pengkajian opini publik.

- c. Tujuan yang dicapai adalah tujuan organisasi itu sendiri.
- d. Sasaran yang dituju adalah publik di dalam dan publik di luar.
- e. Efek yang diharapkan adalah terjadinya hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik (Effendi, 1989: 95).

Landasan bagi hubungan masyarakat yang efektif ialah kebijaksanaan dan kegiatan yang terpercaya demi kepentingan publik. Komunikasi hubungan masyarakat merupakan suatu proses yang mencakup suatu pertukaran fakta, pandangan dan gagasan diantara suatu bisnis atau organisasi tanpa laba dengan publik-publiknya untuk saling pengertian.

Salah satu unsur dasar PR adalah komunikasi timbal balik. Melalui komunikasi kepada publiknya, manajemen mengumumkan menjelaskan dan mempertahankan atau mempromosikan kebijaksanaannya dengan maksud untuk mengukuhkan pengertian dan penerimaan.

Dalam PR, pengertian publik ialah sekelompok orang yang sama-sama terikat dan terkait perhatiannya oleh kepentingan yang sama. Kelompok-kelompok ini harus senantiasa dihubungi dalam rangka melaksanakan fungsi PR. Pada umumnya publik-publik dari PR terbagi menjadi publik internal dan publik eksternal.

Berdasarkan pengelompokan ini maka terjadi dua hubungan yaitu hubungan internal ialah hubungan dengan karyawan dan hubungan dengan pemegang saham. Sedangkan yang kedua ialah hubungan eksternal yaitu hubungan dengan masyarakat, hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan khalayak, dan hubungan dengan konsumen

Hubungan dengan publik tersebut sangat penting dipelihara dan dibina dalam rangka mempertahankan goodwill dan kepercayaan pada publik serta dalam rangka menimbulkan pengertian bersama dan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak yaitu perusahaan dengan konsumennya. Hubungan ini dilakukan dengan komunikasi yang meliputi berbagai teknis untuk dipilih, mana yang paling efektif. Salah satu caranya ialah dengan memanfaatkan surat kabar sebagai salah satu media dalam kegiatan PR.

Masyarakat Sebagai Publik Humas Eksternal

Eksternal public relations merupakan hubungan tidak langsung dengan perusahaan tetapi memengaruhi manajemen. Tujuannya ialah untuk menciptakan hubungan dalam mendapatkan opini yang *favorabel* (menyenangkan) dan untuk mendapatkan citra yang baik.

Bagi suatu perusahaan hubungan-hubungan dengan publik luar perusahaan merupakan suatu keharusan di dalam usaha untuk :

1. Memperoleh langganan.
2. Memperkenalkan produksi.
3. Mencari modal dan keuntungan.
4. Memperbaiki hubungan dengan masyarakat luar dan serikat buruh yang ada di luar perusahaan.
5. Memecahkan persoalan yang dihadapi (Abdurrachman ,1995 : 38)

Salah satu publik eksternal adalah masyarakat. Untuk dapat membentuk hubungan yang baik dengan masyarakat, maka praktisi PR harus meneliti masyarakat yang akan dijadikan publik dari organisasi atau instansi atau perusahaan tersebut dengan berkomunikasi dengan organisasi yang tidak melakukan komunikasi dengan publiknya maka publik tersebut secara aktif akan berusaha mencari informasi dan menyimpan informasi yang dapat mempertegas sikap dan perilaku yang dipilahnya.

Pentingnya Humas Pemerintah

Humas pemerintah pada dasarnya tidak bersifat politis. Bagian humas di institusi pemerintah dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan mereka. Memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana serta hasil-hasil kerja institusi serta memberi pengertian kepada masyarakat tentang peraturan dan perundang-undangan dan segala sesuatunya yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat.

Selain keluar, humas pemerintah dan politik juga memungkinkan untuk memberi masukan dan saran bagi para pejabat tentang segala informasi yang diperlukan dan reaksi atau kemungkinan reaksi masyarakat akan kebijakan institusi, baik yang sedang dilaksanakan, akan dilaksanakan, ataupun yang sedang diusulkan

Seiring dengan tuntutan transparansi dari masyarakat luas sebagai publik pemerintah, manfaat humas dalam penyelenggaraan pemerintah secara umum telah diterima sejak lama.

Ada dua sisi yang melatarbelakangi perkembangan humas pemerintah yaitu : sisi pentingnya humas bagi pemerintah dan yang kedua adalah hambatan-hambatan yang dihadapi oleh humas pemerintah. Dua sisi ini pada akhirnya mengakibatkan penampilan humas pemerintah yang tersembunyi di bawah berbagai nama, tugas, wewenang dan dibiayai dari berbagai macam cara yang berbeda.

Kebanyakan humas pemerintah diarahkan untuk hubungan dengan media, masalah umum, dokumentasi dan publikasi. Kegiatan-kegiatan yang biasanya ditangani oleh humas dalam rangka mensosialisasikan kebijakan pemerintah ialah mengadakan konferensi pers, membuat press release dan menyebarkannya pada media, pameran-pameran, mengorganisir pertemuan dengan masyarakat, penerangan melalui berbagai media komunikasi bagi masyarakat.

Sumedang Kota Tandang Nyandang Kahayang

Sumedang merupakan kota kecil di Jawa Barat. Bentang lahan perbukitan atau pegunungan lebih besar daripada dataran, sehingga sebagian besar mata pencaharian penduduknya ialah bertani dengan teknik tadah hujan dan sebagian kecil sudah menggunakan teknik irigasi, yang hasilnya untuk kebutuhan hidup sehari-hari.

Selain bidang pertanian mulai banyak penduduk yang bermata pencaharian beternak sapi dan industri kecil serta dalam bidang transportasi. Meskipun Sumedang termasuk daerah transisi, tetapi kehidupan masyarakatnya dirasa masih statis, sebagian kecil sudah mengerti tentang kemajuan teknologi dan sebagian besar masih belum mengerti tentang kemajuan zaman, terutama di beberapa daerah yang agak jauh dari jalan utama. Masyarakatnya sebagian besar masih mempertahankan kebiasaan dan tradisi nenek moyangnya.

BAB III

TUJUAN PENELITIAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Terdapat beberapa tujuan yang ingin diketahui dari hasil penelitian ini, antara lain untuk mengetahui :

1. Bagaimana kegiatan humas pemerintah Kabupaten Sumedang dalam Mensosialisasikan Kebijakan Pemerintah kepada Masyarakat
2. Bagaimana Bentuk Kerjasama Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dengan Pers dalam Mensosialisasikan Kebijakan Pemerintah.
3. Bagaimana Hambatan atau Kendala yang Dihadapi Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam Mensosialisasikan Kebijakan Pemerintah

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini ingin membandingkan antara teori Public Relations dengan praktek Public Relations dalam pemerintah.
2. Data empiris dalam mengembangkan Eksternal relations

Kegunaan Praktis

1. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah mengenai kegiatan humas pemerintah dalam mensosialisasikan kebijakan pemerintah kepada masyarakat.
2. Memberikan masukan bagi para praktisi Humas Pemerintah sebagai salah satu sarana untuk membentuk citra positif Publik terhadap lembaga.

BAB IV METODE PENELITIAN

Metode ini menggunakan metode Deskriptif, yang menggambarkan sejumlah variabel yang diteliti tanpa melakukan pengujian jalinan (hubungan) antar variable yang diteliti.

Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskripsi dalam bentuk survey. Metode ini menekankan lebih pada penentuan informasi tentang variabel daripada informasi tentang individu dan bermaksud mengumpulkan data yang relatif terbatas dari sejumlah kasus yang relatif besar.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Sedangkan instrumen (alat) penelitiannya adalah mencatat hasil observasi, pedoman wawancara, mensitir kepustakaan (buku, teks, dokumentasi, file, jurnal, artikel dimedia massa cetak).

Data primer diperoleh dari hasil jawaban humas pemerintah kabupaten Sumedang melalui wawancara secara mendalam.

Selain itu, penelitian ini mengutamakan adanya kelengkapan informasi yang dikumpulkan sehingga memudahkan untuk memahami fenomena sosial yang diamati dengan bersumber pada data dari lembaga pendukung/terkait, dan studi kepustakaan.

ANALISIS DATA PENELITIAN

Analisis data bertujuan untuk membuat proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan (Singarimbun & Effendi, 1989 : 263). Data yang diperoleh dari responden adalah data dari hasil wawancara secara mendalam dengan pertanyaan terbuka.

Data dianalisis dengan analisis deskripsi yang menggambarkan sejumlah variable yang diteliti tanpa melakukan pengujian jalinan (hubungan) antar variable yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, Oemi. 1995. *Dasar – Dasar Public Relations* . Bandung : PT Citra Aditya Bakti
- Abdullah, Aceng. 2000. *Press Relations*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Chaffe, Steven and Patrick, Michael. 1975. *Using The Mass Media*. New York : Mc Graw-Hill Book Company.
- Effendy, Onong Uchjana .1986. *Hubungan Masyarakat*. Bandung : PT Remaja Karya CV.
- Jefkins Frank. 1996. *Public Relations* . Jakarta : Erlangga.
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahami peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Mappatoto, Andi. 1993. *Siaran Pers Suatu Kiat Penulisan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- McQuail, Denis and dahl W Sven. 1984. *Communication Models For Study of Mass Communication*. New York : Longman inc.
- McQuail, Denis.1991. *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Diterjemahkan Aminuddin Ram. Jakarta : Erlangga.
- Moleong J, Lexy. 1995. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moore, Frazier. 1988 . *Hubungan Masyarakat*. Bandung :Remadja Karya CV.
- Muhadjir, Noeng. 1996. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Rakesarasin.
- Nazir, Moh.,Ph.D. 1983. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaludin. 1995.*Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Singarimbun, Masri dan Effendi Sofian.1989. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta : PT Pustaka LP3ES.
- Siswanto, Bambang. 1992. *Humas Teori dan Praktek*. Jakarta : Bumi Aksara.

DAFTAR RIWAYAT HDUP

Nama Lengkap : Yanti Setianti, S.Sos.,M.Si
NIP : 132 300 875
Pangkat/Golongan : Penata Muda / III a
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Unit Kerja : Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad
Alamat kantor : Jalan Raya Jatinagor Sumedang km.21
Jatinangor Jawa Barat
Alamat Rumah : Komplek.Cilengkrang 2 Jl.Manglayang 7 No.2
Bandung 40615

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. S1 (S.Sos) Jurusan Ilmu Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad .Lulus 7 Agustus 2000
2. S2 (M.Si) Bidang Kajian Utama Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Sosial Program Pascasarjana Unpad. Lulus 21 Juni 2004

RIWAYAT PEKERJAAN

1. Dosen Jurusan Ilmu Humas Fikom Humas Unpad
2. Dosen Luar biasa di PTS dan IAIN Sunan Gunung Djati Bandung

PENGALAMAN PENELITIAN

1. Iklim akademik dan Tradisi Penelitian di Universitas Padjadjaran, 2003 (anggota Peneliti)
2. Pengaruh Motif terhadap waktu penyelesaian studi mahasiswa program pascasarjana Universitas Padjadjaran (Ketua Peneliti)
3. Pola Komunikasi Keluarga di Desa Manis Kidul Kecamatan Jalaksana Kabupaten Kuningan (Ketua Peneliti)

Jatinangor, 28 Desember 2005

Yanti Setianti, S.Sos.,M.Si

132 300 875

DAFTAR RIWAYAT HDUP

Nama Lengkap : Hanny Hafiar, S.Sos.,M.Si
NIP : 132 303 749
Pangkat/Golongan : Penata Muda / III a
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Unit Kerja : Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad
Alamat kantor : Jalan Raya Jatinagor Sumedang km.21
Jatinangor Jawa Barat
Alamat Rumah : Jl. Cijerah II Blok 7 No.80 Cimahi Bandung

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. S1 (S.Sos) Jurusan Ilmu Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad .Lulus 7 November 1998
2. S2 (M.Si) Bidang Kajian Utama Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Sosial Program Pascasarjana Unpad. Lulus Agustus 2004

RIWAYAT PEKERJAAN

1. Dosen Jurusan Ilmu Humas Fikom Humas Unpad

PENGALAMAN PENELITIAN

1. Pengaruh Pelatihan E-Learning terhadap motivasi peserta untuk menggunakan metode E-Learning di Unpad Bandung. 2005. (Ketua Peneliti)
2. Analisis Isi Surat Pembaca Surat Kabar Pikiran Rakyat yang Ditujukan Pada Perusahaan BUMN

Jatinangor, 28 Desember 2005

Hanny Hafiar, S.Sos.,M.Si

132 303 749

DAFTAR RIWAYAT HDUP

Nama Lengkap : Fajar Syuderajat, S.Sos
NIP : 132 300 876
Pangkat/Golongan : Penata Muda / III a
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Unit Kerja : Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad
Alamat kantor : Jalan Raya Jatinagor Sumedang km.21
Jatinangor Jawa Barat
Alamat Rumah : Puri Indah Jatinangor Blok A4 No.3
Pendidikan Terakhir : Sarjana Sosial (S.Sos) Jurusan Manajemen
Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD
lulus 14 Februari 2002

PENGALAMAN PENELITIAN

1. Rekonstruksi Rakyat Aceh Pasca Tsunami dan DOM. 2005
2. Pornografi Dalam Iklan : Analisis Isi Iklan Dalam Majalah dan Tabloid Remaja di Indonesia. 2005 (Ketua Peneliti)
3. Kekerasan Dalam Rumah Tangga : Analisis Isi Berita Surat Kabar di Indonesia . 2005 (Anggota Peneliti)

Jatinangor, 28 Desember 2005

Fajar Syuderajat,S.Sos

132 300 876