Kode/Nama Rumpun Ilmu : 622/Ilmu Komunikasi

Bidang Fokus : Sosial Humaniora – Seni Budaya - Pendidikan

LAPORAN

PENELITIAN INTERNAL UNIVERSITAS ESA UNGGUL

PENGGUNAAN POSTER

SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KESEHATAN

(Studi tentang Efektifitas Media Komunikasi Poster pada Ibu-ibu PKK di Meruyung)

PENGUSUL

Sumartono, S.Sos, M.Si **0307036802**

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

Agustus 2017

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN HASIL PENELITIAN INTERNAL

Judul Penelitian	: Penggunaan Media Komunikasi Tradisonal Lokal dalam Kegiatan Komunikasi Kesehatan
Kode/Nama Rumpun Ilmu	: 622/ ILMU KOMUNIKASI
Bidang Unggulan PT	: Kualitas Kesehatan, Penyakit Tropis, Gizi, dan Obat-Obatan
Topik Unggulan	: SosialHumaniora – Seni Budaya – Pendidikan
Ketua Peneliti	
Nama Lengkap	: SUMARTONO, S.Sos, M.Si
a. NIDN	: 0307036802
b. Jabatan Fungsional	: Lektor Kepala
c. Program Studi	: Ilmu Komunikasi
d. Nomor HP	: 081808162139
e. Alamat Surel (e-mail)	: sumartono@esaunggul.ac.id
Anggota Peneliti (1)	
a. Nama Lengkap	:
b. NIDN	:
c. Perguruan Tinggi	:
Anggota Peneliti (2)	
a. Nama Lengkap	:
b. NIDN	:
c. Perguruan Tinggi	:
Lama Penelitian Keseluruhan	: 2 Tahun
Usulan Penelitian Tahun ke	: 1
Biaya Penelitian Keseluruhan	: 25.400.000
Biaya Tahun Berjalan	:
- Diusulkan ke DRPM	: Rp.
- Dana internal PT	: Rp.
- Dana Institusi lain	: Rp.
- Biaya Luaran Tambahan	: 0

Jakarta, 03 Nopember 2018

Mengetahui,

Dekan

(Dr. Halomoan Harahap, M.Si)
NIP/NIK. 202100216

Ketua Peneliti,

(Sumartono, S.Sos., M.Si)
NIP/NIK. 204040288

Mengetahui,

Ketua LP/LPPM

Dr. Hasyim, SE, MM, M.Ed
NIK 201040164

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN

DAFTAR ISI

RINGKASAN . . . . . .

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1
1.2.Identifikasi Masalah 2
1.3.Tujuan Penelitian 2

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1. Pengertian Poster 3

2.1.2. Ciri-ciri Poster . . . . . .

2.1.3. Keungulan dan Kelemahan Poster. . . . . .

2.1.4. Penggunaan Media Poster . . . . . .

2.1.5. Fungsi dan Manfaat Media Poster . . . . . .

2.2. Efektifitas Komunikasi 4
2.3. Promosi Kesehatan 5

2.4. Komunikasi dan Promosi Kesehatan 6

BAB 3. METODE PENELITIAN

4.1. Jenis Pnelitian 8
4.2. Sumber Data 8

4.3.Teknik Pengumpulan Data 9

4.4. Teknik Analisis Data 9

BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Ketertarikan Pengunjung 11
4.2. Pemahaman Pengunjung 11

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan . . . . . .

5.2. Saran . . . . . .

DAFTAR PUSTAKA 12

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ABSTRAK

Setiap orang memiliki hak yang sama untuk hidup sehat . Hal ini tidak dibatasi oleh lingkungan geografis yakni baik di perkotaan atau di pedesaan. Namun hal ini tidak terealisasi dengan baik. Pada masyarakat kota masalah pelayanan dan informasi kesehatan sangat mudah diakses, karena berlimpahnya sarana dan media komuikasi kesehatan. Promosi kesehatan dapat dilakukan di antaranya dengan mengguna-kan media. Media yang banyak digunakan untuk mempromosikan, mensosialisasikan kesehatan adalah poster.

Metode penelitian yang akan digunakan adalah deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala yang dikumpulkan dilapangan menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa poster efektif digunakan sebagai media komunikasi kesehatan karena tampilan fisiknya menarik, dibuat dengan menggunakan warna dan isi pesannya bermanfaat bagi pembacanya. Hasil penelitiannya ini akan dipublikasikan pada jurnal ilmiah.

Keywords: **Poster, Media Komunikasi Kesehatan**

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Kesehatan merupakan sebuah investasi penting sebagai salah satu factor pendukung pembangunan ekonomi dan merupakan salah satu factor penting dalam upaya penanggulangan kemiskinan. Dalam pengukuran Indeks Pembangunan Manusia (IPM), kesehatan merupakan salah satu faktor utama meningkatkan kesejahteraan masyarakat selain pendidikan dan pendapatan. Undang-undang Nomor 23 tahun 1992 tentang Kesehatan ditetapkan bahwa, kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial dan ekonomi.

Promosi kesehatan dapat dilakukan di antaranya dengan menggunakan media. Media yang banyak digunakan untuk mempromosikan, mensosialisasikan kesehatan adalah poster.

Poster adalah media gambar yang meng-kombinasikan unsur-unsur visual seperti garis, gambar dan kata-kata untuk dapat menarik perhatian dan mengkomunikasikan pesan secara singkat (Anitah, 2009; Smith, 2007). Poster mempunyai keuntungan dalam menarik orang yang mempunyai minat khusus, karena poster dapat menyampaikan atau menyaji-kan pokok dari suatu permasalahan (Lawson, 2005).

Pada penelitian tentang efektivitas poster terhadap pengetahuan dan sikap keluarga tentang kehamilan risiko tinggi dan tanda bahaya kehamilan, hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan poster kurang efektif dalam meningkatkan pengetahuan. Berdasarkan beberapa hasil penelitian sebelumnya, diketahui bahwa ada perbedaan tentang efektifitas poster. Dengan demikian, untuk dapat menilai efektivitas media poster perlu dilakukan evaluasi terhadap media poster.

Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan di wilayah meruyung tidak pernah dilakukan uji coba maupun evaluasi. Uji coba maupun evaluasi terhadap sebuah media sangat penting dilakukan. Evaluasi media dilakukan dengan cara melihat media yang diberikan sudah sesuai dan dapat mencapai tujuan atau belum, pendistribusian media sudah tepat sasaran atau belum, relevan atau tidak, isi pesan atau informasi yang disampaikan mudah dimengerti dan tepat atau belum, dan penempatan atau pemasangan media tersebut sudah sesuai atau belum. Salah satu pembelajaran yang didapat dalam suatu proses

penggunaan poster supaya efektif harus melakukan evaluasi terhadap media tersebut (Lawson, 2005).

Beberapa faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi media di antaranya adalah cara media tersebut dapat meningkatkan ketertari-kan dan pemahaman dari audiens (Depkes RI, 2004; Khairuna, 2012). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: “Bagaimana ketertarikan dan pemahaman ibu-ibu PKK di Meruyung terhadap media poster?”.

1.2.Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan dapat diambil kesimpulan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

- Bagaimana ketertarikan ibu-ibu PKK di Meruyung pada media poster yang digunakan untuk menginformasikan masalah-masalah kesehatan
- Bagaimana pemahaman ibu-ibu PKK di Meruyung pada media poster yang digunakan untuk menginformasikan masalah-masalah kesehatan
- Bagaimana desain dan isi pesan poster yang mampu menarik perhatian ibu-ibu PKK di Meruyung dalam menyampaikan informasi kesehatan

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, ditetapkan tujuan penelitian ini, yaitu untuk melakukan evaluasi terhadap media poster sebagai media komunikasi kesehatan pada ibi-ibu PKK di Meruyung

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1. Pengertian Poster

Menurut Sabri (dalam Musfiqon, 2012:85) poster merupakan penggambaran yang ditunjukkan sebagai pemberitahuan, peringatan, maupun penggugah selera yang biasanya berisi gambar-gambar.

Poster merupakan suuatu gambar yang mengkombinasikan unsur-unsur visual seperti garis, gambar dan kata-kata dengan maksud menarik perhatian serta mengkomunikasikan pesan secara singkat (Sri Anitah, 2008:12).

Poster adalah sebagai kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna, dan pesan dengan maksud untuk menangkap perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti di dalam ingatannya (Nana Sudjana dan Ahmad Rivai, 2010: 51).

Rudi susilana dan Cepi Riana (2009: 14) menjelaskan bahwa poster yaitu sajian kombinasi visual yang jelas, menyolok, dan menarik dengan maksud untuk menarik perhatian orang yang lewat.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa media poster secara umum adalah suatu pesan tertulis baik itu berupa gambar maupun tulisan yang ditujukan untuk menarik perhatian banyak orang sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima orang lain dengan mudah.

Poster merupakan pesan singkat dalam bentuk gambarr dengan tujuan untuk mempengaruhi sesorang agar tertarik pada sesuatu, atau mempengaruhi agar seseorang bertindak akan sesuatu hal. Poster tidak dapat member pelajaran dengan sendirinya, karena keterbatasan kata-kata. Poster lebih cocok kalau diperuntukan sebagai tindak lanjut dari suatu pesan yang sudah disampaikan beberapa waktu yang lalu. Dengan demikian poster bertujuan untuk mengingat kembali dan mengarahkan pembaca kearah tindakan tertentu sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator.

2.1.2. Ciri-ciri Media Poster

Poster, Booklet merupakan media komunikasi yang termasuk dalam kategori media lini bawah (below the line media). Sesuai sifat yang melekat pada media lini bawah, pesan

yang ditulis pada media tersebut berpedoman pada beberapa kriteria yaitu: menggunakan kalimat pendek, sederhana, singkat, ringkas, menggunakan huruf besar dan tebal. Selain itu penggunaan huruf tidak kurang dari 10 pt, dikemas menarik dan kata yang digunakan ekonomis (Suleman, 1998).

Ciri-ciri poster yang baik menurut Arief S. Sadiman (dalam Musfiqon, 2012: 85) yaitu: (1) sederhana; (2) menyajikan satu ide dan untuk mencapai satu tujuan pokok; (3) berwarna; (4) slogannya; (5) tulisannya jelas; (6) motif dan tulisannya bervariasi.

2.1.3. Kelebihan dan Kelemahan Media Poster

Menurut Ewles (1994) media cetak seperti poster, booklet memiliki keunggulan, yaitu: (1) Klien dapat menyesuaikan dari belajar mandiri; (2) Pengguna dapat melihat isinya pada saat santai; (3) Informasi dapat dibagi dengan keluarga dan teman, (4) Mudah dibuat, diperbanyak dan diperbaiki serta mudah disesuaikan; (5) Mengurangi kebutuhan mencatat; (6) Dapat dibuat secara sederhana dengan biaya relatif murah; (7) Awet; (8) Daya tampung lebih luas; (9) Dapat diarahkan pada segmen tertentu.

Seperti pada media cetak pada umumnya, keunggulan Media Poster adalah sebagai berikut; (1) dapat mempermudah dan mempercepat pemahaman terhadap pesan yang disajikan. (2) Dapat dilengkapi dengan warna-warna sehingga lebih menarik perhatian siswa. (3) Bentuknya sederhana tanpa memerlukan peralatan khusus dan mudah penempatannya, sedikit memerlukan informasi tambahan. (4) Pembuatannya mudah dan harganya murah.

Kelemahan media Poster adalah sebagai berikut; (1) Membutuhkan keterampilan khusus dalam pembuatannya. (2) diperlukan kemampuan membaca untuk memahami isi poster. (3) Penyajian pesan hanya berupa unsur visual.

2.1.4. Prinsip Penggunaan Media Poster

Pada dasarnya poster merupakan suatu media yang lebih menonjolkan kekuatan pesan, visual, dan warna untuk dapat mempengaruhi perilaku, sikap seseorang dalam melakukan sesuatu.

Poster yang digunakan dalam pendidikan pada prinsipnya merupakan gagasan yang diwujudkan dalam bentuk ilustrasi obyek gambar yang disederhanakan dan dibuat dengan ukuran besar (Daryanto, 2012: 129). Tujuannya untuk menarik perhatian, membujuk, memotivasi, atau memperingatkan pada gagasan pokok, fakta atau peristiwa tertentu.

2.1.5. Fungsi dan Manfaat Media Poster

Sri Anitah (2008: 13-14) mengatakan manfaat poster adalah sebagai berikut: (1) sebagai penggerak perhatian; (2) sebagai petunjuk; (3) sebagai peringatan, pengalaman kreatif; (3) untuk kampanye.

Secara umum poster memiliki kegunaan, yaitu sebagai berikut: (1) memotivasi siswa, poster dalam pembelajaran sebagai pendorong atau memotivasi belajar siswa; (2) peringatan, berisi tentang peringatan-peringatan terhadap suatu pelaksanaan aturan hukum, sekolah, atau sosial, kesehatan bahkan keagamaan; (3) pengalaman kreatif, melalui poster kegiatan menjadi lebih kreatif untuk membuat ide, cerita, karangan dari sebuah poster yang dipajang (Nana Sudjana dan Ahmad Rivai, 2010: 56-57).

Berdasar isi pesan, poster dapat disebut sebagai *Thematic poster*, *Tactrical poster* dan *Practical poster*. *Thematic poster* yaitu poster yang menerangkan apa dan mengapa, *Tractical poster* menjawab kapan dan dimana, sedangkan *Practical poster* menerangka siapa, untuk siapa, apa, mengapa dan dimana.

Syarat-syarat yang perlu diperhatikan :

a. Dibuat dalam tata letak yang menarik, misal besarnya huruf, gambar warna yang, mencolok
b. Dapat dibaca (*eye catcher*) orang yang lewat
c. Kata-kata tidak lebih dari tujuh kata
d. Menggunakan kata yang provokatif, sehingga menarik perhatian
e. Dapat dibaca dari jarak enam meter
f. Harus dapat menggugah emosi, misal dengan menggunakan faktor iri, bangga, dan lain-lain
g. Ukuran yang besar (50X70) cm, kecil (35X50) cm

Poster biasanya dipasang ditempat-tempat umum dimana orang sering berkumpul, seperti pemberhentian bus, dekat pasar, dekat toko/warung, persimpangan jalan desa, kantor kelurahan, balai desa, posyandu, dan lain-lain

2.2 Efektifitas Komunikasi

Efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti tercapainya yang telah ditetapkan. Effendy (2001) menyatakan bahwa komunikasi dapat dikatakan efektif, jika dapat

menimbulkan dampak seperti (1) kognitif, yaitu meningkatnya pengetahuan komunikan; (2) afektif, yaitu perubahan sikap dan pandangan komunikan, karena hatinya tergerak akibat komunikasi; dan (3) konatif, yaitu perubahan perilaku atau tindakan yang terjadi pada komunikan. Efek pada arah kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar dan tambahan pengetahuan. Pada afektif meliputi efek yang berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap; sedangkan efek pada konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu dengan cara tertentu (Jahi, 1988).

Suatu komunikasi dikatakan efektif, apabila komunikator berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya kepada komunikan (penerima). Komunikasi dinilai efektif bila stimuli yang disampaikan dan dimaksudkan oleh pengirim pesan berkaitan erat (identik) dengan stimuli yang ditangkap dan dipahami oleh penerima pesan.

Apabila S melambangkan sumber atau pengirim pesandan R adalah penerima pesan, komunikasi dinyatakan mulus apabila keinginan S identik dengan respons yang diberikan R (Goyer, 1970). Penerimaan pesan yang sempurna sebagaimana yang dimaksudkan pengirim pesan kenyataannya sangat sulit tercapai bahkan tidak pernah terjadi, paling-paling hanya dapat dihampiri saja (Goyer, 1970). Persamaannya digambarkan sebagai berikut :

$$\frac{R}{S} = \frac{\text{makna yang ditangkap penerima}}{\text{makna yang dimaksud pengirim}} = 1$$

Semakin besar kaitan antara respons yang diberikan oleh penerima dengan pesan yang disampaikan oleh pengirim berarti semakin efektif komunikasi yang dilakukan. Nilai R/S = 0 terjadi apabila respons yang diterima dari penerima tidak ada kaitannya dengan pesan yang disampaikan oleh pengirim. Komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang dimaksud oleh pengirim berkaitan erat dengan pesan yang diterima oleh penerima.

2.3. Promosi Kesehatan

Promosi kesehatan adalah ilmu dan seni dalam membantu masyarakat dalam upaya menjadikan gaya hidup masyarakat yang sehat dan optimal. Kesehatan yang optimal didefinisikan sebagai suatu keseimbangan kesehatan antara kesehatan fisik, emosi, sosial, spiritual, dan intelektual. Adapun pengubahan gaya hidup dapat difasilitasi melalui penggabungan :

1. Menciptakan lingkungan yang mendukung

2. Mengubah perilaku masyarakat terhadap kesehatan
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan bagi hidupnya.

Promosi kesehatan adalah kombinasi dari berbagai dukungan yang menyangkut pendidikan, organisasi, kebijakan dan peraturan perundangan untuk perubahan lingkungan dan perilaku yang menguntungkan kesehatan. Promosi kesehatan juga merupakan proses pemberdayaan masyarakat agar mampu memelihara dan meningkatkan kesehatannya.

Proses pemberdayaan tersebut dilakukan dari, oleh, untuk dan bersama masyarakat, yang artinya adalah proses pemberdayaan tersebut dilakukan melalui kelompok-kelompok yang potensial di dalam masyarakat itu sendiri, bahkan oleh seluruh komponen yang ada di dalam sebuah komunitas masyarakat. Proses pemberdayaan tersebut dilakukan sesuai dengan sosial budaya setempat, sesuai dengan keadaan, permasalahan dan potensi daerah setempat. Proses pemberdayaan tersebut pun juga harus secara bersama-sama dilakukan seiring dengan upaya mempengaruhi lingkungan, baik lingkungan fisik maupun nonfisik, termasuk didalamnya peraturan perundangan dan kebijakan.

Kegiatan promosi kesehatan ini ialah seseorang yang sering kali mempengaruhi sikap orang lain terhadap produk konsumsi. Konkretnya, orang-orang ini menjadi sumber informasi mengenai produk yang ditawarkan (termasuk jasa pelayanan seperti jasa kesehatan), dapat memberi nasihat atau saran mengenai apa yang diperbolehkan (atau tidak) sehingga mengurangi resiko *(finansial)* serta juga dapat menawarkan umpan balik *(feedback)* yang bersifat positif untuk mendukung dan menguatkan keputusan yang telah dibuat oleh pengikut sarannya. Jadi *opinion leader* mempunyai peran penting sebagai pembawa informasi, pembujuk dan penguat, yang dari aspek pemasaran dapat disetarakan dengan alat promosi kesehatan. Fungsi yang hampir sama dijalankan oleh *market mavens*, sebagai aspek sumber informasi kepada setiap keluarga di dalam sebuah masyarakat.

Selain berfungsi sebagai pembawa informasi, *opinion leader* juga merupakan seseorang yang berfungsi sebagai agen perubahan yang memegang peranan penting dalam menginternalisasi nilai guna mewujudkan masyarakat yang semakin harmonis. Karena setiap promosi kesehatan akan berorientasi pada sebuah perubahan yang hendak dicapai terutama untuk menambah intensitas derajat kesehatan manusia menjadi lebih baik dan terbaik.

Pengertian strategi berasal dari bahasa Yunani, yang artinya adalah "kepimpinan" *(leadership)*. Strategi adalah keseluruhan tindakan-tindakan yang ditempuh oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasaran-sasarannya. "Strategi adalah perencanaan *(planning)* dan

manajemen *(management)* untukmencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya."

Pada hakikatnya, strategi adalah sebuah taktik atau cara operasional dari suatu perencanaan dan menejemen suatu organisasi atau instansi dalam upaya untuk mencapai sasaran dan tujuannya. Dalam hal ini strategi akan sangat menunjang pada keberhasilan target yang hendak dicapai. Promosi yang berhubungan dengan kesehatan masyarakat, pada hakikatnya merupakan sebuah cara untuk memperoleh asil yang diinginkan sesuai dengan visi dan misi yang hendak diraih. Selain itu pula promosi kesehatan akan sangat membutuhkan strategi komunikasi yang cukup efektif ang pada akhirnya dapat diterima oleh masyarakat nantinya.

2.4. Komunikasi dan Promosi Kesehatan

Komunikasi kesehatan merupakan komunikasi Antara Organisasi Kesehatan, Pemerintah dan Masyarakat untuk meningkatkan kesehatan masyarakat. Jadi sifat komunikasi kesehatan adalah komunikasi yang interaktif dan partisipatif. Interaktifitas terjadi tatkala medium yang digunakan, yakni media massa, melibatkan masyarakat sebagai unsur yang tidak pasif, melainkan aktif. Sementara partisipatif tercukupi oleh dukungan kelompok-kelompok sosial (*civil society*), NGO, pemerintah maupun korporasi.

Instruktif artinya isi pesan/informasi kesehatan merupakan serangkaian informasi yang mengandung unsur sebab akibat berkaitan dengan penyakit, sakit tidak sakit.yang harus disampaikan kepada komunikan. Konstruktif karena pesan disusun secara sengaja agar dapat dipahami oleh penerima pesan. Disinilah relevansinya penelitian ini menggunakan perspektif komunikasi kesehatan untuk melihat bagaimana sesungguhnya masyarakat memahami pesan yang telah disampaikan melalui media massa.

Disini terjadi perubahan paradigma yang sangat penting. Sebelumnya, banyak dilihat bahwa pasien atau klien cenderung bersikap *submissive* sekaligus cenderung pasif menerima apa yang menjadi keputusan dokter dalam pengobatan. Begitu pula dalam pelaksanaan program program kesehatan. Kenyataan ini harus diubah seturut dengan makin majunya teknologi komunikasi, serta semakin kuatnya partisipasi masyarakat.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala yang dikumpulkan dilapangan menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

Sesuai dengan judul dari penelitian ini, maka jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang memaparkan dan bertujuan untuk memberikan gambaran serta penjelasan dari konsep yang diteliti, dalam hal ini adalah efektifitas penggunaan Media Komunikasi poster sebagai Media Komunikasi kesehatan

3.2 Sumber Data

Menurut Moleong (2009), ”Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian”. Penunjukkan informan dapat dilakukan melalui teknik purposive sampling

Menurut Kriyantoro (2012), “*purposive sampling* merupakan teknik yang mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian”. Untuk memperoleh data yang diperlukan dapat dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi observasi. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan kata-kata dan disusun dalam teks yang diperluas.

Dalam penelitian ini yang menjadi *key* informan adalah para petugas kesehatan (dr, bidan, mantra) dan informannya adalah ibu-ibu PKK di Meruyung

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu Data Primer dan Data Sekunder. Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber data penelitian (responden). Data sekunder diperoleh dari dokumen, Publikasi, artinya data sudah dalam bentuk jadi.

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer

   Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang akan diteliti melalui pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang penulis teliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan atau literatur yang ada hubungannya dengan penelitian kemudian dapat juga diperoleh melalui arsip-arsip atau dokumen di kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Paser atau karya ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, antara lain:

1. *Library Research*, yaitu penelitian kepustakaan, dimana didalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dari literatur dan mempelajari buku-buku petunjuk teknis serta teori-teori yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian skripsi ini.
2. *Field Work Research*, yaitu penelitian secara langsung ke lapangan.
   a. Observasi

   Observasi dilakukan dengan cara mengamati obyek yang merupakan sumber utama data secara langsung pada obyek penelitian.

   b. Wawancara

   Pada penelitian ini peneliti menggunakan wawancara mendalam utuk memperoleh data. Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara dilakukan secara terbuka dan terstruktur pada permasalahan sehingga informasi yang dikumpulkan cukup lengkap dan mendalam.

   c. Dokumentasi

   Pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder berupa dokumen atau arsip, foto, rekaman suara atau gambar dan kliping koran yang relevan dengan penelitian ini. hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel atau dapat dipercaya kalau didukung oleh dokumentasi.

3.4.Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deksriptif, yaitu dengan mendeksriptifkan serta menganalisis data yang telah diperoleh dan selanjutnya dijabarkan dalam bentuk penjelasan sebenarnya.

Adapun penjelasan dari gambar model interaktif yang dikembangkan Miles and Huberman adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

   Pengumpulan data merupakan proses awal yang berusaha mengumpulkan data awal atau mentah yang diperoleh di lapangan untuk diteliti.

2. Penyederhanaan data

   Penyederhanaan data yaitu proses memilih, memokuskan, menyederhanakan dan membuat abstrak. Mengubah data mentah yang dikumpulkan dari penelitian ke dalam catatan yang telah memusatkan, membuat dan sekaligus dapat dibuktikan.

3. Penyajian data

   Penyajian data yaitu menyusun informasi dengan cara tertentu sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan atau pengambilan tindakan. Penyajian data ini dapat membantu memahami peristiwa yang terjadi dan mengarah pada analisa atau tindakan lebih lanjut berdasarkan pemahaman.

4. Penarikan Kesimpulan

   Penarikan kesimpulan adalah langkah terakhir yang meliputi pemberian makna data yang memungkinkan diprediksi hubungan sebab akibat melalui hukum-hukum empiris.

BAB 4
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Ketertarikan pengunjung

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, ketertarikan pengunjung pada poster posyandu dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu :

(1) Desain

Rasa ketertarikan pengunjung pada poster posyandu dapat dilihat dari elemen desain yang dapat dikelompokan dalam beberapa hal, yaitu:

Warna

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa pengunjung menyatakan tertarik terhadap poster yang ada di posyandu karena mengggunakan warna-warna yang terang, cerah, kontras dan bervariasi. Warna poster yang digunakan antara lain hijau, hijau kekuning-kuningan, kuning sehingga poster terlihat cerah dinilai menarik perhatian mata, sehingga pengunjung melihat dan membaca poster posyandu.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pemilihan warna dasar paling disukai pada sebuah media adalah warna putih, hijau atau merah. Penelitian lain memperkuat hasil penelitian ini, yaitu untuk unsur warna yang disukai dan dinilai menarik adalah warna netral seperti warna hijau (Aryani, 2009)

Sebuah poster harus eye-catching supaya dapat mem-buat orang berhenti dan membacanya (Huddel, 2000)

Dilihat dari segi warna, pengunjung berpendapat warna yang tidak terlalu kontras dan mencolok kurang membantu dalam membaca. Warna latar dan huruf yang kontras mempermudah pengunjung membaca dan pemperjelas huruf yang dibaca. Warna huruf dan latar belakang dibuat kontras supaya mudah dibaca maupun penekanan yang meng-hendaki penekanan khusus (Anitah, 2009). Penggunaan warna dalam sebuah desain grafis mempunyai beberapa fungsi, yaitu untuk me-narik perhatian, menghasilkan efek psikologis, mengembangkan asosiasi, membangun retensi dan menciptakan suasana yang menyenangkan. Perpaduan warna yang kontras menjadi satu kesatuan dalam sebuah poster akan membantu mempermudah penyampaian suatu pesan. Sebaliknya, apabila perpaduan warna tidak kontras akan mempersulit. Warna harus dapat saling melengkapi dan penggunaan warna yang terlalu banyak dapat melemahkan suatu komunikasi

Huruf

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan diskusi kelompok, pengunjung berpendapat

bahwa huruf yang digunakan ukurannya cukup mudah untuk dilihat. Pendapat pengunjung terhadap huruf dalam poster terlihat pada pernyataan sebagai berikut:

> *"ukuran huruf pada poster harus besar karena kalau hurufnya besar mudah kelihatan sama orang, pengunjung posyandu yang keluar masuk dan jadi lebih gampang untuk dibaca"* .

Ukuran huruf pada poste untuk mempermudah keterbacaan ukuran huruf tidak boleh lebih kecil dari 18 poin atau 5mm. Bentuk huruf menggunakan huruf *microsoft sains serif* dan ditulis kapital. Penggunaan huruf dalam poster posyandu tidak terlalu rumit dan sederhana yang dapat memudahkan untuk dibaca. Penelitian lain mendukung hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa penggunaan huruf yang tidak kaku dan rumit membantu dalam mempermudah orang untuk membaca (Aryani, 2009). Untuk mempermudah keterbacaan harus menggunakan huruf yang jelas dan mudah seperti jenis *sains serif* .

Penggunaan warna pada huruf mempengaruhi kemudahan pengunjung membaca isi pesan dalam poster hipertensi. Penulisan huruf dengan variasi warna juga dapat memberikan daya tarik tersendiri. Warna huruf yang kontras dengan latar belakang dari keseluruhan warna poster membantu untuk mempermudah keter-bacaan (Anitah, 2009).

Kesesuaian gambar dan tulisan

Berdasarkan hasil penelitian kehadiran gambar menjadi daya tarik tersendiri. Gambar yang paling sering dikatakan menarik perhatian pengunjung adalah gambar yang sesuai dengan isi pesan poster. Pengunjung berpendapat bahwa gambar dan tulisan sesuai seperti dalam pernyataan berikut ini:

> *"gambar di poster sesuai dengan tulisanya. Kalau tulisannya tentang ibu hamil, maka gambar posternya juga tentang ibu hamil"*

Gambar lain dinilai menarik karena sesuai dengan aktivitas yang ada di posyandu seperti gambar penimbangan balita, gambar/foto balita. Penggunaan gambar harus menarik perhatian sasaran hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan foto yang akrab dengan kehidupan sasaran. Hasil peneli-tian ini didukung oleh penelitian sebelumnya, yaitu pembuatan poster dengan visualisasi yang sesuai dengan karakteristik sosial dan politik etnis Cina berhasil menumbuhkan partisipasi dalam menangani malaria (Bu dan Fee, 2010),

Pengggunaan gambar yang merupakan gambar asli (foto) menarik perhatian pengun-jung, membatu mempermudah dan mengingat pesan yang disampaikan dalam poster. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa penggunaan poster kurang efektif karena pesan sulit diingat dan penyebabnya ilustrasi gambar yang bukan menggunakan gambar asli, sehingga dianggap kurang menarik. Foto berfungsi untuk meningkatkan motivasi dan minat, mengembangkan kemampuan berbahasa, dan membatu menafsirkan dan mengingat isi pesan yang berkenaan dengan foto-foto tersebut. Selain untuk menarik perhatian, gambar dapat membantu menjelaskan sesuatu, sehingga

lebih mudah untuk dipahami, memperjelas bagian-bagian yang penting serta menyingkat suatu uraian yang panjang (Anitah, 2009).

Layout

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa tata letak dalam poster dinilai cukup sederhana dan mudah untuk diingat. Pemilihan 1 elemen kunci baik huruf atau ilustrasi dapat dilakukan supaya pembaca dapat dengan cepat me-nangkap pesan (Supriono, 2010). Pada poster hipertensi ini, elemen yang coba ditonjolkan, yaitu dari gambar yang menjadi pendukung dan memperkuat pesan yang disampaikan.

Tata letak warna juga menjadi perhatian pengunjung. Penempatan warna dasar yang menjadi latar belakang dengan keseluruhan isi pesan dinilai kontras dan membantu pesan mudah dibaca. Penulisan huruf dengan variasi warna dapat memberikan daya tarik tersendiri (Aryani, 2009). Warna huruf yang kontras dengan latar belakang dari keseluruhan warna poster membantu untuk mempermudah keter-bacaan (Anitah, 2009). Penempatan ukuran huruf juga menjadi satu hal yang menarik. Pada judul digunakan huruf yang lebih besar dari sub judul dan isi pesan. Hal ini menjadi penting karena dengan penempatan huruf yang tepat di setiap bagian pesan memudahkan pembaca untuk melihat pesan tersebut.

(2) Isi pesan

Isi pesan merupakan suatu materi yang akan disampaikan komunikator untuk menya-takan maksudnya. Hasil dari wawancara mendalam dengan pengunjung posyandu berpendapat isi pesan menarik karena isi pesan merupakan informasi tentang posyandu, seperti pernyataan sebagai berikut:

> *"isi pesan poster posyandu tentang penimbangan balita sangat penting. Karena dengan membaca pesan di poster jadi bisa tahu bahwa bayi kita sehat atau tidak bisa terlihat dari perkembangan berat badannya. Kalao berat badanya selalu bertambah, itu salah satu tanda bayi kita sehat"*

Kata dan kalimat yang menyusun pesan juga mendapat perhatiaan. Kata dalam poster posyandu dinilai mudah diingat, karena merupakan kata sehari-hari. Kalimat yang digunakan dinilai pengunjung sederhana, karena tidak berbelit-belit dan langsung pada inti masalah. Teknik penyampaian pesan dalam poster posyandu menjadi salah satu bahasan dalam wawancara mendalam, pendapat pengunjung terkait dengan cara penyampaian pesan dapat dilihat dari pernyataan sebagai berikut:

> ". . . tulisan pada poster posyandu sederhana. soalnya memakai Bahasa Indonesia sehari-hari dan pesannya langsung saja ke intinya masalah, tidak berbelit-belit"

(3) Tempat pemasangan

Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa pengunjung yang datang sebagian besar hanya melewati lokasi pemasangan tanpa melihat poster. Beberapa pengunjung ada yang berada di sekitar lokasi pemasangan, tetapi tidak memperhatikan keberadaan poster, ada yang memperhatikan poster tetapi tidak membaca, ada juga yang melihat dan membaca poster.

Penilaian pengunjung terhadap lokasi pemasangan poster dapat terlihat dari hasil wawancara mendalam diketahui bahwa pengunjung dapat melihat poster di tempat pemasangan karena tempatnya cukup luas. Selain ukuran dari tempat pemasangan poster, keberadaan tempat poster menjadi daya tarik tersendiri ketika pengunjung berada disekitar tempat pemasangan. Pengunjung tertarik untuk membaca poster posyandu, karena posisi pemasangan poster dinilai sesuai dengan (arah) pandangan mata tidak terlalu tinggi, sehingga tidak sulit untuk membaca.

Lokasi pemasangan poster bisa di tempat-tempat umum tempat orang sering berkumpul. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penempatan poster di tempat yang strategis dapat menumbuhkan keinginan sehingga perlu menggunakan tangga (Iversen, dkk., 2007). Penelitian lain menun-jukkan bahwa seseorang akan berada di ruang tunggu dalam waktu yang cukup lama sehingga memungkinkan untuk dapat menyampaikan pesan-pesan kesehatan (Sajadian dan Montazeri 2004). Posisi atau letak poster harus mudah dijangkau oleh indra penglihatan, sehingga dapat menarik perhatian orang.

4.2. Pemahaman pengunjung

Pemahaman pengunjung terhadap pesan terlihat dari pengetahuan informan terhadap manfaat dan maksud dari isi pesan serta ada upaya untuk penerapan isi pesan. Informan berpendapat bahwa isi pesan merupakan ajakan untuk berkunjung ke posyandu, melakukan penimbangan bayi, imunisasi bayi dan lain-lain.

Pemahaman terhadap isi pesan dikaitkan dengan cara penyampaian, kelengkapan pesan dan penggunaan gambar. Kebanyakan informan merasa isi pesan dalam poster posyandu cukup sederhana. Kata dan kalimat dinilai sederhana dan tidak berbelit-belit. Isi pesan mudah untuk dapat dimengerti dan dipahami karena langsung pada inti masalah.

Pernyataan lain muncul dari hasil wawancara, poster dinilai bagus bukan saja karena dari sisi penampilan yang menarik, tetapi juga dari sisi pesannya yang informasi tentang pentingnya ke posyandu, melakukan penimbangan, imunisasi balita dinilai bermanfaat bagi masyarakat.

Kelengkapan pesan dinilai sudah cukup mewakili informasi yang dibutuhkan tentang posyandu. Pesan yang terlalu banyak dinilai akan mempersulit untuk mengingat dan memahami pesan, karena waktu membaca terbatas. Hasil ini didukung oleh pernyataan informan kunci yang berpendapat bahwa di media cetak seperti poster, apabila terlalu banyak tulisan menjadi kurang menarik dan sulit untuk dipahami.

Pengunjung berpendapat memahami dan mengingat pesan pada poster menjadi mudah karena ada gambar. Selain untuk menarik perhatian, gambar juga dapat membantu menjelaskan sesuatu, sehingga lebih mudah untuk dipahami, memperjelas bagian-bagian yang penting serta menyingkat suatu uraian yang panjang (Anitah, 2009). Dalam penelitian sebelumnya, diketahui bahwa salah satu penyebab pesan sulit diingat karena penggunaan ilustrasi gambar yang bu-kan menggunakan gambar asli. Foto berfungsi untuk meningkatkan motivasi dan minat, mengembangkan kemampuan berbahasa, dan membatu menafsirkan dan mengingat isi pesan yang berkenaan dengan foto-foto tersebut.

Setiap orang akan mempunyai kemampuan yang berbeda dalam menerima sebuah pesan. Dalam teori *Elaboration Likehold Model* digambarkan bahwa pesan atau sebuah informasi akan dapat diterima tergantung dari motivasi yang dimiliki setiap orang dan kemampuannya untuk dapat mem-proses dan memaknai pesan tersebut (Wilson, 2007). Kemampuan yang tinggi akan membuat pengunjung merasa pesan yang didapat men-jadi suatu pemikiran dan fokus pada kualitas pesan tersebut, sehingga banyak muncul pendapat. Motivasi maupun kemampuan dari pengunjung yang rendah akan melihat pesan secara keseluruhan tidak melihat sesuatu yang penting, sehingga tidak muncul pendapat yang lebih mendalam.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Secara keseluruhan, sebagian besar pengunjung tertarik dan paham pada poster posyandu. Poster posyandu dapat diterima oleh pengunjung karena mereka tertarik pada disain dan isi pesan dalam posternya.

Informan tertarik pada warna poster yang cerah, yaitu kombinasi warna hijau, kuning dan merah, ukuran huruf dapat dibaca dengan bentuk sederhana, gambar yang jelas, dan dekat dengan keseharian mereka dengan layout yang sederhana.

Dilihat dari isi pesan, informan tertarik karena tema posyandu yang disampaikan sederhana dengan penggunaan kata, kalimat dan bahasa sehari-hari.

Lokasi yang strategis, tempat yang cukup memadai serta posisi pemasangan poster yang dapat terlihat oleh indra penglihatan, lebih menarik minat baca pengunjung puskesmas.

Pesan dapat dipahami karena teks didukung dengan gambar yang jelas, bahasa yang digunakan bahasa Sunda, penggunaan kata dan kalimat yang pendek dan tidak mempunyai arti lain. Isi pesan yang sederhana, dapat dipahami oleh pengunjung secara lebih baik.

5.2. Saran

Untuk lebih menarik perhatian pengunjung, gambar, pemasangan, edisi poster posyandu sebaiknya peal ini untuk menghindari rasa bosan pengunjung dan agar tidak terlihat monoton. Hasil pengamatan terlihat banyak poster yang sudah terlihat using dengan gambar dan warna yang sudah pudar.

Untuk lebih meningkatkan pemahaman pengunjung, sebaiknya isi pesan tidak hanya disampaikan secara tertulis saja, dan harus diulang secara lisan oleh petugas, penyuluh, dan ketua PKK.

DAFTAR PUSTAKA

Anitah, S. 2009. *Media pembelajaran*. Surakarta: Yuma Presindo

Aryani, D. 2009. *Buku Cerita Bergambar sebagai Media Promosi Kesehatan untuk Prevalensi Dini Kekerasan Seksual pada Siswa SD di Kota Yogyakarta.* Tesis. Yogyakarta: Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada

Bu, L & Fee, E. 2010. Communicating with Pictures: The Vision of Chinese Anti-Malaria Posters. *American Journal of Public Health*, 100

Daryanto. 2012. Media Pembelajaran. Bandung: Satu Nusa

Departemen Kesehatan RI. 2004. Pusat Promosi Kesehatan, Pengembangan Media Promosi Kesehatan, Jakarta

DeVito J. A. 1997. Komunikasi antarmanusia.(Terjemahan). Profesional Books, Jakarta.

Ewles, L., dan Simnett I., (1994). *Promosi kesehatan petunjuk praktis (2nd ed.).* Yogyakarta: UGM Press.

Goyer RS. 1970. Communication, Communicative Process, Meaning : Toward a Unified Theory. Journal of Communication 20.

Huddle, P.A. 2000. How to Present A Paper or Poster. *Journal of Chemical Educatio*, 77(9)

Johnstone, M.J. & Kanitsaki, O. 2006. Culture, lan-guage, and patient safety: making the link. *International Journal for Quality in Health Care*, 18

Khairuna, G. 2012. Penyuluhan Gizi dengan Media Komik untuk Meningkatkan Pengetahuan tentang Keamanan Makanan Jajanan. *Jurnal Kemas*, 8 (1): 67-73

Kriyantono, Rachmat. 2012. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.

Lawson, G. 2005. The Poster Presentation: An Exer-cise In Eff ective Communication. *Journal of Vascular Nursing*, 23

Musfiqon. 2012. Pengembangan Media dan Sumber Pembelajaran. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya.

Nana Sudjana dan Ahmad Rivai. 2010. Media Pengajaran. Bandung: Sinar Baru Algensindo.

Sajadian, A. & Montazeri, A. 2004. Do women read poster displays on breast cancer in waiting rooms?. *Journal of Public Health*, 26(4): 355–358

Smith, R. 2007. Media Depictions of Health Topics: Challenge and Stigma Formats. *Journal of Health Communication: International Per-spectives*, 12(3): 233-249

Suleman, A.H. (1998). *Media audio visual*: *Untuk pengajaran, penerangan dan penyuluhan*. Jakarta: PT Gramedia.

Wilson, B.J. 2007. Designing Media Message about Health dan Nutrition: What Strategies Are Most Eff ective?. *Journal Nutrition Education Behavior*, 39: S13-S1

Biodata Ketua Tim Pengusul

A. Identitas Diri Ketua Tim Pengusul

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Sumartono, S.Sos., M.Si
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4	NIP/NIK/	204040288
5	NIDN	0307036802
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Jakarta, 7 Maret 1968
7	Email	sumartono@esaunggul.ac.id
8	No Telpon/HP	081808162139
9	Alamat Kantor	Jl. Terusan Arjuna No 9 Kebon Jeruk Jakarta Barat
10	No Telpon	021. 5674223 / 021 5674159
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S1= . . . .orang, S2=. . . .0rang
12	Mata Kuliah yang Diampu	1. Pengantar Ilmu Komunikasi
		2. Komunikasi Antar Pribadi
		3. Psikologi Komunikasi
		4. Pendapat Umum
		2. Komunikasi Massa
		Dst

A. Riwayat Pendidikan

	Strata 1	**Strata 2**	**Strata 3**
Nama Perguruan Tinggi	IISIP Jakarta	IPB	
Bidang Ilmu	Komunikasi	Komunikasi	
Tahun Masuk-Lulus	1989-1994	2001-2004	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Profil Iklan Pada Tabloid Nova	Objektivitas Pemberitaan Konflik Ambon pada Surat Kabar Kompas dan Republika	
Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Udi Rusadi, MSc	Prof. DR. Dedi Fardiaz	

B. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No	**Tahun**	**Judul Penelitian**	**Pendanaan**	
			Sumber*	**Jml (Rp)**
1.	2015	Kebiasaan Penggunaan Media Digital, Prestasi dan Perilaku Pelajar: Implikasi Proses Kulturisasi Teknologi Komunikasi dalam Lingkungan Pendidikan Generasi Z	Dikti	Rp. 85.850.000
2.	2015	Studi Eksploratori Terhadap Motivasi, Kebiasaan Dan Keamanan		

		Penggunaan Internet Di Kalangan Generasi Muda Jabodetabek		
3	2015	Karakteristik Isi Press Release Pemkot Depok: Studi Mengenai Kelengkapan, Pemenuhan Syarat Siaran Pers yang Baik	Univ. Esa Unggul	Rp. 5.950.000
4	2014	Analisa Penerapan Pedoman Perilaku Penyiaran Dan Standar Program Siaran (Sebuah Studi Kasus Ragam Persepsi Antara Kpi Dan Antv Pada Program Acara Pesbukers)		
5	2014	Motif dan Pola Menonton Siaran TV Swasta Nasional pada Mahasiswa Fikom Ubhara Jaya	Univ Esa Unggul	Rp.9.750.000
6	2013	Terpaan Tayangan Drama Korea dan Perilaku Fashion Ke-Koreaan di Kalangan Mahasiswa Fikom Ubhara Jaya	Univ. Esa Unggul	Rp. 9.570.000

**Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun dari sumber lainnya*

C. Pengalaman Pengabdian Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir: **belum ada**

D. Publikasi Artikel Ilmiah Pada Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomer/Tahun
	Kajian Sosio-Psikologi Komunikasi Online Di Kalangan Generasi Y Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Indonesia		
1.	Karakteritik Siaran Pers Pemkot Depok: Studi Mengenai Kelengkapan, Pemenuhan Syarat Siaran Pers yang Baik	Komunikologi	Vol. 13 No 1, Maret 2016
2.	Motif dan Pola Menonton Siaran TV Swasta Nasional pada Mahasiswa Fikom Ubhara Jaya	Komunikologi	Vol.12 No. 2, September 2015

E. Pemakalah Seminar Ilmiah (*oral presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir: Belum ada

No	Nama tema Ilmiah / seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

F. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir: **belum ada**

G. Perolehan HKI dalam 10 Tahun Terakhir: **belum ada**

H. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik / Rekayasa Sosial Lainnya dalam 10 Tahun Terakhir: **belum ada**

I. Penghargaan dalam 10 Tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi, atau institusi lainnya): **belum ada**

Semua data yang isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hokum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.