

Pernyataan atau fakta secara umum bahwa kesadaran menulis di perguruan tinggi rendah, tidak berlaku di lingkungan Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) khususnya Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, melalui program atau proyek “AyoMenulisFISIP”.

Tulisan-tulisan mereka tidak hanya memiliki kualitas pemaparan fakta, data, permasalahan, pembahasaan, kesimpulan dan saran, namun juga memiliki “news peg” (cantelan peristiwa) atau aktual. Kalaupun kurang aktual tetap tersaji “ever green”. Isu-isu, fenomena, persoalan apapun yang diangkat dalam tulisan-tulisan opini di koran akan memiliki makna tersendiri, selain tidak sekadar terdengar dan diketahui di lingkup kelas.

Dalam dinamika kehidupan yang kian kompleks, sumbangan ide, gagasan atau informasi dari kampus akan sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam menjalani kehidupan mereka. Semoga karya bermakna ini memberikan inspirasi dan motivasi bagi siapa saja untuk melakukan hal yang sama.

Y.B. Margantoro

Redaktur Senior Harian “Bernas Jogja” dan Direktur LPJB

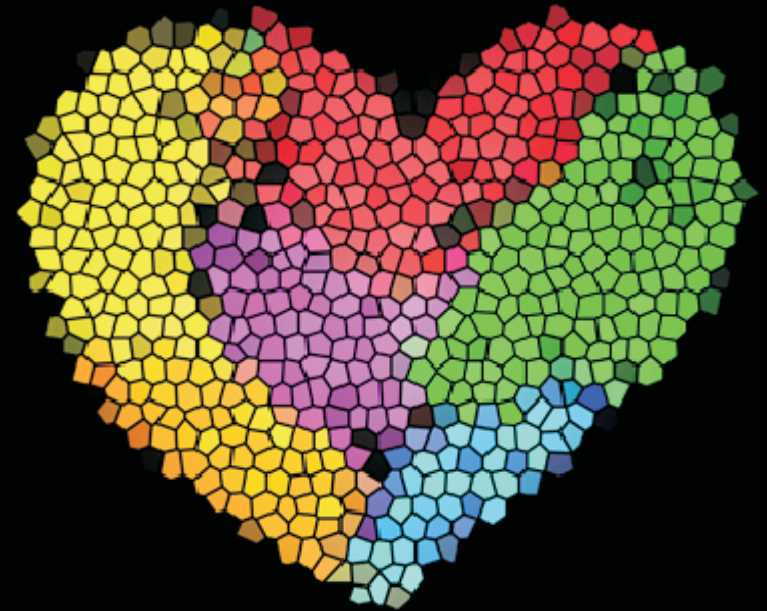


Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

ISBN: 000-000-00000-0-0



MOZAIK INDONESIA Catatan atas Fenomena Komunikasi, Politik, Sosial, dan Hukum di Indonesia



MOZAIK INDONESIA

**Catatan atas
Fenomena
Komunikasi, Politik,
Sosial, dan Hukum
di Indonesia**

Kata Pengantar:
Y.B. Margantoro



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Editor:
Lukas S. Ispandriano
Yohanes Widodo

MOZAIK INDONESIA

MOZAIK INDONESIA

Catatan atas Fenomena Komunikasi, Politik, Sosial, dan Hukum di Indonesia

Kata Pengantar:
Y.B. Margantoro

Editor:
Lukas S. Ispandriarno
Yohanes Widodo

Penerbit



**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

MOZAIK INDONESIA

© 2012

Penerbit:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 6 Yogyakarta 55281
Telepon: (0274) 487711 ext. 4120
Website: <http://fisip.uajy.ac.id>

Editor:

Lukas S. Ispandriarno dan Yohanes Widodo

Tim Penulis:

Lukas Suryanto Ispandriarno, Yudi Perbawaningsih, MC. Ninik Sri Rejeki, Setio Budi Hendro Hutomo, Bonaventura Satya Bharata, Donatus Danarka Sasangka, Yohanes Widodo, Desideria Cempaka, Dhyah Ayu Retno Widyastuti, Lucinda, Stefanus Nindito, Imma Indra Dewi Windajani

Desain dan Tata Letak

Johan de Mello

Cetakan pertama: Februari 2012

ISBN: 000-000-00000-000-0

Daftar Isi

iv	Daftar Isi
x	Kata Pengantar Y.B. Margantoro
xiii	Sekapur Sirih <i>Bagian Kesatu: PUBLIK RELATIONS</i>
2	Menyorot Praktik Humas Perusahaan Yudi Perbawaningsih
6	Amuk Buruh: Diversitas Kultural dan Kompetensi Komunikasi MC. Ninik Sri Rejeki
10	Strategi Pertahanan Citra SBY Yudi Perbawaningsih
	Bagian Kedua: IKLAN
16	Iklan Susu Formula vs Kampanye ASI Desideria Cempaka Wijaya Murti
21	Sepak Bola Indonesia dan Iklan Desideria Cempaka Wijaya Murti
25	Wisata Tani: Belajar dari Maori Desideria Cempaka Wijaya Murti

Bagian Ketiga: JURNALISME

- 30 Stop Berita Susno!**
Lukas Suryanto Ispandriarno
- 34 Gagalnya Nalar Jurnalistik Utilitarian**
Donatus Danarka Sasangka
- 38 Empati Media pada Peristiwa Bencana**
Bonaventura Satya Bharata
- 42 Mengapa “Operasi Patuh” Tak Boleh Diliput?**
Lukas Suryanto Ispandriarno
- 45 Pers dan Kejujuran Pejabat Publik**
Lukas Suryanto Ispandriarno
- 48 Korporasi Media dan Kepentingan Publik**
Bonaventura Satya Bharata
- 52 Media dan Popularitas Soeharto**
Bonaventura Satya Bharata

Bagian Keempat: POLITIK/KEBIJAKAN

- 58 E-Voting: Belajar dari Kabupaten Jembrana**
Yohanes Widodo

- 62 **DPR dan Opini Publik**
Yohanes Widodo
- 66 **Perjuangan Membentuk Komisi Informasi**
Lukas Suryanto Ispandriarno
- 70 **Bencana dan Pembelajaran Bangsa**
Setio Budi Hendro Hutomo
- 74 **Akses Informasi bagi Kualitas Perempuan
Pekerja Migran**
Dhyah Ayu Retno Widyastuti
- 80 **Email Komisi VIII DPR**
Yohanes Widodo
- 82 **Belajar “Bencana” dari Jepang**
Yohanes Widodo
- Bagian Kelima: SOSIAL*
- 87 **Konversi Gas: Kebijakan *Pro*-Rakyat yang
Mencelakakan Rakyat**
Lucinda
- 91 **Di Tengah Kepungan Bisnis Ritel**
Lucinda

- 95 **Skripsi, 'Mahkota' Mahasiswa?**
Yohanes Widodo
- 99 **Wacana Tubuh dalam Pornografi**
Stefanus Nindito
- 103 **Budaya Paksa dan Budaya Amuk**
Lucinda
- Bagian Keenam: HUKUM*
- 108 **Aksesibilitas Penyandang Cacat**
Imma Indra Dewi Windajani
- 112 **Kecelakaan Kereta Api**
Imma Indra Dewi Windajani
- 117 **Pekerja Kontrak**
Imma Indra Dewi Windajani

Kata Pengantar

Y. B. Margantoro

ADANYA mitos bahwa menulis perlu bakat, merasa “tidak” memiliki waktu karena kesibukan yang amat sangat, inspirasi atau ide yang tidak kunjung datang, sulit untuk memulai menulis, ragu-ragu, tidak percaya diri, beranggapan bahwa menulis tidak menguntungkan, dan lain-lain, menjadi hambatan banyak orang untuk menulis.

Menulis sebagai sarana mengungkapkan ide, gagasan, pemikiran, aspirasi, gugatan, informasi, pengetahuan, imajinasi, sampai pengalaman empiris merupakan keniscayaan. Masalahnya adalah tidak semua orang mau mulai membaca, berdialog, menjalani pengalaman empiris sampai berimajinasi ria. Maka ketika suatu saat harus memulai menulis, karena dorongan atau paksaan, hambatan itu pun muncul dan terus menjadi momok.

Membaca dan menulis semestinya menjadi “hak” dan “kewajiban” setiap insan. Apalagi civitas akademika sebuah lembaga pendidikan tinggi, membaca dan menulis adalah bagian yang tidak terpisahkan dari dinamika intelektualitas dan tanggung jawab sosial. Namun apakah dinamika “satu paket” itu sudah menjadi kebiasaan atau tradisi kalangan akademisi?

Direktur Penerbit Naufan Pustaka Deni Asy’ri dalam sebuah diskusi penulisan buku di sebuah perguruan tinggi swasta (PTS) di Yogyakarta, medio 2011, mengemukakan, budaya kesadaran menulis buku di lingkungan masyarakat kampus saat ini dinilai masih rendah. Hal itu dibuktikan dengan minimnya jumlah terbitan buku di Indonesia saat ini.

Saat ini, Indonesia hanya menerbitkan sekitar 7.000 judul buku setiap tahun. Jumlah tersebut sangat jauh apabila dibandingkan dengan negara-negara maju seperti Amerika Serikat yang mampu menerbitkan 75.000 judul setiap tahun.

Menurut direktur penerbit buku itu, sebenarnya Indonesia memiliki potensi besar untuk menerbitkan karya-karya akademik seperti buku karena memiliki pangsa pasar yang luas. Kecilnya jumlah terbitan buku mengindikasikan masih rendahnya budaya menulis di lingkungan masyarakat kampus, khususnya menulis buku.

Namun pernyataan atau fakta secara umum bahwa kesadaran menulis di perguruan tinggi rendah, tidak berlaku di lingkungan Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) khususnya Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik. Melalui program atau proyek “AyoMenulisFISIP” dosen-dosen fakultas itu dan didukung dosen fakultas hukum universitas yang sama paling tidak sejak 1,5 tahun silam secara rutin setiap Selasa menulis di koran khususnya Harian “Bernas Jogja”. Bahkan, kumpulan tulisan itu kemudian dibukukan dalam judul “Mozaik Indonesia : Catatan atas Fenomena Komunikasi, Jurnalisme, Hukum dan Sosial”.

Lepas dari konsentrasi studi FISIP (dan Fakultas Hukum) memang di bidang komunikasi, jurnalisme, hukum dan sosial, namun dalam kenyataan di lapangan ke empat bidang tersebut dapat menjadi “pintu masuk “ dalam membahas dan melaksanakan pembangunan. Bidang komunikasi kiranya merupakan ilmu atau sektor pembangunan yang dapat masuk ke hampir semua sektor pembangunan. Demikian pula jurnalisme , sebagai bidang ilmu maupun jembatan bagi kebijakan pemerintah dan saluran aspirasi publik, memiliki peran strategis antara lain untuk praktek kehumasan. Sedangkan bidang hukum dan bidang sosial juga tidak dapat diabaikan dalam pembangunan secara keseluruhan. Keberhasilan pembangunan bidang ini akan menentukan keberhasilan pembangunan pada umumnya. Sebaliknya, kegagalan di sektor hukum dan sosial akan berdampak sangat fatal.

Selama ini, penulisan para dosen FISIP dan Fakultas Hukum UAJY terkait dengan keempat bidang itu tidak hanya memiliki kualitas pemaparan fakta, data, permasalahan, pembahasan, kesimpulan dan saran, namun juga memiliki “news peg” (cantelan peristiwa) atau aktual. Kalaupun kurang aktual tetap tersaji “ever green”. Isu-isu, fenomena, persoalan apapun yang diangkat dalam tulisan-tulisan opini di koran akan memiliki makna tersendiri, selain tidak sekadar terdengar dan diketahui di lingkup kelas.

Kembali ke soal komitmen, kompetensi dan konsistensi dosen-dosen FISIP dan Fakultas Hukum UAJY dalam mengangkat masalah bersama melalui tulisan di Harian “Bernas Jogja” dan kemudian dibukukan ini jelas merupakan sumbangsih yang layak diapresiasi. Bagi media pers, kehadiran karya tulis akademisi yang berkualitas akan turut mendongkrak kualitas koran bersangkutan. Dalam dinamika kehidupan yang kian kompleks, sumbangan ide, gagasan atau informasi dari kampus akan sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam menjalani kehidupan mereka.

Akhirnya, kami dari Harian “Bernas Jogja” dan Lembaga Pelatihan Jurnalistik Bernas Jogja (LPJB) mengucapkan terima kasih dan selamat kepada pimpinan FISIP dan Fakultas Hukum UAJY atas kepercayaan, kerjasama dan penerbitan buku “Mozaik Indonesia” ini. Semoga karya bermakna ini memberikan inspirasi dan motivasi bagi siapa saja untuk melakukan hal yang sama.

Y.B. Margantoro

Redaktur Senior Harian “Bernas Jogja” dan Direktur LPJB

Sekapur Sirih

Buku Mozaik Indonesia: Catatan atas Fenomena Komunikasi, Politik, Sosial, dan Hukum di Indonesia ini berawal dari paguyuban “AyoMenulisFISIP” di lingkungan FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Bekerja sama dengan Harian Bernas Jogja, tulisan para dosen anggota Ayo Menulis FISIP tampil di halaman Opini Bernas Jogja, sejak 13 April 2010, setiap hari Selasa.

Penulisnya adalah dosen-dosen di FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang memiliki dua program studi: Ilmu Komunikasi dan Sosiologi. Karena itu, topik atau isu yang hadir pun seputar PR, Iklan, Jurnalisme, dan isu-isu sosial maupun politik. Beruntung, ada dosen Fakultas Hukum yang bergabung, sehingga menambah khazanah/perspektif Hukum.

“AyoMenulisFISIP” mengajak para dosen untuk menyampaikan gagasan atau buah pikirannya dalam bentuk artikel opini. Ini merupakan bagian dari *academic discourse* dan diseminasi ilmu sekaligus mengemban amanah tri dharma perguruan tinggi.

Sistemnya seperti arisan. Setiap penulis yang bergabung akan mendapat jatah atau giliran menulis. Meski belum semua dosen FISIP bergabung, namun rutinitas dan intensitas mereka untuk menulis sejauh ini menunjukkan bahwa gerakan ini cukup masif dan menjadikan aktivitas menulis seperti halnya aktivitas berenang. Awalnya sulit, namun ketika terbiasa akan terasa nikmat, tanpa beban.

Kami pun kami berinisiatif untuk membukukan tulisan-tulisan tersebut. Isinya memang beragam. Kebanyakan menyoroti *current affair* yang pernah menjadi *trending topic*, meski terpisah-pisah.

Buku ini menjadi kumpulan serpihan isu, fenomena, dan persoalan yang mengemuka, kemudian dikumpulkan dan dirajut menjadi sebuah mozaik Indonesia.

Harapan kami, tulisan-tulisan yang terpisah-terpisah itu bisa menjadi catatan penting untuk melihat kembali dan berefleksi tentang Indonesia. Bagaimana hasilnya? Sidang pembaca yang akan menilainya.

Salam ayo menulis,

Lukas S. Ispandriarno
Yohanes Widodo
Editor

Korporasi Media dan Kepentingan Publik

Bonaventura Satya Bharata

Ada dua peristiwa penting yang mewarnai jagat media kita selama satu bulan terakhir ini, baik di tataran global maupun di tataran nasional. Untuk peristiwa pertama atau di tataran global adalah batalnya pembelian televisi berbayar terbesar Inggris, *British Sky Broadcasting (BSkyB)* oleh raja media yang bermarkas di New York, Rupert Murdoch. Murdoch yang semula berambisi memperluas jaringan media globalnya di Inggris, gagal mengakuisisi *BSkyB* karena tersangkut skandal penyadapan data telepon yang dilakukan oleh salah satu jaringan media miliknya. Pemerintah dan parlemen Inggris bahkan memberikan dukungan atas batalnya rencana pembelian *BSkyB* dan menginstruksikan perlunya penyelidikan terhadap kasus penyadapan data telepon tersebut.

Peristiwa kedua di tataran nasional justru berkebalikan dengan apa yang terjadi di tataran global. Bila Murdoch gagal membeli *BSkyB* di Inggris, *Para Group* berhasil membeli situs jurnalisme online Detik.Com. *Para Group* diketahui sebagai salah satu kelompok bisnis besar di Indonesia yang memiliki beberapa sektor usaha, di antaranya bidang usaha di sektor media. Imperium media *Para Group* ini dinamakan *Trans Media Corporation* atau yang biasa disingkat menjadi *Trans Corp.*

Trans TV dan Trans 7 adalah dua lembaga penyiaran swasta yang dimiliki oleh *Para Group* melalui *Trans Media Corporation*. Selain memiliki imperium media, *Para Group* juga memiliki saham di beberapa bidang usaha yang lain. Sebut saja Bank Mega di sektor perbankan dan *Carrefour* di sektor retail. Khusus untuk kasus pembelian Detik.Com ini, sebuah majalah berita mingguan menuliskan bahwa *Para Group* menggelontorkan dana segar lebih dari setengah triliun rupiah untuk masuk ke *Agrinet Multicitra Sibercom*, perusahaan yang menaungi Detik.Com. Penggelontoran

dana ini tentu bukan tanpa tujuan. Bila tahun lalu, Detik.Com berhasil memperoleh iklan 100 milyar rupiah, tahun ini ditargetkan memperoleh iklan di atas 120 milyar rupiah.

Ditinjau dari perspektif bisnis atau ekonomi pasar, bisa jadi kedua kasus ini terkesan biasa saja atau tidak ada yang istimewa. Sebuah perusahaan besar membeli perusahaan lain dalam rangka ekspansi bisnis perusahaan besar tersebut. Bagi perusahaan yang membeli, pembelian ini diharapkan semakin mendatangkan keuntungan yang lebih besar lagi. Buat perusahaan yang dibeli, diharapkan akan mengalami peningkatan performa di masa yang akan datang sebagai perusahaan yang lebih kompetitif. Bila pun gagal, peristiwa ini juga merupakan hal yang lumrah terjadi di dunia bisnis, seperti yang dialami oleh Rupert Murdoch ketika gagal membeli BSkyB. Dalam berbisnis, tentu tidak melulu diwarnai dengan keberhasilan. Kegagalan juga dapat mewarnai perjalanan bisnis pelaku usaha. Lalu di mana masalah dalam peristiwa bisnis tersebut ?

Masalah muncul bila peristiwa bisnis ini kebetulan menyentuh bidang usaha yang memiliki persinggungan dengan kepentingan publik yang besar. Harus diakui, kedua perusahaan raksasa media ini memiliki persinggungan dengan kepentingan publik yang demikian besar karena *core business*nya adalah informasi. Informasi ini yang nantinya akan menjadi komoditas bagi kedua perusahaan raksasa media untuk dicari, diolah, dan disebarkan kepada publik. Belum menjadi masalah bila kepemilikan media masih dimiliki oleh banyak pihak. Tidak adanya dominasi atas informasi pun relatif masih terjaga atau dapat dikontrol dengan banyak dan beragamnya pemilik media.

Peliknya peristiwa bisnis ini adalah ketika muncul fenomena pemusatan kepemilikan media seperti yang terjadi dalam dua dasawarsa terakhir. Kasus Rupert Murdoch (walaupun gagal) dan pembelian saham Detik.Com merupakan bagian dari fenomena pemusatan kepemilikan media baik dalam skala global maupun nasional. Kekhawatiran akan adanya dominasi informasi tentu tidak dapat dielakkan. Muaranya adalah terabaikannya kepentingan publik yang sebenarnya memiliki hak atas informasi yang beragam dan bermanfaat. Kekhawatiran ini tentu bukan mengada-ada, mengingat pula kedua perusahaan raksasa media tersebut, karena berbasis pada industri, mengelola media dengan pendekatan pasar.

Konsep spasialisasi dalam kajian komunikasi kritis mampu menjelaskan fenomena ini. Konsep spasialisasi (Mosco, 1996) merupakan sebuah proses yang terjadi dalam realitas sosial di mana masalah ruang dan waktu menjadi titik perhatian penting. Pada dunia industri misalnya, spasialisasi merupakan upaya bagaimana dapat melakukan perpindahan barang atau kapital tanpa dibatasi ruang (jarak) dan waktu. Hal ini tentu menjadi perhatian penting bagi para pelaku usaha. Tanpa dibatasi ruang (jarak) misalnya, lalu bagaimana perpindahan tersebut dapat dilakukan antar wilayah seperti antar provinsi, antar negara, bahkan antar benua. Sedangkan tanpa dibatasi waktu misalnya bagaimana proses perpindahan tersebut dapat dilakukan dengan cepat, tidak dibatasi oleh waktu siang ataupun malam.

Dalam kajian komunikasi kritis, masalah ruang dan waktu ini menjadi titik perhatian penting bagi pengelola media. Seperti lembaga pemberitaan misalnya, bagaimana menyajikan berita secepat mungkin bagi audiensnya. Dengan demikian penggunaan dan improvisasi teknologi komunikasi dan informasi menjadi sangat penting artinya bagi pengelola media, karena semua dimaksudkan untuk mengecilkkan secara signifikan masalah kendala ruang dan waktu. Orientasinya jelas, yakni untuk memaksimalkan keuntungan (profit) itu sendiri. Wacana spasialisasi pada industri media bermuara pada bentuk-bentuk lembaga media, apakah akan tunggal atau berjejaring, apakah akan berskala kecil atau berskala besar (korporasi). Semakin berjejaring dan berskala besar (berbentuk korporasi), tentu semakin mengatasi persoalan ruang dan waktu.

Apa yang terjadi pada Rupert Murdoch dalam upayanya membeli *BSkyB* dan *Detik.com* yang diakuisisi oleh *Para Group* melalui *Trans Media Corpora*, merupakan gejala terjadinya spasialisasi. Dalam kajian komunikasi massa, semua ini dikenal dengan konsep kepemilikan silang (*cross ownership*). Kepemilikan silang merupakan bentuk penggabungan perusahaan media yang memiliki basis yang tidak sejenis, Misalnya perusahaan media seperti televisi mencoba membeli perusahaan surat kabar tertentu. Tujuannya tentu selain untuk memperbaiki manajemen media yang dibeli, juga melihat bahwa perusahaan media tersebut mampu melipatgandakan keuntungan perusahaan yang membeli. Tidak jarang pula selain tujuan ekonomi, terdapat pula tujuan-tujuan tersembunyi, seperti tujuan politik yang tidak diketahui oleh publik.

Semua peristiwa ini tentu memiliki konsekuensi menggerogoti kepentingan publik untuk mendapatkan informasi yang beragam dan bermanfaat dari media, lepas dari dominasi pemilik dan dominasi kapital. Bila ini sampai terjadi, media tidak lagi mendukung berkembangnya iklim demokratis yang baik bagi publik. Media justru mendukung terciptanya tatanan masyarakat yang tidak demokratis. Tentu saja kondisi ini tidak diinginkan oleh masyarakat kita. Oleh karenanya, masyarakat perlu terus mengembangkan media-media alternatif (seperti media publik dan komunitas). Selain sebagai wacana tanding bagi media-media *mainstream* yang dimiliki oleh perusahaan raksasa media global dan nasional, juga untuk menjamin terselenggaranya informasi yang beragam dan bermanfaat. Hingga akhirnya mampu menjamin kepentingan publik untuk mendapatkan informasi. []

Sumber Tulisan

- 1 Menyorot Praktik Humas Perusahaan**
Bernas Jogja, 8 Juni 2010
- 2 Amuk Buruh: Diversitas Kultural dan Kompetensi Komunikasi**
Bernas Jogja, 4 Mei 2010
- 3 Strategi Pertahanan Citra SBY**
Bernas Jogja, 22 Maret 2011
- 4 Iklan Susu Formula vs Kampanye ASI**
Bernas Jogja, 31 Agustus 2010
- 5 Sepak Bola Indonesia dan Iklan**
Bernas Jogja, 20 Desember 2010
- 6 Wisata Tani: Belajar dari Maori**
Bernas Jogja, 19 Mei 2011
- 7 Stop Berita Susno!**
- 8 Gagalnya Nalar Jurnalistik Utilitarian**
Bernas Jogja, 20 April 2010
- 9 Empati Media pada Peristiwa Bencana**
Bernas Jogja, 2 November 2010
- 10 Mengapa “Operasi Patuh” Tak Boleh Diliput?**
Bernas Jogja, 10 Agustus 2010
- 11 Pers dan Kejujuran Pejabat Publik**
Bernas Jogja, 5 April 2010
- 12 Korporasi Media dan Kepentingan Publik**
Bernas Jogja, 16 Agustus 2010
- 13 Media dan Popularitas Soeharto**
Bernas Jogja, 24 Mei 2011
- 14 E-Voting: Belajar dari Kabupaten Jembrana**
Bernas Jogja, 13 April 2010
- 15 DPR dan Opini Publik**

Bernas Jogja, 14 September 2010

16 Perjuangan Membentuk Komisi Informasi

Bernas Jogja, 19 Oktober 2010

17 Bencana dan Pembelajaran Bangsa

Bernas Jogja, 9 November 2010

18 Akses Informasi bagi Perempuan Pekerja Migran

Bernas Jogja, 19 Juli 2011

19 Email Komisi VIII DPR

Bernas Jogja, 10 Mei 2011

20 Belajar “Bencana” dari Jepang

Bernas Jogja, 15 Maret 2011

21 Konversi Gas: Pro-Rakyat yang Mencilakakan Rakyat

Bernas Jogja, 20 Juli 2010

22 Di Tengah Kepungan Bisnis Ritel

Bernas Jogja, 18 Mei 2010

23 Skripsi, ‘Mahkota’ Mahasiswa?

Bernas Jogja, 12 Juli 2011

24 Wacana Tubuh dalam Pornografi

Bernas Jogja, 13 Juli 2010

25 Budaya Paksa dan Budaya Amuk

Bernas Jogja, 27 September 2011

26 Aksesibilitas Penyandang Cacat

Bernas Jogja, 21 September 2010

27 Kecelakaan Kereta Api

Bernas Jogja, 12 Oktober 2010

28 Pekerja Kontrak

Bernas Jogja, 14 Juni 2011