

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PEMANFAATAN BLOG  
SEBAGAI MEDIA PERIKLANAN  
(Studi Mahasiswa Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam,  
Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**SUFRATUL AINI  
NIM. 1604011388  
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM – BANDA ACEH  
1441 H / 2021 M**

## SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 Dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**SUFRATUL AINI  
NIM. 160401138**

Disetujui Oleh:

UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh

AR-RANIRY

Pembimbing I,



**Ridwan Muhammad Hasan, Ph. D**  
NIP. 197104132005011002

Pembimbing II,



**Anita. Ag. M. Hum**  
NIP. 197109062009012002

# Skripsi

Telah dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
Dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh

SUFRATUL AINI  
NIM. 160401138

Pada Hari/Tanggal

Senin, 2 Juli 2021 M  
23 Zulhijrah 1442 H

di

Darussalam - Banda Aceh

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua

Ridwan Muhammad Hasan, Ph.D  
NIP. 197104132005011002

Sekretaris

Anita, S.Ag., M.Hum  
NIP.197209062009012002

Anggota I,

Drs. Syukri Syamaun, M.Ag  
NIP.1964123119960311006

Anggota II,

Syahtil Furgany, M.I. Kom  
NIP.198904282019031011

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry



Dr. Fakhri, S.Sos., M.A.  
NIP. 196411291998031001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Sufratul Aini

NIM : 160401138

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 26 Juli 2021

Yang Menyatakan,



*Sufratul Aini*  
**Sufratul Aini**

**NIM. 160401138**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan kasih sayang dalam bentuk Rahmat dan nikmat-Nya, yaitu nikmat islam, nikmat iman dan nikmat ihsan. Shalawat dan salam atas junjungan nabi besar Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kejahilan ke alam yang penuh pengetahuan.

Syukur Alhamdulillah atas izin Allah dan ketetapanNya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan Blog sebagai Media Periklanan”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry.

Melalui kesempatan ini, penulis menyampaikan syukur dan terima kasih yang setulusnya kepada keluarga, yaitu Bapak Syahrul Ismail dan ibu Nuraini Mizan yang telah merawat dengan penuh pengorbanan yang tidak terhingga serta sanak saudara yang selalu ada. Selanjutnya terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para pembimbing yaitu pembimbing pertama Bapak Ridwan Muhammad Hasan, Ph.D. dan pembimbing ke dua, Ibu Anita. S.Ag., M. Hum yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga tidak lupa penulis sampaikan kepada Ibu Fajri Chairawati, S.Pd., M.A selaku penasehat Akademik yang mendukung sampai bisa sejauh ini.

SelanjutnyaUcapan terima kasih kepada semua elemen yang terlibat. Kepada Dr. Hendra Syahputra, ST., MM., Selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-

Raniry, kepada Bapak dan Ibu selaku dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah mengajar dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini. Serta teman-teman seperjuangan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk masukan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Besar harapan skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan semua pihak.

Banda Aceh, 26 Juli 2021  
Penulis,

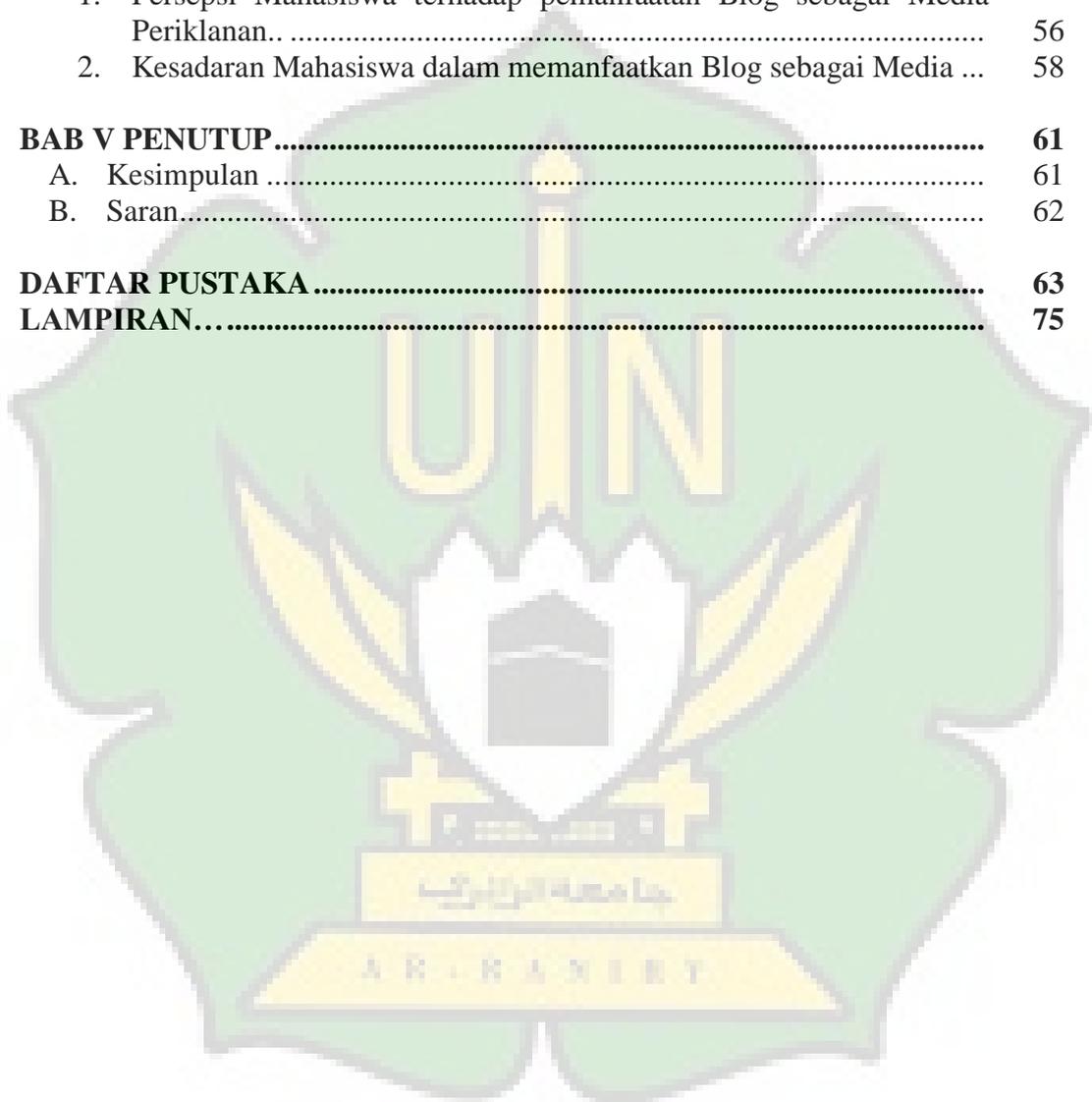
Sufratul Aini



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Terdahulu.....	10
B. Persepsi .....	12
1. Pengertian Persepsi.....	12
2. Jenis-Jenis Persepsi .....	13
3. Proses Terjadinya Persepsi .....	14
4. Hambatan Persepsi .....	14
C. Mahasiswa.....	15
1. Pengertian Mahasiswa .....	15
2. Ciri- Ciri Mahasiswa .....	16
D. Media Blog.....	16
1. Pengertian Blog .....	17
2. Sejarah Awal perkembangan blog.....	17
3. Tahap Pembuatan Blog.....	19
4. Keunggulan Blog .....	20
5. Manfaat Blog Bagi Mahasiswa .....	21
E. Media Periklanan .....	25
1. Pengertian Media Periklanan.....	25
2. Jenis Media periklanan .....	26
3. Blog Sebagai Media Periklanan .....	27
4. Kelebihan Iklan Melalui Blog .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
B. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	30
C. Teknik Pengumpulan Data.....	33
D. Teknik Analisis Data.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	36
1. Sejarah Berdirinya Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam .....	36
2. Visi dan Misi .....	37

3. Tujuan.....	38
4. Struktur Organisasi.....	39
B. Hasil Penelitian .....	40
1. Persepsi Mahasiswa terhadap Blog sebagai Media periklanan .....	40
2. Kesadaran Mahasiswa dalam memanfaatkan blog sebagai dakwah .	48
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	56
1. Persepsi Mahasiswa terhadap pemanfaatan Blog sebagai Media Periklanan.. .....	56
2. Kesadaran Mahasiswa dalam memanfaatkan Blog sebagai Media ...	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>



## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan Blog Sebagai Media Periklanan**)” Penggunaan media blog merupakan sesuatu yang lazim pada era globalisasi sekarang, terkhusus pada mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam. Blog sudah dimanfaatkan untuk berbagai hal seperti media pembelajaran dan sarana hiburan. Jika ditelusuri lebih dalam, blog memiliki manfaat dengan jangkauan yang lebih luas misalnya sebagai media periklanan dan sarana dakwah. Namun pemanfaatan belum mencapai ke arah tersebut sehingga kurang optimalnya pemanfaatan blog menjadi latar belakang dari penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ialah mengetahui persepsi mahasiswa terhadap pemanfaatan blog sebagai media periklanan, dan untuk mengetahui tingkat kesadaran para mahasiswa dalam menggunakan blog sebagai media dakwah. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mewawancarai 15 narasumber yang berasal dari angkatan 2016, 2017, dan 2018 pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Hasil penelitian menunjukkan kurangnya pengoptimalan blog dari pihak mahasiswa. data menunjukkan hanya 2 narasumber yang memanfaatkan blog secara optimal, pada kasus ini makna optimal diartikan sebagai mereka memahami dan menggunakan blog sebagai media periklanan (menulis dan mengakses informasi secara sekaligus) dan 13 narasumber masih belum optimal. Pandangan mereka secara garis besar melihat blog sudah mulai ditinggalkan seiring banyaknya platform baru yang bermunculan. Begitupun pada kasus kesadaran dalam memanfaatkan blog sebagai media dakwah. Tingkat kesadaran mahasiswa dalam memanfaatkan blog sebagai media dakwah juga beragam, menulis atau mengakses. namun jauh dari kata optimal yaitu memanfaatkan pada kedua bagian, para mahasiswa berasumsi sekiranya blog adalah sebuah wadah yang tidak bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya sehingga tidak disarankan untuk menulis konteks keagamaan atau mengakses di wadah tersebut.

**Kata Kunci:** *Persepsi, Blog, Iklan, Media dakwah*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi yang semakin pesat ini, kemudahan perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat akses komunikasi menjadi tak terbatas lagi untuk dinikmati. Segala jenis media pun berkembang jauh dari tujuan utamanya yaitu sebagai alat komunikasi. Media mampu berkembang ke berbagai sektor dalam waktu sekejap sehingga ia tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat, mulai dari pendidikan, pembangunan hingga perekonomian.

Dalam pendidikan, media menjadi salah satu alat pembelajaran yang mempunyai konotasi yang cukup luas dan menjadi salah satu komponen penting yang mendukung sistem pembelajaran. Menurut Ibrahim sebagaimana dikutip oleh Usep Kusniawan dalam bukunya menyatakan bahwa media pembelajaran dikatakan sebagai segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan (bahan pembelajaran) sehingga dapat merangsang perhatian, minat pikiran dan perasaan siswa dalam kegiatan belajar untuk mencapai tujuan pembelajaran tertentu.<sup>1</sup>

Salah satu media yang seharusnya akrab digunakan dalam kegiatan pembelajaran saat ini adalah media blog. Blog merupakan sebuah *website* atau jurnal *online* yang berisi informasi dalam bentuk tulisan yang dimuat sebagai posting pada sebuah halaman web. Penggunaan *website* tersebut mengandung isi

---

<sup>1</sup> Kusniawan Usep, *Pengembangan Media Pembelajaran Anak Usia Dini*, (Malang: Gunung Samudra, 2016) hal. 6

dalam urutan waktu terbalik dan akan ditampilkan terlebih dahulu yang berlanjut diikuti postingan lama.<sup>2</sup> Dalam definisi yang lebih formal, ia dilirik sebagai salah satu tempat mengekspresikan diri melalui tulisan. Adapun blogger merupakan sebutan untuk mereka yang melakukan aktivitas blogging. Blogging dikatakan juga sebagai aktivitas menulis jurnal harian di media online. Tidak hanya menulis jurnal online, aktivitas blogging ini meliputi dari mulai saat seseorang blogger menuangkan idenya ke dalam tulisannya, lalu mengunggahnya ke blog, kemudian mengunjungi blog lain, hingga meninggalkan jejak komentar pada blog yang dikunjungi.<sup>3</sup> Saat ini penggunaan blog bahkan lebih dari sekedar hobi.

Penerapan media blog akan sangat menunjang proses pembelajaran jika dapat dimanfaatkan dengan baik, akan tetapi dalam dunia pendidikan, pemanfaatan blog masih sangat minim dalam penerapannya. Penggunaan referensi dari sebuah blog tidak dapat digunakan sebagai sumber acuan pembelajaran, hal ini disebabkan media blog tidak menampilkan proses pengumpulan data atau sumber, akibatnya teori yang ditampilkan berdampak pada persepsi kepercayaan terhadap informasi yang disediakan.<sup>4</sup> Oleh sebab itu penggunaan media blog saat ini lebih dimanfaatkan sebagai media hiburan, atau sarana ekspresi diri karena tidak dapat dijadikan sumber rujukan dalam dunia pendidikan.

Berbicara dengan konteks mahasiswa, secara umum mahasiswa dengan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dituntut untuk bisa menyampaikan

---

<sup>2</sup> Hakim Rachmad, *Cara Cerdas Mengelola Blog* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2008) hal. 1

<sup>3</sup> Kurnia, Nadhifa Salsabila, *Aktivitas Blogging Pada Komunitas Blogger Perempuan Network (BPN)*, Fakultas Sosial Politik, UNIKOM, 2019 hal.2

<sup>4</sup> Netsa, Dkk, *Eksistensi Blog Pribadi Sebagai Sumber Informasi Dan Referensi Dalam Ruang Lingkup Pendidikan*, Jurnal Iqra' Vol. XVI No.1, hal 7

sebuah pesan atau informasi secara efektif dan mencapai sasaran yang dituju. Jadi selain belajar menulis yang baik selayaknya jurnalistik, mereka juga dituntut untuk menguasai setiap perkembangan media baru agar selalu *update* terhadap informasi yang sedang hangat dibicarakan, prinsip mahasiswa komunikasi sendiri ialah “*Siapa yang memegang informasi, dia yang memegang kendali.*”<sup>5</sup> sehingga tidak mengherankan lulusan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam bisa ditemukan di berbagai tempat karena peranannya yang cukup maksimal ke berbagai sektor, selayaknya *journalist, public speaking, public relations, broadcast* hingga ke dunia *marketing*.

Adapun ketika berbicara perihal blog dalam dunia periklanan, maka hal tersebut termasuk dalam ruang lingkup subjek pembelajaran mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam seperti mata kuliah periklanan, teknologi informatika hingga industri media. Menariknya lagi, dalam praktiknya mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam di UIN Ar-Raniry sudah berhasil belajar untuk membuat *marketplace* atau yang lebih dikenal dengan kata pasar *online / pasar daring*, artinya secara dasar mereka sudah menguasai sebuah *prosedur* dalam membangun pasarnya, dan yang menjadi pertanyaan bagaimana kemampuan mereka dalam mengiklankan produknya.

Studi komunikasi menuntut mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam akrab dengan tulisan, media hingga periklanan, hal ini seharusnya mampu mendeskripsikan kemampuan untuk dapat memanfaatkan media blog sebagai salah satu media dalam praktik pengiklanan. Adapun istilah periklanan

---

<sup>5</sup><https://alumni.fisipol.ugm.ac.id/news/2016> Diakses 10 Mei 2021 pukul 10:15 WIB

dimaksudkan sebagai suatu proses kegiatan dari merancang hingga kampanye pada masyarakat, sedangkan iklan ialah produk yang disampaikan melalui media. Singkatnya periklanan ialah keseluruhan proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan dan penyampaian suatu produk yang disampaikan melalui iklan.<sup>6</sup>

Periklanan menjadi salah satu poin penting yang harus dikuasai oleh seluruh mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, terlepas dari keahlian yang pernah dipelajari oleh mahasiswa komunikasi. Semua orang perlu melakukan *personal branding* sebaik mungkin guna memberikan citra positif selayaknya dalam dunia kerja kelak. Jadi mereka diharuskan mengiklankan keahlian mereka dengan cukup maksimal, baik jasa maupun pengalaman yang pernah dialami. Adapun salah satu sarana yang bisa dimanfaatkan adalah blog.

Menggunakan blog sebagai saran bisnis memang suatu yang sangat dianjurkan terutama mahasiswa komunikasi yang berkaitan dengan media, Saat ini, Bisnis melalui internet adalah salah satu trend bisnis yang cukup berkembang. Dengan melakukan bisnis via internet (bisnis online) maka akan memperluas pangsa pasar (Market share) tidak hanya ketergantungan terhadap area penjualan seperti bisnis konvensional dengan membuka lapak atau toko di suatu daerah. Pangsa pasar dari bisnis online akan jauh lebih luas karena orang-orang di seluruh

---

<sup>6</sup> Kriyantono Rachmat, *Manajemen Periklanan*, ( Malang : Universitas Brawijaya Press, 2013 ), hal. 7

Indonesia bahkan di dunia dapat mengakses internet sehingga produk yang ditawarkan via internet akan jauh lebih mudah dan lebih laris<sup>7</sup>

Sisi lain, sungguh disayangkan sekiranya tujuan pemanfaat blog hanya sebagai sarana bisnis atau iklan padahal, banyak ilmu lain yang bisa dibagikan melalui blog baik disiplin ilmu dalam mata kuliah hingga cerita penuh hikmah dan opini yang telah didapatkan dalam pembelajarannya. Pada segi lain penggunaan blog dengan fokus utama uang (bisnis) membuat kekhawatiran sekiranya tidak dilandasi dengan niat kebaikan, sebagai contoh menghalalkan segala cara untuk mendapatkan pengunjung bahkan dengan cara yang salah yaitu postigan “adu domba” atau *hoax*. Hal inilah alasan pemanfaatan blog sebagai media periklanan atau bisnis harus diselarasakan dengan pemanfaatan blog sebagai media dakwah agar tidak terjadi penyelewengan dalam penggunaannya.

Adapun media dakwah bisa dikatakan sebagai satu elemen penting dalam dakwah. Media ini menentukan keberhasilan pelaksanaan dakwah, karena media adalah yang membuat pesan-pesan dakwah sampai ke masyarakat. Fungsi dakwah ini terbagi dua, yaitu bersifat universal dan yang bersifat khusus. Fungsi pertama melekat pada kode etiknya dan konsisten dalam membina dan menjaga moral dan etika masyarakat. (Alat kontrol) Adapun Fungsi kedua, yang berisi pesan islami pada media massa, dapat dilakukan dengan mendirikan media massa.<sup>8</sup>

Sepertinya di blog

---

<sup>7</sup> I Gede, dkk, *Pelatihan Pembuatan Blog Sebagai Media Promosi dan Bisnis Internet di Era Global Bagi Mahasiswa D3 UNDIKSHA*, Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Ganesha, hal.2

<sup>8</sup> Jafar Iftitah, *Wawasan Baru Dalam Pembacaan Ayat-Ayat Media Dakwah*, jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 14, No. 1, Juni 2013 hal.1

Antara Periklanan dan dakwah adalah dua bagian penting yang tidak bisa di pisahkan. Terutama faktor blog mampun enjadi sebuah sarana yang baik untuk wadah pengiklanan diri, ia bisa menjadi porfolio tambahan yang menunjukkan rekam jejak kemampuan pemilik dalam dunia digitalisasi, terutama bagi mahasiswa komunikasi, sekiranya mahasiswa tidak punya alat alat control dalam tulisannya di media blog tentu hal tersebut akan menjadi rekam jejak digital yang mempersulit diri dikemudian hari. Semisal membuat konten yang menyeleweng layaknya adu domba, hingga postingan *review* produk yang tidak jujur hanya dengan alasan menerima semua kerjasama tanpa ada *filter*.

Hal ini menjadi alasan untuk bisa memanfaatkan blog secara optimal, terutama untuk para mahasiswa komunikasi yang sudah paham perkembangan media blog, perihal ini menjadi tanda tanya ketika blog yang sudah dikenal jauh hari namun hanya sebatas kebutuhan pengajaran yang dipaksakan seperti tugas tulisan yang wajib dipublikasikan atau hiburan, padahal di sisi lain, “Blog telah mampu merambah segala bidang, mulai jurnalisme, politik, hiburan, dan pendidikan, dari pendidikan awal sampai lanjutan. Meskipun masih berupa embrio, namun ide tersebut menyimpan potensi untuk berkembang lagi.”<sup>9</sup>

Saat ini media blog mempunyai potensi maksimal jikalau setiap orang mau memaksimalkannya terutama di dunia bisnis, ia bisa menjadi sarana periklanan yang cukup baik mengingat perkembangan blog yang semakin berkembang setiap harinya. Adapun era awal dari masa kegemilangan blog dimulai ketika menteri KOMINFO yang kala itu diamanahi kepada Muhammad Nuh menetapkan 27

---

<sup>9</sup> Made santosa, *Pemanfaatan Blog (Jurnal Online) Dalam Pembelajaran Menulis*, Universitas Pendidikan Ganesha, hal.14

Oktober 2007 sebagai Hari *Blogger* Nasional melalui pembukaan pesta *blogger* pertama di Jakarta yang diselenggarakan 4 tahun berturut - turut.<sup>10</sup> Kegiatan tersebut tidak hanya mempertemukan para *blogger* dari beragam wilayah, tapi juga mampu menghubungkan dengan unsur bisnis dalam artian mampu menghasilkan sesuatu yang lebih bermanfaat.

Saat ini blog tidak hanya menjadi tempat curahan hati individu akan tetapi juga dimanfaatkan untuk membuka peluang bisnis. Hal ini bisa dilihat dari pemanfaatan blog dalam dunia periklanan yang semakin meningkat dengan dibuktikan lahirnya komunitas *blogger* yang lebih bervariasi dari sekedar kesamaan daerah, yaitu selayaknya kesamaan hobi. Sebagai contoh dari kesamaan hobi ialah *make up* atau kecantikan, kita bisa mendapati sebuah komunitas *blogger* yang bernama *Bali Beauty Blogger* dengan fokus untuk mengulas tentang kecantikan dan kesehatan.

Kemajuan para *blogger* hari ini juga tidak terlepas dari *personal branding* yang cukup baik, menjadi seorang *blogger* dituntut mempunyai kemampuan dunia literasi, dan teknologi, beberapa kasus para *blogger* juga menguasai keahlian tambahan seperti analisis hingga marketing. Hal ini karena peluang yang ditawarkan dalam dunia *blogging* tergolong cukup menarik beberapa orang bahkan menjadikannya sebagai profesi tetap lebih dari kesenangan. Sebagai contoh ialah *afiliasi marketing* hingga *content placement*.

Kondisi periklanan saat ini juga tak terbatas dibandingkan penggunaan iklan melalui facebook dan Instagram, mengingat perkembangan *blog* yang telah

---

<sup>10</sup> <https://tirto.id/perkembangan-blogger-indonesia-menuju-hari-blogger-nasional-ke-12-eiLl> Diakses 26 maret 2020 pukul 16:25

ada cukup awal dan mampu bertahan dalam menghadapi fase naik turun dari popularitas dan tentunya ini menjadi tanda tanya kepada mahasiswa terhadap pemanfaatan blog dalam dunia periklanan sejauh mana mereka memahami kelebihan blog yang bergerak dalam industri bisnis melalui media, mengingat aktifitas mereka yang selalu berkaitan dengan media, tulisan, dan konten sehingga sangat disayangkan jikalau untuk Strata mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam tapi tidak memahami pemanfaatan media blog secara optimal dalam segi lain selayaknya pemanfaatannya dalam periklanan.

Hal inilah yang mendasari penulis untuk meneliti secara lebih mendalam tentang pandangan mereka terhadap pemanfaatan blog dalam periklanan, sejauh mana pemahaman mereka terhadap penggunaan blog, yang kemudian menjadi bahan analisis skripsi dengan judul yaitu : *“Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan Blog Sebagai Media Periklanan (Studi Mahasiswa UIN Ar-Raniry, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam).*

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, UIN Ar-Raniry terhadap pemanfaatan blog dalam segi periklanan?
2. Bagaimana kesadaran mahasiswa dalam memanfaatkan blog sebagai media dakwah ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa Prodi komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, UIN Ar-Raniry terhadap pemanfaatan blog dalam segi periklanan
2. Untuk melihat tingkat kesadaran mahasiswa dalam memanfaatkan blog sebagai media dakwah

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian adalah:

1. Secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi rujukan media pembelajaran bagi mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh.

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rekomendasi kepada para mahasiswa untuk bisa mengoptimalkan pemanfaatan media blog dalam berbagai sektor secara optimal.

## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### A. Kajian Terdahulu

Penggunaan blog menjadi salah satu wadah yang paling ramah terhadap mahasiswa, terutama mahasiswa komunikasi yang bergerak dalam media, sehingga mudah untuk mendapatkan penelitian terkait media blog. Adapun dalam sebuah penelitian, Kajian terdahulu diperlukan untuk membantu dalam memahami kelebihan dan kekurangan dari penulis lain yang membahas hal serupa dan juga untuk menghindari plagiasi.

Sejauh pengetahuan penulis, belum ada penelitian yang membahas tentang “Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan Blog sebagai Media Periklanan” Namun tidak menutup kemungkinan ada yang melakukan penelitian dengan subjek dan objek yang menyerupai yaitu :

1. Persepsi Mahasiswa Fakultas IAIN Walisongo Semarang terhadap Blog sebagai media Dakwah.” Skripsi Hanik Malihatn, Mahasiswa alumni program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, IAIN Walisongo ini mengangkat rumusan masalah tersebut ialah mengenai persepsi dari mahasiswa dalam melihat blog sebagai sebuah media dakwah dengan menggunakan metode kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Adapun penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui

persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang tentang blog sebagai media dakwah.<sup>11</sup>

2. Pemanfaatan Web Blog Sebagai Media Distribusi Informasi Pariwisata, Merupakan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Yanti, Mahasiswi Politektik Parawisata Medan, adapun penelitian ini bertujuan untuk pemanfaatan Web blog sebagai distribusi informasi pariwisata dalam matakuliah sistem informasi pariwisata dengan studi kasus Kabupaten Dairi, Sumatera Utara. Penelitian ini diharapkan bisa Memberikan manfaat positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama di bidang kepariwisataan khususnya pemanfaatan web blog sebagai media distribusi informasi yang cepat dan murah tetapi berkualitas untuk menyampaikan informasi dalam matakuliah sistem informasi pariwisata<sup>12</sup>
3. Yusuf Falaq, Mahasiswa Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri Kudus Pernah melakukan penelitian yang sama dengan objek yang berbeda yaitu dengan judul Pemanfaatan Blog Sebagai Media Pembelajaran pada tahun 2020. Adapun metode yang digunakan adalah kajian literatur. Pengumpulan data yang dilakukan dengan mengkaji hasil-hasil kajian sejenis yang sudah ada serta mengkaji web yang

---

<sup>11</sup> Malikhatin, Hanik, *Persepsi Masiswa Fakutlas Dakwah IAIN Walisongo Semarang tentng Blog sebagai Media dakwah* , Semarang : IAIN Semarang, 2012. Hal 4

<sup>12</sup> Yanti Dewi. *Pemanfaatan Web Blog sebagai Media Distribusi Informasi Pariwisata*. Jurnal Darma Agung , (SI) Vol.26, no. 1, 2018 hal.2

dimanfaatkan sebagai media pembelajaran. Analisis data dilakukan dan disajikan secara deskriptif.<sup>13</sup>

4. Pelatihan Pembuatan Blog Sebagai Media Promosi Dan Bisnis Internet Di Era Global Bagi Mahasiswa D3 Undiksha merupakan penelitian yang dilakukan oleh I Gede Mahendra Darmawiguna, dkk yang merupakan mahasiswa Jurusan Pendidikan Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Ganesha. Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah pelatihan terstruktur yaitu metode ceramah, diskusi dan dilanjutkan dengan pelatihan secara langsung di internet.<sup>14</sup>

## **B. Persepsi**

### **1. Pengertian Persepsi**

Persepsi dikatakan sebagai proses yang didahului oleh tahap pengindraan. Adapun pengindraan merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera stimulus yang mengenai individu itu kemudian diorganisasikan sehingga individu menyadari tentang apa yang diindranya itu, proses inilah yang disebut sebagai persepsi.<sup>15</sup> Menurut Asrori, sebagaimana dikutip dalam bukunya menyatakan bahwa persepsi adalah proses individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan dan memberi makna terhadap

---

<sup>13</sup>Falaq, Yusuf, *Pemanfaatan Blog Sebagai Media Pembelajarann*, Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, dan Budaya, Jilid 07, No.2 September 2020, hal.946

<sup>14</sup> I Gede, dkk. *Pelatihan Pembuatan Blog Sebagai Media Promosi dan Bisnis Internet di Era Global Bagi Mahasiswa D3 UNDIKSHA*, Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Ganesha, hal.2

<sup>15</sup> Walgito Brimo, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta : Andi Ofeset, 2003), hal. 53-54

stimulus yang berasal dari lingkungan di mana individu itu berada yang merupakan hasil dari proses belajar dan pengalaman.<sup>16</sup> Sedangkan Menurut kamus besar bahasa Indonesia persepsi ialah “tanggapan hingga penerimaan langsung dari suatu serapan”<sup>17</sup>. Hemat kata, persepsi bisa dikatakan sebagai sudut pandang terhadap suatu objek berdasarkan kepekaan seseorang dengan mengandalkan indranya.

## 2. Jenis-Jenis Persepsi

Persepsi dapat dikategorikan dalam beberapa macam. Menurut Parek, sebagaimana dikutip dalam bukunya menyatakan bahwa berdasarkan indra sebagai penerima stimulus, jenis-jenis persepsi terbagi menjadi lima yaitu:

- a. Persepsi visual, yaitu persepsi yang timbul dari indera penglihatan berupa mata. Persepsi ini merupakan persepsi yang paling awal berkembang pada bayi dan mempengaruhi bayi atau balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual lahir dari hasil apa yang dilihat.
- b. Persepsi perabaan, yaitu persepsi yang didapatkan dari indera perabaan berupa kulit. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang tersentuh atau disentuhnya secara sengaja.
- c. Persepsi auditoria atau pendengaran, adalah persepsi yang didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga, jadi seseorang bisa melahirkan sebuah persepsi dari apa yang didengarnya.

---

<sup>16</sup> Mohammad Asrori, *Psikologi Pembelajaran*, (Bandung: CV Wacana Prima, 2009), hal.21

<sup>17</sup> Tim Penyusunan Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed. Ketiga cet. Kedua (Jakarta: Balai Pustaka, 2002) hal. 863.

- d. Persepsi penciuman, merupakan jenis persepsi yang ditimbulkan dari indra penciuman yaitu hidung.
- e. Persepsi pengecapan, adalah persepsi yang dihasilkan dari indera pengecapan berupa lidah. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang rasakan melalui indra pengecapnya.<sup>18</sup>

### 3. Proses Terjadinya Persepsi

Proses terbentuknya stimulus diawali dengan tahap kealaman atau proses fisik, tahap ini dimulai dengan objek yang memacu stimulus dan mengenai alat indera manusia dan menjadi tahap paling awal dalam terbentuknya persepsi. Stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indera) kemudian dilanjutkan ke saraf- sensorik menuju otak proses ini dikenal dengan tahap fisiologi, dan terakhir yaitu proses psikologi yaitu hasil proses yang diterima oleh otak menjadikan seseorang menyadari apa yang diterima oleh reseptor. Tahap terakhir dari proses persepsi ini ialah individu menyadari terhadap suatu yang dilihat hingga didengar, atau apapun yang diraba dan tercium baunya, yaitu berupa stimulus yang diterima melalui alat indera. Proses inilah yang merupakan persepsi sebenarnya.<sup>19</sup>

### 4. Hambatan Persepsi

Umumnya dalam proses terbentuknya persepsi juga terkadang mengalami hambatan. Berdasarkan teori *implicit personality (teori kepribadian impilist)*, yaitu teori yang menggambarkan pandangan individu

---

<sup>18</sup>Parek, *Metode Belajar dan Kesulitan-kesulitan Belajar*, (Bandung: Tarsito, 1984), hal. 14.

<sup>19</sup>Walgito Bimo, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: C.V Andi, 2010), hal. 102

terhadap atribut yang dimiliki oleh manusia sebagai contoh kepribadian<sup>20</sup>.

Hambatan persepsi bersumber dari dua hal, yaitu;

- a. Kecenderungan individu untuk mengembangkan pribadi yang terpisah, jadi individu mau tampil beda sehingga dia juga mempersepsikan sesuatu secara berbeda pula (contoh: perceraian itu hal biasa, selingkuh bukan hal yang baru).
- b. Individu mendapat konfirmasi yang tidak sesuai atau tepat (contoh: individu membayangkan bahwa teman bicarannya adalah seorang yang jujur faktor karena dalam sekolah terkenal cukup baik sehingga dia membiarkan uangnya tergeletak meja, ternyata beberapa saat kemudian uangnya hilang).<sup>21</sup> Artinya pada kasus ini hambatan persepsi bisa dipengaruhi oleh pengaruh perbedaan individu dalam relasi sosial sehingga melahirkan konfirmasi salah dari relasi sosial hal ini bisa dilihat dari persepsi korban yang meleset.

## C. Mahasiswa

### 1. Pengertian Mahasiswa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),” Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi.<sup>22</sup> Secara harfiah lebih lanjut dikatakan mahasiswa adalah sebagai siswa yang tertinggi atau paling akhir

---

<sup>20</sup> Aquila Tanti Arini, *Teori Implisit dalam Proses belajar, Relasi antar Pribadi dan Anta Kelompok*, Buletin Psikologi, Vol 22 No.1, hal.2

<sup>21</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana, 2011), hal.153.

<sup>22</sup> <https://kbbi.web.id/mahasiswa> diakses 27 juli 2021 Pukul 6:22

dalam status mencari ilmu terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas<sup>23</sup>

## 2. Ciri- Ciri Mahasiswa

Mahasiswa merupakan anggota masyarakat yang memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain:

1. Mempunyai kemampuan dan kesempatan untuk belajar di perguruan tinggi, sehingga dapat digolongkan sebagai kaum intelegensia
2. Karena kesempatan diatas, diharapkan dapat bertindak sebagai pemimpin yang terampil, sebagai pemimpin masyarakat atau terampil dalam dunia kerja
3. Diharapkan menjadi penggerak yang dinamis bagi proses modernisasi
4. Diharapkan dapat memasuki dunia kerja sebagai tenaga yang berkualitas dan profesional".<sup>24</sup>

### D. Media Blog

Penggunaan blog dalam dunia kampus bukanlah suatu yang baru lagi, namun, pada kondisi lain pemahaman blog hanya sebatas wadah untuk menulis dan mengapresiasi diri dalam bentuk tulisan. Padahal blog dimanfaatkan lebih dari sarana menulis, sehingga sangat disayangkan sekiranya para pengguna tidak mengetahui gambaran yang luas dalam penggunaan blog terhadap beragam hal.

<sup>23</sup> R. Damar Adi Hartaji, *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa Yang Berkuliah Dengan Jurusan Orang Tua*, Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. hal. 5

<sup>24</sup> Mei Mita Bella, Luluk Widya Ratna, *Perilaku Malas Belajar Mahasiswa Di Lingkungan Kampus Universitas Trunojoyo Madura*, Kompetensi, VOL.XII, No. 2, Oktober 2018, hal. 258

## 1. Pengertian Blog

Kata blog berasal dari kata *Weblog* dalam artian catatan yang ditulis dalam bentuk web ( Log = catatan ). *Kata ini* pertama kali diperkenalkan oleh John Barger pada tahun 1997, selanjutnya disempurnakan oleh Peter Merholz (1999) menyebutnya dengan kata “*we blog*” hingga dikenali dengan kata blog.<sup>25</sup> Dalam definisi yang lebih formal, blog dikenal sebagai *website* yang mengandung isi dengan urutan waktu terbalik dan akan ditampilkan terlebih dahulu berlanjut diikuti postingan lama.<sup>26</sup>

## 2. Sejarah Awal perkembangan blog

Awal mula kemunculan blog di Indonesia dikenal sebagai halaman *web* yang memuat catatan perjalanan harian seseorang (diari), dan seiring perkembangan zaman, blog lebih dari sekedar catatan harian, blog berhasil dimanfaatkan sebagai media bisnis. Di sisi lain, Sekalipun tergolong *website*, blog mempunyai perbedaan dengan *website* selayaknya situs kepemilikan. Umumnya *website* dimiliki oleh sebuah perusahaan, organisasi atau lembaga, Sedangkan blog dikelola oleh perorangan alias milik pribadi<sup>27</sup> Jadi bisa disimpulkan bahwa blog adalah sebuah *website* tapi *website* belum tentu blog<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Enterprise Jubilee , *SPP Trik Cepat Membuat Blog dengan WordPress*, ( Jakarta : PT Elex Komputindo, 2007), hal. 1

<sup>26</sup>Hakim Rachmad, *Cara Cerdas Mengelola Blog*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2008) hal.1

<sup>27</sup> Chandraleka Happy , *Trik Cepat Nge-blog dengan Microsoft Office Word 2007* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2007), hal .1

<sup>28</sup> Permana Lucky, *Membuat Website Profesional dengan Blogspot* ( Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2011.), hal .3

Blog pertama kali diperkenalkan oleh blogger.com yang berasal dari perusahaan PrayLab pada tahun 1999, blogger sendiri merupakan salah satu situs penyedia layanan blog pertama yang selanjutnya diakuisisi oleh google pada tahun 2002. Sejak saat itu, banyak aplikasi-aplikasi bersifat terbuka, yang membantu para *blogger* mengembangkan blog mereka.

Di Indonesia blog mendapat perhatian khusus yang mana pada tahun 2007 tanggal 27 Oktober ditetapkan sebagai sebagai Hari Blogger Nasional dengan pergelaran pesta blogger yang berpusat di Jakarta. Namun tidak bisa dipungkiri jikalau blog pernah mengalami pasang surut dalam perkembangannya yaitu disaat popularitas instagram dan twitter sedang berada pada ranting tertinggi. 2011 hingga 2014 adalah masa menurun para pengguna blog aktif yang ditandai dengan menyusutnya komunitas blogger daerah.<sup>29</sup>

Awal kebangkitan pun kembali terjadi di tahun 2015, di mana komunitas blogger yang berada pada kesamaan minat dan aktifitas bermunculan, dengan berkembangnya beragam *niche* seperti *beauty*, kuliner hingga *lifestyle*. Brand ternama juga menjadikan blog sebagai salah satu pilihan dalam mempromosikan produk hingga acara. Para Blogger pun semakin peduli terhadap *SEO*, *DA/PA*, bahkan kini jumlah perempuan blogger yang aktif berkembang cukup pesat. Adapun peningkatan secara garis umum, Sebagaimana disampaikan oleh Jack Huang, *Presiden Of Overseas Business, UCWeb, Alibaba Mobile Business Group* Kepada Situs

---

<sup>29</sup> <https://daenggassing.com/internet/blog-di-indonesia/> diakses Jumat 26 maret 2021 pukul 15:30

*Web Marketing*, ada sekitar 3,8 % pengguna internet aktif di Indonesia adalah Blogger atau sekitar 3 juta lebih pada tahun 2017.<sup>30</sup>

### 3. Tahap Pembuatan Blog

Proses pembuatan blog diawali dengan cara akun google, dengan cara mendaftar selayaknya proses membuat email atau gmail.com. Selanjutnya setelah mempunyai akun, tahap dalam pembuatan blog dimulai yaitu diawali:

1. Login ke Blogger menggunakan tautan [www.blogger.com](http://www.blogger.com)
2. Di sebelah kiri, klik Panah bawah .
3. Klik Blog baru.
4. Masukkan nama blog
5. Kemudian berlanjut alamat URL (alamat blog.)
6. Pilih Opsi Buat Blog
7. Blog tersedia

---

<sup>30</sup> ( <https://tirto.id/perkembangan-blogger-indonesia-menuju-hari-blogger-nasional-ke-12-eiLl> diakses Hari Jumat 26 maret 2021 pukul 13:45

## Blogs List > Create a new blog

This account is managed by niagahoster.co.id. [Learn more](#)

Title

Address   This blog address is available.

Theme



**Contempo**



**Soho**



**Emporio**



**Notable**



**Simple**



**Dynamic Views**

You can browse many more themes and customize your blog later.

### 4. Keunggulan Blog

- a) Satu akun bisa memiliki lebih dari satu blog dan bersifat gratis.
- b) Mudah untuk dikostumisasi misal mengatur tata letak dan sangat banyak dukungan sistemnya untuk membuat tampilan menjadi lebih menari untuk dilihat.
- c) Ramah dengan *search engine optimize*, yaitu pengoptimal penelusuran, sehingga menjadikan lebih mudah muncul dalam pencarian.
- d) Bisa mendapatkan uang dari berbagai sumber terutama jika mendapatkan dukungan dengan program selayaknya kerjasama dengan sebuah perusahaan untuk mengiklankan

sebuah produk maupun bergerak sendiri selayaknya membuat pelatihan.

## 5. Manfaat Blog Bagi Mahasiswa

Menurut Kamus besar bahasa Indonesia, manfaat ialah sebagai guna; faedah, sedangkan pemanfaatan bermakna sebagai proses, cara, perbuatan memanfaatkan. Adapun manfaat blog bagi mahasiswa yaitu :

### a. Manfaat blog sebagai sarana literasi digital

Menurut KBBI literasi digital ialah kemampuan untuk memahami informasi berbasis computer. Literasi digital juga diartikan sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk dari berbagai sumber yang sangat luas yang diakses melalui piranti komputer.<sup>31</sup>

Adapun pemahaman baru mengenai makna dari literasi digital yang berakar dari kata literasi komputer dan literasi informasi. Literasi komputer berkembang pada dekade 1980-an, ketika komputer mikro semakin luas digunakan, tidak terbatas di lingkungan bisnis Namun, literasi informasi baru menyebar luas pada dekade 1990-an manakala informasi semakin mudah disusun, diakses, disebarluaskan melalui teknologi informasi. Dengan demikian, literasi digital lebih banyak

---

<sup>31</sup> Paul Gilster, *The Author of Digital Literacy*, (New York, Wiley Computer Publishing 1997) , hal 8

dikaitkan dengan keterampilan teknis mengakses, merangkai, memahami, dan menyebarkan informasi<sup>32</sup>.

Penggunaan media blog sebagai literasi digital menjadi salah satu kebiasaan yang tidak bisa dipisahkan dalam masyarakat. Saat ini masyarakat selalu dituntut untuk mengikuti arus informasi bahkan sejumlah bidang pekerjaan beralih ke dunia digital sehingga menuntut banyak orang-orang bisa memanfaatkan kemampuan literasi digitalnya tidak terkecuali dengan mahasiswa.

Pemanfaatan blog sebagai literasi digital bagi mahasiswa adalah bagian penting, terutama karena status mereka sebagai orang terpelajar. Kondisi perkembangan informasi yang tidak terbatas membuat arus informasi sukar untuk dipilah, beragam *hoax* dan konten negatif bertebaran di sosial media sehingga pentingnya meningkatkan literasi digital. Adapun salah satunya ialah dengan memanfaatkan blog. Media blog mampu menjadi salah satu sarana literasi digital yang cukup baik dan juga sebaliknya, ia juga mampu menjadi sarana *hoax* yang sangat mengganggu, karena itulah pemanfaatan blog sebagai sarana literasi digital juga harus diiringi dengan pemanfaatan blog sebagai media dakwah yang mana berfungsi sebagai sarana kebaikan sehingga tidak disalahgunakan manfaat dari media blog itu kepada suatu yang menyimpang selayaknya bisnis ilegal.

---

<sup>32</sup> <https://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/buku-literasi-digital/> . diakses 4 juli 2021 pukul 20:15

## b. Manfaat Blog Sebagai Sarana Dakwah

Pada Dasarnya setiap muslim punya kewajiban dalam berdakwah karena pada hakikatnya islam dan dakwah merupakan bagian yang tidak terpisahkan. Sebagaimana Allah berfirman dalam surah Ali Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*Artinya; "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat ) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung (Al Imran : 104 )"*<sup>33</sup>

Setengah ahli tafsir mengatakan, bahwasanya yang dimaksud dengan "*al-khair*" yang berarti "kebaikan dalam ayat ini ialah *Is-lam*; yaitu memupuk kepercayaan dan iman kepada Tuhan, termasuk tauhid dan *ma'rifat*. Dan itulah hakikat kesadaran beragama yang menimbulkan tahu memperbedakan yang baik dengan yang buruk, yang *ma'ruf* dengan yang *munkar*. Selanjutnya, ialah timbul dan tumbuhnya rasa kebaikan dalam jiwa, yang menyebabkan tahu pula dan berani menegakkan mana yang *ma'ruf* dan menentang mana yang *munkar*. Sebab itu, untuk membedakan yang *ma'ruf* dengan yang *munkar* tidak lain dari ajaran Tuhan."<sup>34</sup>

Saat ini, dakwah melalui blog juga menjadi salah satu inovasi terbaru dalam mensyiarkan agama Islam, hal tersebut disebabkan

<sup>33</sup><https://quran.kemenag.go.id/sura/3/104> diakses Senin, 4 juli 2021 pukul 15:25

<sup>34</sup>Hamka, Tafsir Al-Azhar Jilid IV, hal. 31

jangkauan orang yang tidak terbatas hingga proses adaptasi terhadap kemajuan teknologi, terutama untuk mahasiswa fakultas dakwah yang mempunyai visi yaitu menjadi pusat keunggulan bagi pengkajian, perkembangan dan penerapan ilmu-ilmu dalam bidang ilmu dakwah.

Mahasiswa bisa memanfaatkan teknologi untuk berdakwah sesuai passion mereka, baik melalui lisan atau tulisan selayaknya melalui blog. Dakwah melalui blog dilakukan dengan membuat tulisan (posting) yang mengandung nilai dakwah. Blog dapat berupa share kisah hikmah yang membawa kebaikan, puisi dan syair kebaikan tuntunan ibadah, puasa, zakat, hingga fakta menarik tentang islam yang sesuai dengan kapabilitas ilmu.

### **c. Manfaat blog sebagai sarana bisnis.**

Saat ini kesadaran pemanfaatan blog telah meluas dari sekedar hobi. Para pengguna blog sudah memiliki kesadaran untuk memanfaatkan blog salah satunya sebagai sarana bisnis. Penggunaan blog sebagai sarana bisnis menjadi profesi menarik yang di gandrungi para milenial kini, baik menjual sebuah produk maupun sebuah jasa. Adapun produk yang bisa dijual yaitu mulai dari makanan, aksesoris, bahkan produk berupa *template* blog. Beberapa blogger juga memanfaatkannya untuk menjual jasa seperti kursus belajar blog, penulis konten, sampai ke dunia periklanan.

## E. Media Periklanan

### 1. Pengertian Media Periklanan

Kata iklan diambil serapan Bahasa Arab *Ilan* artinya pemberitahuan. Iklan disebut juga dengan produk yang dihasilkan dari hasil kegiatan beriklan. Sedangkan periklanan ialah proses kegiatan mulai dari merancang hingga membuat kampanye ke masyarakat. Jadi bisa dikatakan iklan adalah segala bentuk pesan tentang produk yang disampaikan melalui media sedangkan periklanan ialah keseluruhan proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan dan penyampaian suatu produk yang disampaikan melalui iklan.<sup>35</sup>

Periklanan menurut para ahli disebut sebagai segala bentuk yang membayar persentasi *nonpersonal* dan promosi ide-ide dan barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor yang jelas.<sup>36</sup> jadi bisa disimpulkan periklanan merupakan komunikasi persuasif dalam kegiatan pemasaran, dengan tujuan untuk membujuk khalayak (calon konsumen), guna untuk mengenalkan, barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau instansi.

Adapun Penggunaan kata media, ia diserap dari bahasa latin “*Medius*” yang secara harfiah berarti “tengah”, perantara atau pengantar sedangkan Iklan merupakan komunikasi persuasif dalam kegiatan pemasaran, dengan tujuan untuk membujuk khalayak ramai. Singkatnya

---

<sup>35</sup> Kriyantono, *Manajemen Periklanan...*, hal. 7

<sup>36</sup> Monle Lee dan Carla Johnson , *Prinsip- Prinsip periklanan dalam Perspektif global*, dialih bahasakan Oleh Haris Munandar dan Dudi Pritytna,( Prenanda Media, Jakarta 2007 ), hal. 6

media periklanan diartikan sebagai alat yang digunakan dalam kegiatan periklanan.

## 2. Jenis Media periklanan

Pemilihan media merupakan masalah bagaimana mencari cara yang paling efektif dan efisien dalam menyampaikan sejumlah pesan komunikasi yang efektif agar pesan tersebut dapat sampai dengan jelas kepada khalayak sasaran<sup>37</sup>

Menurut Tjiptono (2004), media periklanan dapat dikelompokkan menjadi :

### a. Media Cetak

Media Cetak dikenal juga dengan Istilah Media statis yang mana mengandalkan pesan-pesan dengan jumlah kata, photo atau gambar. Adapun bentuk iklan dalam media ini umumnya mengandalkan jenis iklan baris, *display* hingga layanan masyarakat. Sedangkan jenis media cetak itu sendiri yaitu berupa, surat kabar, majalah, tabloid, brosur hingga selebaran.

### b. Media Elektronik

Media Elektronik ialah Media dengan teknologi yang memanfaatkan jasa transmisi siaran. Adapun bentuk iklan biasanya berupa *sponsorship*, iklan partisipasi (iklan yang disisipkan dengan

---

<sup>37</sup> Imasari Kartika. "Pengaruh Media Periklanan terhadap pengambilan keputusan siswa SMU Untuk Mendaftar di Universitas Kristen Marantha : Sikap Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Siswa Smu Di Bandung) Jurnal Bisnis dan ekonomi (JBE), Vol 17, no.2, 2010, hal 109

acara siaran atau film) iklan layanan masyarakat, sandiwara. Jenis media elektronik sendiri yaitu berupa TV, radio, hingga internet.

### c. Media Luar Ruang

Media jenis ini umumnya dipasang ditempatkan di kawasan terbuka seperti halnya di pinggir jalan, pusat keramaian hingga tembok. Jenis media ini umumnya meliputi baliho, billboard, poster spanduk, balon raksasa dan lain-lain

### d. Media Lini Bawah

Media ini digunakan untuk mengiklankan produk dan umumnya ada 4 jenis media yang digunakan untuk media lini bawah. Yaitu pameran, *direct mail*, *marketing schemes*, *point of purchase*, dan kalender.<sup>38</sup>

## 3. Blog Sebagai Media Periklanan

Berpijak dari tujuan utama blog sebagai diari si penulis yang mana isinya memuat cerita si pemilik blog, nyatanya seiring perkembangan masa fungsi blog juga ikut berevolusi dari diari *online* kini mampu digunakan untuk berbagai hal yang bersifat komersil. Saat ini media blog mampu berkembang ke sektor yang lebih profesional layaknya dunia bisnis sebagai contoh periklanan. Adapun jenis iklan yang dapat ditemukan melalui blog ialah:

---

<sup>38</sup> M. Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan, Qiara Media 2020) hal. 150.

### **a. Program PPC**

Kata PPC merupakan singkatan dari *Pay Per Click* yaitu berupa model iklan online yang dibayar berdasarkan jumlah klik iklan. Iklan ini dikenal juga dengan istilah CPC (Cost per click) Jumlah penghasilan pada jenis iklan ini dipengaruhi oleh aktifitas klik yang dipasang pada blog tersebut sehingga jenis iklan ini juga sangat dipengaruhi oleh pengunjung aktif, sekiranya tidak ada aktifitas klik atau sebatas pengunjung maka tidak dibayar, adapun Konsep pembayarannya didapatkan oleh pihak penyedia layanan program.

Sebagai contoh, iklan *Google Adsense*, *Bidvertiser*, *Clicksor*, *Kliksaya*, *Adsensecamp* dan *Iblognetwork*.

### **b. Program PTR**

PTR merupakan singkatan dari *Paid To Review*, yaitu berupa model iklan yang dibayar berdasarkan review produk atau jasa melalui sebuah artikel. Contoh memberi ulasan terhadap makanan, dan kosmetik yang digunakan.

### **c. Content Placement**

Merupakan metode iklan yang menyisipkan (placement) iklan di tengah materi postingan blog organik, dan biasanya artikel telah disediakan oleh pihak pengiklan untuk di publis di blog. Sebagai contoh, opini, tentang sesuatu, berlanjut pada paragraf dua dan seterusnya, disisipkan kata kunci yang mengarah kepada situs

pengiklan. Umumnya, para pengguna jasa ini sudah menyediakan link hidup (*Backlink*) ke *website* mereka.<sup>39</sup>

#### 4. Kelebihan Iklan Melalui Blog

Saat ini, beriklan melalui internet menjadi salah satu tren baru yang banyak dipilih orang. Selain jangkauan luas juga karena biaya yang lebih murah, contoh media blog. Adapun keunggulan beriklan dengan blog ialah :

- a. Jenis iklan *review* di kupas dalam bentuk artikel sehingga orang tidak merasa menjadi sasaran promosi, melainkan seperti sedang diberikan suatu informasi
- b. Iklan tetap ada jika postingan tidak dihapus oleh pemilik blog yang mengreview. Karena umumnya mereka mempertahankan post tersebut untuk menambah postingan dan *viewer* terlepas dari kontrak.
- c. Iklan *review* akan memberikan *backlink* yaitu sebutan untuk menamai link yang ditautkan guna mengarahkan para pengunjung ke website yang ingin diarahkan. Penggunaan *backlink* tetap bagi situs pemasang iklan dan berdampak ke penempatan *SEO* atau *peoptimalan* dalam penulusuran sehingga muda di dapatkan .<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Helianthusonfri jefrrerly, 88 *Cara Inspiratif Cara Uang di Internet* (Jakarta: Pt Elex Komputindo, 2012) hal. 87-90

<sup>40</sup> Helianthusonfri jefrrerly, 88 *Cara Inspiratif Cara Uang ...*, hal. 149

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Tingkat efektif dan sistematisnya sebuah hasil penelitian sangat ditentukan oleh metode yang dipilih. Adapun Pada kasus ini, penulis menggunakan jenis Pendekatan kualitatif, dikenal juga dengan penelitian deskriptif (*qualitative research*), yaitu prosedur yang ditujukan untuk menghasilkan deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>41</sup>

Penelitian ini dikenal juga dengan analisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran orang secara individu maupun kelompok, yang didapatkan dari hasil penelitian ke lokasi observasi hingga langsung melakukan wawancara ke beberapa narasumber yang dianggap tepat dan memenuhi kriteria sebagai informan. Penelitian ini tidak bisa dicapai dengan menggunakan prosedur statistik karena pendekatan ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis.

#### **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2021, yang berlokasi di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, UIN Ar-Raniry.

---

<sup>41</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hal.3

## C. Sumber Data Penelitian dan Variable

### A. Sumber data

Sebuah sumber penelitian umumnya menggunakan data langsung dan tidak langsung, dikenal juga dengan istilah data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung di lapangan, misalnya narasumber Adapun sumber utama dari penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang mempunyai media blog.

Dalam penelitian ini subjek atau sumber data utama (data primer) bisa dilihat pada tabel berikut.

No	Angkatan	Jumlah
1	Mahasiswa angkatan 2016	8 Orang
2	Mahasiswa angkatan 2017	5 Orang
3	Mahasiswa angkatan 2018	2 Orang
Total		15 orang

Adapun teknik pengambilan sample menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik yang menentukan sampel berdasarkan pada pertimbangan peneliti mengenai sampel-sampel mana yang paling sesuai, bermanfaat dan dianggap dapat mewakili suatu populasi. Peneliti menentukan sample berdasarkan kriteria tertentu untuk menjadikan narasumber sebagai sumber data. Pemilihan subjek dilakukan melalui

angkatan untuk memenuhi kriteria narasumber berupa telah menyelesaikan mata kuliah yang berkaitan dengan objek penelitian, yaitu seperti periklanan, jurnalis dan media. Hal ini bertujuan untuk mempertegas jikalau subjek sudah paham konsep tentang periklanan karena mata kuliah akhir, hingga media sebelum melakukan wawancara.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua dan berfungsi sebagai data pelengkap ataupun yang utama bila tidak tersedia narasumber dalam fungsinya sebagai sumber data primer.<sup>42</sup> Pada kondisi ini data sekunder pada penelitian ini berupa literatur bacaan yang memiliki relevansi dengan kajian ini seperti skripsi, jurnal ilmiah, majalah, artikel dan situs internet yang mendukung dalam proses penelitian.

### B. Variable Penelitian

1. Variabel Dependen (Variabel terikat) : merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (variabel bebas). Dalam penelitian ini yang dipengaruhi atau yang menjadi variabel dependen nya adalah Mahasiswa UIN Ar-Raniry Fakultas dakwah Jurusan Komunikasi penyiaran Islam.
2. Variabel Independen (variabel bebas): merupakan variabel yang menjadi penyebab timbulnya atau berubahnya perubahan variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi penyebab timbulnya perubahan sikap Mahasiswa UIN Ar-Raniry

---

<sup>42</sup> Nugrahani Faridha, *Metode penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta : Cakra Books, 2014), hal. 112

Fakultas dakwah Jurusan Komunikasi penyiaran Islam adalah pengaruh Penggunaan blog yang digunakan sebagai media periklanan.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Wawancara**

Penelitian kualitatif umumnya menggunakan sumber data utamanya (primer) yaitu manusia yang berkedudukan sebagai informan. Oleh sebab itu, wawancara mendalam merupakan teknik penggalan data yang utama yang sangat memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang sebanyak-banyaknya. Teknik wawancara, merupakan teknik penggalan data melalui percakapan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dengan maksud tertentu. Pewawancara (interviewer) adalah orang yang memberikan pertanyaan, sedangkan orang yang diwawancarai (interview) berperan sebagai narasumber yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang disampaikan.<sup>43</sup>

Adapun wawancara terbagi menjadi 2 yaitu struktur dan tidak terstruktur.

- a. Wawancara terstruktur, yaitu pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan. Wawancara jenis ini bertujuan untuk mencari jawaban hipotesis. Oleh sebab itu pertanyaan disusun secara ketat.

---

<sup>43</sup> *Ibid* hal. 125.

- b. Wawancara tidak terstruktur artinya disini penulis mengajukan pertanyaan secara terbuka dan fleksibel atau tidak berurutan, namun pertanyaan tetap merujuk pada poin penting untuk menjawab rumusan masalah penelitian<sup>44</sup>. Pada kasus ini penulis berfokus dengan wawancara tidak terstruktur melalui memberikan 10 item pertanyaan kepada narasumber yang bisa dikembangkan untuk memenuhi jawaban yang dibutuhkan.

## 2. Dokumentasi

Dokumen dalam penelitian kualitatif adalah setiap bahan tertulis ataupun film yang dapat digunakan sebagai pendukung bukti penelitian. Adapun dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini ialah media blog dari para mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry.

## E. Teknik Analisis Data

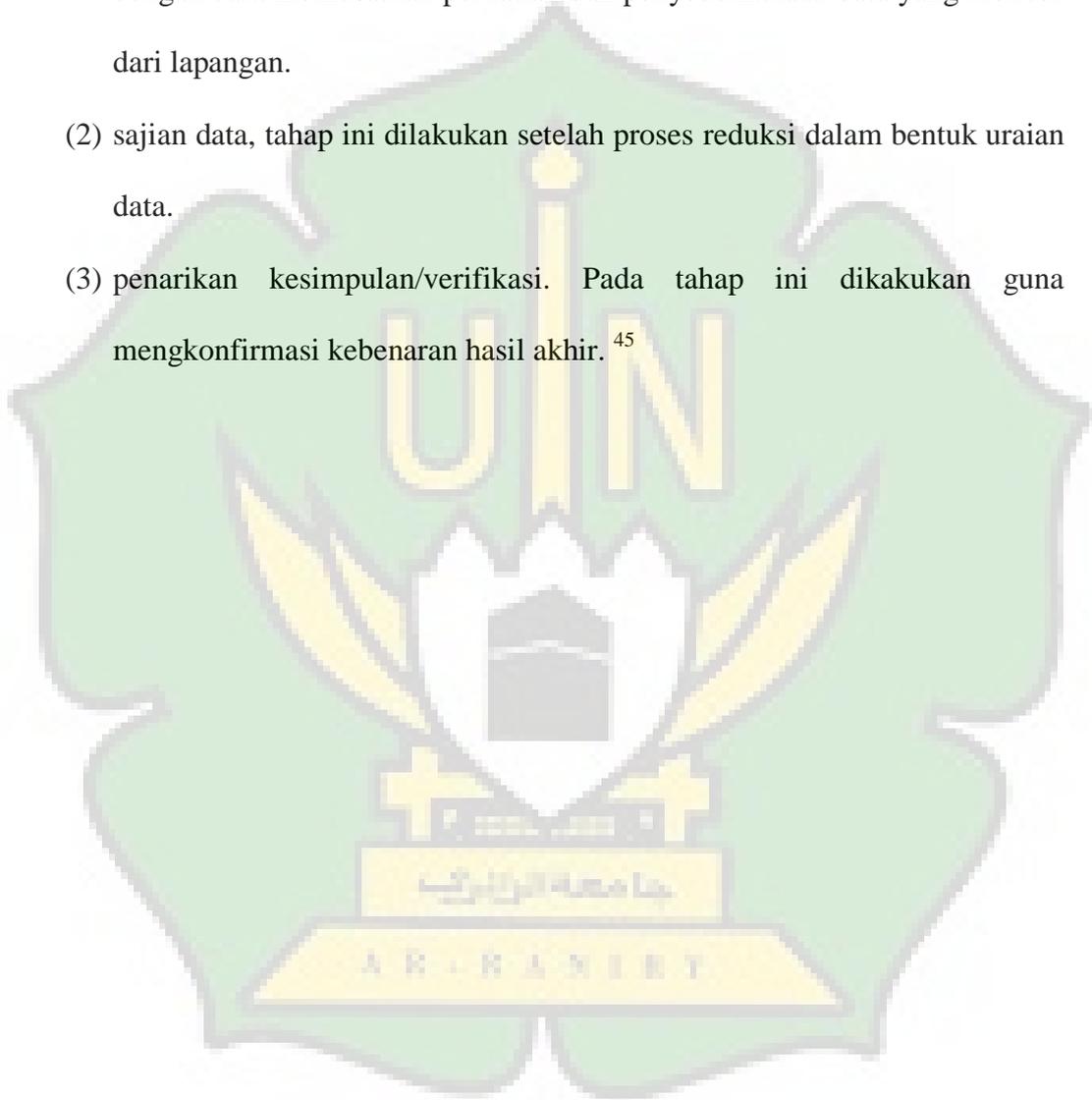
Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum sampai sesudah selesai penelitian di lapangan. Proses dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. Data yang beraneka ragam itu dibaca dengan cermat, dipelajari, dan direduksi dengan membuat rangkuman inti (abstraksi). Setelah menuliskan abstraksi, data disusun sesuai temanya, kemudian dilakukan penafsiran untuk memperoleh temuan sementara, yang secara berulang-ulang perlu direduksi agar mampu menjadi sebuah teori

---

<sup>44</sup> *Ibid* hal 127.

substantif. Adapun disini dikemukakan oleh Miles & Huberman Analisis data model interaktif ini memiliki tiga komponen, yaitu:

- (1) reduksi data, tahap ini dilakukan dengan usaha membuat rangkuman inti dengan cara memusatkan perhatian dan penyederhanaan data yang muncul dari lapangan.
- (2) sajian data, tahap ini dilakukan setelah proses reduksi dalam bentuk uraian data.
- (3) penarikan kesimpulan/verifikasi. Pada tahap ini dilakukan guna mengkonfirmasi kebenaran hasil akhir.<sup>45</sup>



---

<sup>45 45</sup> *Ibid* hal 173.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raniry didirikan bersamaan dengan lahirnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tanggal 19 Juli 1968 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 153 Tahun 1968. Fakultas ini didirikan pada tanggal 3 Oktober 1968 dan merupakan Fakultas Dakwah pertama di lingkungan IAIN se-Indonesia. Kehadiran Fakultas Dakwah sendiri tidak dapat dipisahkan dari salah seorang sosok pemimpin Aceh Prof. Ali. Hasjmy yang pernah menjabat sebagai Rektor IAIN Ar-Raniry dan Dekan Fakultas Dakwah selama tiga periode (1968-1971, 1971-1975 dan 1975-1977). Dari tokoh pendiri Kota Pelajar Darussalam inilah lahir ide mendirikan Fakultas Dakwah.<sup>46</sup>

Pada awalnya dikenal dengan nama Fakultas Dakwah dan Publisistik dan merupakan salah satu jurusan di bawah Fakultas Ushuluddin yang berlanjut berdiri sendiri dan memiliki dua pilihan

---

<sup>46</sup> <http://fdk.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/sejarah-fakultas> Diakses 12 juli pukul 15:25

jurusan, yaitu Jurusan Dakwah wal Irsyad serta Jurusan Publisistik dan Jurnalistik,<sup>47</sup>

Fakultas Dakwah dan Publisistik secara resmi dibuka oleh Menteri Agama Republik Indonesia saat itu KH Mohd. Dahlan. Peresmian Fakultas dilaksanakan pada 7 Oktober 1968 M atau bertepatan dengan 15 Rajab 1388 H. Seiring berkembangnya waktu dan inovasi dalam dunia pendidikan di Indonesia, Fakultas Dakwah dan Publisistik akhirnya berubah nama menjadi Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Hal yang sama juga berlaku terhadap Prodi Publisistik dan Jurnalistik yang juga berganti namanya menjadi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) hingga saat ini.

## 2. Visi dan Misi

**Visi :** Menjadikan Prodi KPI sebagai program studi yang unggul dalam pengembangan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam yang menjunjung tinggi moral dan etika serta mampu berperan pada tingkat Regional Asia Tenggara pada Tahun 2030.”

### **Misi**

1. Menyelenggarakan Pendidikan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang bermutu, profesional dan berdaya saing global sehingga memiliki kemampuan ilmu komunikasi Islam, berwawasan global dan amanah.

---

<sup>47</sup> <http://kpi.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/sejarah> Diakses Senin 12 juli 15:30

2. Melaksanakan penelitian di bidang ilmu komunikasi dan siaran Islam yang ditujukan untuk pengembangan dan pengelolaan, dan pemanfaatan sumberdaya manusia yang berwawasan komunikasi Islam.
3. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat melalui kerjasama antara institusi terkait dalam menerapkan pengetahuan komunikasi Islam dan hasil penelitian dalam rangka syiar Islam.<sup>48</sup>

### **3. Tujuan**

1. lulusan yang profesional, memiliki kepemilikan terhadap Ilmu Komunikasi berbasis nilai-nilai keislaman, moral dan etika, di tingkat nasional, regional dan internasional;
2. inovasi penelitian dalam bidang ilmu komunikasi dan siaran Islam yang berorientasi pada pengembangan ilmu, pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya manusia yang beriman, bertaqwa, berkualitas, profesional dan kompeten dan berwawasan luas.
3. pengabdian karya kepada masyarakat dalam mengaplikasikan pengetahuan dan hasil penelitian dalam rangka syiar Islam
4. Membangun jejaring kerja sama dalam tingkat lokal, nasional dan internasional dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat

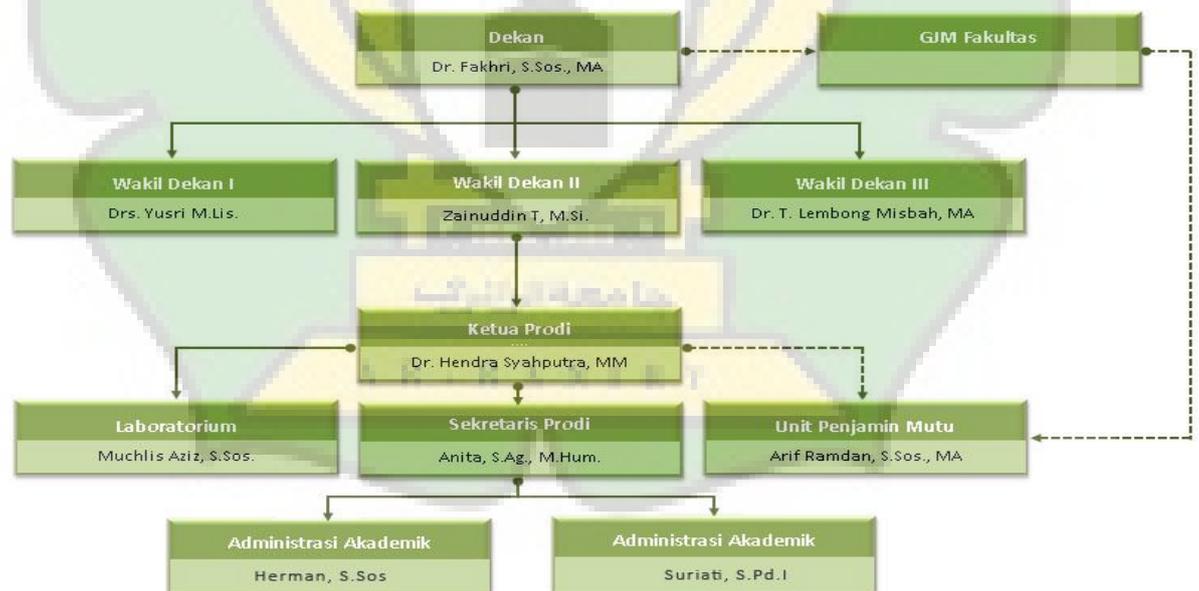
---

<sup>48</sup> <http://kpi.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/visi-misi> di akses 2 agustus 2021 pukul 21:15

5. karya ilmiah yang diterbitkan pada jurnal bereputasi nasional dan internasional.<sup>49</sup>

#### 4. Struktur Organisasi

Ketua dan Sekretaris Prodi KPI saat ini diangkat dengan SK Rektor No. 293/Un.08/R/Kp.07.6/08/2018 dengan menunjuk Dr. Hendra Syahputra, MM dengan pangkat dan golongan Penata Tk. I (III/d) dan jabatan fungsional Lektor sebagai Ketua Prodi dan Anita, S.Ag. M. Hum dengan pangkat dan golongan Penata Tk. I (III/c) dan jabatan fungsional Lektor sebagai Sekretaris Prodi. Proses dan pemberhentian Ketua dan Sekretaris Prodi KPI berdasarkan pada kinerja dan peraturan dalam STATUTA UIN Ar-Raniry.<sup>50</sup>



<sup>49</sup> Diakses <http://kpi.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/tujuan> 2 Agustus 2021 Pukul 22:10

<sup>50</sup> Diakses <http://kpi.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/struktur-organisasi> 2 Agustus 22:20

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Persepsi Mahasiswa terhadap Blog sebagai Media periklanan**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 15 narasumber terhadap mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, peneliti berhasil menemukan persepsi yang cukup beragam. Adapun Persepsi mahasiswa tertera sebagai berikut :

#### **Fitrun Nida (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)**

“Mahasiswa kurang memanfaatkan blog ke ranah periklanan ialah karena hari ini pasar persaingannya semakin meningkat banyak orang tertarik suatu yang mempunyai daya saing yang lebih maju semisal fitur “*like*” di instagram yang mampu membuat orang selalu semangat untuk memposting lagi.”<sup>51</sup>

Adapun alasan dia membuat blog karena murni ingin memuat berbagai informasi melalui tulisan baik kumpulan cerpen dan namun disisi lain kurang paham terhadap pemanfaatan blog sebagai media periklanan dan sekiranya ada wadah tertarik untuk mengoptimalkannya. Beliau melihat blog sebagai suatu yang sudah tidak efektif lagi mengingat banyaknya persaingan ketat diluar sana yang semakin canggih dan beragam fitur baru yang mendukung.

---

<sup>51</sup> Hasil Wawancara dengan Fitrun Nida, ( Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2016 ) pada 19 juli 2021

**Nurkhaliza** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Saat ini sudah jarang orang menggunakan blog, karena ini sudah zamannya manusia aktif di berbagai media sosial seperti whatsapp, instagram, twitter, facebook jadi blog sudah tidak efektif lagi.”<sup>52</sup>

Pada kasus ini narasumber melihat blog sebagai suatu yang sudah kurang di minati karena banyaknya platform ada aplikasi baru yang bermunculan, adapun dia secara pribadi membuat blog hanya tuntutan dari tugas kampus sehingga tidak terlalu mendalami sistem periklanan di blog dan juga faktor merasa tidak berbakat untuk menulis.”

**Cut Salma H.A** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2017)

“Blog sebagai media periklanan sudah tidak efektif lagi karena blog sudah jarang digunakan seiring berkembangnya instagram. Bahkan dalam satu aplikasi tersebut bisa mempromosikan produk dan jasa melalui fitur yang bernama *guides*. Pengguna dapat membagikan gambar dan tulisan seperti di blog.”<sup>53</sup>

Secara pribadi dia membuat blog untuk menyimpan tulisan jadi tidak terlalu tahu banyak tentang blog kecuali domain dan iklan adsense, disegi lain dia tertarik untuk menghasilkan selayaknya melalui iklan adsense jikalau ada peluang.”

**Sri Wahyuni Amiga** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2018)

“Blog masih sangat efektif tetapi dibebberapa hal lainnya seperti menulis blog justru sudah kurang peminat karena orang sudah memiliki banyak platform yang lebih menarik dalam menuangkan tulisan mereka. dunia periklanan melalui blog masih cukup efektif karena adanya jasa pembuatan artikel yang ditargetkan pada mereka

---

<sup>52</sup> Hasil Wawancara dengan Nurkhaliza,( Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2016) 19 juli 2021

<sup>53</sup> Hasil Wawancara dengan C Salma ,( Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2017) 19 juli 2021

yang berburu iklan *adsense* terlepas dari dia hobi menulis atau tidak.”<sup>54</sup>

Pada kasus ini, sri melihat blog masih efektif namun sebagai wadah periklanannya dengan memanfaatkan *google adsesne* namun dalam dunia kepenulisan sudah tidak efektif mengingat banyak platform menulis yang lebih beragam untuk saat ini. secara pribadi dia membuat blog untuk memanfaatkan waktu luang dalam kegiatan menulis cerpen, dan juga tertarik untuk lebih mendalami blog sekiranya ada wadahnya.

**Sri Tila Wahyuni** Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2018)

“Sejauh ini blog masih efektif terutama ditengah di tengah pandemi Covid-19 yang menuntut semuanya serba online karena fungsi blog yang cukup luas dari sekedar menulis cerita harian yaitu menulis informasi pendidikan hingga mengakses beragam wawasan.”<sup>55</sup>

Sri melihat blog masih efektif terutama faktor pandemi yang menuntut banyak hal untuk online selayaknya tugas. Adapun dalam dunia periklanan dia kurang paham karena alasan membuat blog sebatas hobi menulis puisi dan kata-kata mutiara. namun sekiranya ada wadah yang mendukung tertarik untuk mencoba.

**Ruhul Maysarah** Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2017)

“Penggunaan blog sebaga saranan periklanan sudah kurang efektif karena blog dianggap kurang formal dan umumnya digunakan untuk menulis catatan yang ringan seperti diari, asumsi ini lahir berdasarkan tulisan atau data yang ditulis diblog tidak bisa di pertanggung jawabkan hingga pendoman untuk penelitian orang lain dalam karya ilmiahnya “

---

<sup>54</sup> Hasil Wawancara dengan Sri Wahyuni Amiga (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2018) 19 juli 2021

<sup>55</sup> Hasil Wawancara dengan Sri Tila Wahyuni (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2018) pada 20 juli 2021

Dia melihat blog kurang efektif dalam dunia periklanan, baginya blog umum digunakan sebatas untuk catatan ringan karena tidak bisa menjadi “pegangan” dan keabsahan isinya tidak bisa dipastikan kebenarannya, naun untuk menulis baginya masih banyak yang minat sehingga dia masih sering menggunakannya. Secara pribadi, dia membuat blog karena hobi menulis cerpen. Jadi kurang tertarik dengan peluang bisnis melalui blog .<sup>56</sup>

**Indra Wijaya** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Blog bisa menjadi salah satu wadah untuk para mahasiswa untuk menyalurkan kreatifitasnya. hal tersebut dikarenakan blog berpeluang menghasilkan uang tidak terbatas pada hobi gemar menulis”<sup>57</sup>

Baginya blog masih efektif terkhusus jika penggunanya mempunyai kreatifitas yang tinggi untuk bisa mengoptimalkannya selayaknya memanfaatkan platform iklan. Mulanya dia membuat blog karena tuntutan kampus tahun 2016, namun seiring waktu, menulis juga menjadi daya tarik, pasalnya banyak teman-teman juga yang hobi menulis. Sehingga dia merasa menemukan lingkaran yang tepat. Disisi lain dalam ranah periklanan dia belum pernah mencoba mengingat kesibukan yang sedang digelutinya”

**M Khaliq Nasution**, (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Blog tidak sepopuler dulu, karena sudah banyak media sosial lainnya lebih menarik dan lebih mudah untuk diakses. Sehingga blog sudah tidak efektif lagi.”

---

<sup>56</sup> Hasil Wawancara dengan Ruhul maysarah (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2017) pada 20 juli 2021

<sup>57</sup> Hasil Wawancara dengan Indra Wijaya (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2016) pada 20 juli 2021

Pada kasus ini dia berasumsi sama dengan beberapa narasumber yang melihat blog sebagai platform yang sudah tidak menarik lagi dengan faktor, banyaknya pesaing baru yang datang, namun disisi lain jika sekiranya ada wadah yang mensupport untuk bisa memanfaatkan blog dengan maksimal dan berpenghasilan dia ikut tertarik. Alasan dia membuat blog juga sebatas tuntutan kampus sehingga kurang digunakan lagi saat ini <sup>58</sup>

**Zuhra Khairani** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Blog bisa menjadi sebuah media periklaann yang sangat efektif. karena jenis peluangnya tidak memakan banyak modal hanya bermodal kemampuan karena menulis <sup>59</sup>

Baginya blog masih efektif karena ia platform menulis yang tidak memerlukan modal atau namun bisa di atur sedemikian menarik dikunjungi dengan kemampuan menulis sebagai contoh mempelajari *SEO*. Adapun alasan dia membuat blog karena tertarik dunia tulisan dan internet jadi dia cukup paham tentang blog dan melihat blog sebagai wadah yang cukup untuk beragam hal, terlepas dari hobi. Dia melihat peluang bisnis di blog cukup bervariasi, selayaknya membuka jasa *content writer* yang di bayar perkata atau perpost untuk mempromosikan produk hingga google adsense yang paling ramah terhadap mahasiswa. Dia pun juga pernah memanfaatkan blog sebagai media periklanan dalam promosi produk”

---

<sup>58</sup> Hasil Wawancara dengan M khaliq Nasution (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2016) pada 20 juli 2021

<sup>59</sup> Hasil Wawancara dengan Zuhra Khairani (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2016) pada 20 juli 2021



### **Iza Annura** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Blog cukup bermanfaat dan bisa dikatakan efektif sekiranya orang mempelajari secara mendalam dan optimal”<sup>60</sup>

Dia menganggap bahwa blog akan efektif sekiranya berada pada orang yang tepat dan memanfaatkannya secara maksimal, hal ini bisa dilihat masih ada orang yang menjadikannya sebagai *passion* dikala banyak orang yang melihat blog sudah tidak efektif. namun karena merasa bukan dibidang ini (tidak berbakat menulis) dia tidak tertarik dengan dunia blog beserta peluangnya terutama dalam dunia iklan.”

### **Rusli Sumanda** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2017)

“Penggunaan blog masih efektif akan tetapi, budaya membaca bagi para mahasiswa masih sangat kurang, akhirnya hal ini menuntut untuk melakukan penyesuaian ke video.”<sup>61</sup>

<sup>60</sup> Hasil Wawancara dengan Iza Anura (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2016) pada 20 juli 2021

Baginya penggunaan blog masih efektif namun karena budaya membaca yang kurang (ada tapi cukup minim )sehingga perlu penyesuaian dengan tren saat ini. Faktor kurang tertarik dengan iklan membuat dia tidak mendalaminya secara khusus. Karena menurutnya “menulis di blog untuk melampiaskan pemikiran yang tidak bisa di ungkapkan secara lisan dan memilih alternatif tulisan”

**Indra Safriadi** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2017)

“Blog masih efektif menarik untuk dimanfaatkan terutama karena ruang lingkungnya yang cukup luas sehingga menghasilkan banyak peluang. Terlepas dari bisnis atau dunia periklanan blog bisa menjadi sarana literasi yang cukup baik sekiranya kita bisa memanfaatkannya secara optimal.”<sup>62</sup>

Baginya blog masih efektif karena mempunyai ruang lingkup yang cukup berkembang, sebagai contoh adanya komunitas khusus yang terbentuk baik dari blogger sesama daerah maupun sesama hobi selayaknya perjalanan, atau kegemaran membaca. Adapun dia sendiri menggunakan blog karena gemar menulis dan kurang paham wadah pemanfaatan blog sebagai media periklanan.

**Mabrur** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Blog masih sangat efektif selayaknya blog tentang teknologi yang masih cukup berkembang hal ini menunjukkan dunia blog cukup efektif terutama jika kita menguasainya. Ada cukup banyak jenis

---

<sup>61</sup> Hasil Wawancara dengan Rusli Rusmanda (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2017) pada 21 juli 2021

<sup>62</sup> Hasil Wawancara dengan Indra Safriadi (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2017) pada 21 juli 2021

peluang di blog mulai dari google adsense hingga penyedia jasa seperti *afiliasi marketing*, sponsorship.”<sup>63</sup>

Narasumber ini cukup menguasai pemahaman blog beserta pemanfaatannya ia bahkan memberika banyak contoh lain manfaat blog sebaai media periklanan yaitu selayaknya menulis tentang pendidikan dan ternyata ada yang tertarik dengan tulisan kita sehingga mengajak bekerjasama atau dari pihak blogger bisa mengajukan kerjasama selayaknya *affiliasi marketing* hingga *review* produk sesuai permintaan dari klien atau perusahaann yang meminta jasa. Namun disegi lain sekalipun paham cukup paham, tapi dia belum memanfaatkan blog dengan maksimal dalam dunia periklanan karena faktor fokus ke bagian lain

**Mahfud** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Pada kasus sekarang tingkat kesadaran untuk membaca sangatlah rendah dan faktor lain yaitu banyaknya media atau aplikasi lain yang lebih mudah untuk di akses selayaknya youtube sehingga blog terlihat tidk semenarik lagi.”<sup>64</sup>

Dari hasil wawancara menunjukan jikalau dia pernah menggunakan pemanfaatan blog sebagai media periklanan yaitu dengan memanfaatkan iklan *google adsense*. Dia melihat penggunaan blog masih cukup aktif untuk mahasiswa cukup baik sekiranya para mahasiswa memanfaatkannya secara optimal, namun karena faktor literasi saat ini yang rendah membuat blog jadi kurang menarik lagi karnea banyak yang berpindak jalur ke platform jadi video.

---

<sup>63</sup> Hasil Wawancara dengan Mabur (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2016) pada 21 juli 2021 pukul 14:25

<sup>64</sup> Hasil Wawancara dengan Asrul Mahfud (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2016) pada 21 juli 2021 14:10

**Ulfa Yatama** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2017)

“Penggunaan blog efektif hanya untuk penikmat blog itu sendiri, artinya blog punya pasar sendiri yang terlihat efektif bagi mereka yang cukup paham terhadap pemanfaatannya secara maksimal dan sebaliknya untuk orang yang tidak paham pemanfaatan blog secara masimal maka akan terasa tidak efektif.”<sup>65</sup>

pada kasus ini dia mengambil contoh “adanya kejenuhan membaca tulisan contoh tulisan yang panjang, sehingga ketika mendapati media lainnya yang lebih efektif maka akan berpindah haluan selayaknya instagram.” Namun untuk kasus mereka yang gemar membaca tulisan panjang tetap merasa cukup nyaman dengan blog tanpa sekalipun juga aktif menggunakan instagram. Adapun alasan dia menggunakan blog sebatas kegemaran menulis sehingga kurang tertarik dengan peluang di blog.

## **2. Kesadaran Mahasiswa dalam memanfaatkan blog sebagai dakwah**

Adapun hasil wawancara mahasiswa mengenai tingkat kesadaran mereka dalam memanfaatkan blog sebagai media dakwah ialah sebagai berikut.

**Fitrun Nida** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Dasar memulai memanfaatkan blog sebagai sarana dakwah yaitu ketika mendapatkan tugas dari salah satu mata kuliah di kampus dan seiring perkembangannya, banyaknya apresiasi dari teman-teman yang mensupport sehingga membuat semakin bersemangat untuk membagikan konten yang lebih bermanfaat”

---

<sup>65</sup> Hasil Wawancara dengan Ulfa Yatama (Mahasiswa Prodi KPI, angkatan 2017) pada 21 juli 2021

Pada hasil wawancara dengan Fitri nida di temukan hasil yang menunjukkan tingkat kesadaran dalam berdakwah melalui blog di mulai dari sebuah tuntutan yang berlanjut kesadaran atas banyak nya respon positif dari teman- teman di kampus terhadap postingan yang pernah ia buat sebelumnya.



### **Nurkhaliza** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Karena memanfaatkan blog murni tuntutan kampus jadi untuk menulis perihal dakwah di blog tidak pernah di lakukan karena dia tidak gemar menulis namun sebaliknya dia suka mencari informasi atau sarana dakwah melalui blog semisal tentang syariah.”

Tingkat Kesadaran dalam memanfaatkan blog sebagai media dakwah hanya sebatas akses informasi karena alasan membuat blog sebatas tuntutan kampus dan juga faktor kurang gemarnya dalam dunia literasi.

### **Cut Salma** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2017)

“Pernah memanfaatkan blog sebagai salah satu wadah berbagi puisi dan kata mutiara selain menyimpan tulisan feature di kemudian hari.

Adapun dalam akses informasi masih digunakan baik mencari hadis, hingga segala tuntutan yang berkaitan dengan agama.”

Hasil menunjukkan jikalau narasumber berhasil memanfaatkan blog sebaga media dakwah secara maksimal, baik sebagai pengakses hingga pemberi informasi yang berkaitan dengan dakwah. Pasa kondisi ini narasumber mempunyai kesadaran yang cukup baik terhadap manfaat blog sebagai sarana dakwah.

**Sri Wahyuni** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2017)

“Memanfaatkan blog sebagai media dakwah kurang efektif memanfaatkan atau mengakses blog untuk keagamaan kecuali pengetahuan umum, karena mengagap untuk mempelajari keagamaan perlu seorang guru secara langsung.”

Hasil wawancara menunjukkan jikalau narasumber kurang tertarik, hal ini dkarena blog sebagai tempat yang terlalu umum untuk diakses oleh setiap kalangan sehingga takut akan sebuah informnasi yang didapatkan terkhusus yang berkaitan dengan keagamaan yang seharusnya ada pembimbing secara khusus.

**Sri Tila** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2017)

“Selama masa kuliah sering memanfaatkankan blog sebagai referensi tambahan untuk tugas kampus. Terkhusus keagamaan karena kuliah di fakultas dakwah, namun dalam penulisan konten dakwah tidak pernah karena alasan membuat ialah kegemaran menulis cerita.”

Narasumber ini memanfaatkan blog sabagai sarana dakwah hanya sebatas mengakses informasi hal ini karena alasan kurang gemarnya dalam menulis.

**Ruhul Maysarah** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2017)

“Pernah memanfaatkan cukup optimal baik menulis hingga mengakses, dulu sering memposting artikel di blog dalam beragam jenis tulisan seperti dakwah, dan fakta islami sekarang kurang seaktif dulu karena kepadatan tugas kampus, jadi lebih ke akses informasi yang digunakan semisal mencari hadis atau wawasan keagamaan unik.”

Hasil wawancara menunjukkan narasumber mempunyai tingkat kesadaran yang cukup baik sebenarnya. artinya tanpa tuntutan kampus dia mempunyai inisiatif lebih untuk memanfaatkan blog sebagai sarana dakwah terlepas dari tujuan blognya yang berfungsi untuk menulis cerita. namun untuk saat ini kurang maksimal lagi layaknya dulu karena tuntutan tugas kampus yang padat membuatnya kurang sering menulis lagi di blog. Adapun post dalam blog cukup beragam mengenai dakwah mulai dari cerita motivasi, hingga pengetahuan sejarah keislaman.



**Indra Wijaya** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Sekiranya postingan dakwah yang di maksud fokus ke konteks keagamaan maka jawabnya tidak, tpi sekiranya segala hal yang mempunyai unsur kebaikan saya sering melakukan. Adapun untuk

mengaksesnya saya terbilang cukup sering untuk menambah bacaan tambahan baik tundaungan kampus hingga memperbarui informasi. “

Hasill dari narasumber mengatakan jikalau ia memanfaatkan blog sebagai sarana dakwah termasuk bagian yang sering dia lakukan sekiranya ada keperluan info yang kurang dapatkan atau inspirasi semisal opini atau segala informasi perihal hadis maka yang paling mudah untuk di akses ialah blog, sebaliknya membuat tulisan di blog yang berkaitan keagaman pernah dilakukan beberapa kali, namun sekiranya segala yang mengajak kepada kebaikan seperti menulis dampak kerusakan lingkungan, dan feature berupa human interest maka itu termasuk dari bagian kegemarannya.



**M Khaliq Nasution** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Saya membuat blog murni karna tuntutan kampus jadi gak aktif, sekalipun akses informasi juga lebih ke media sosial lain karena saya merasa blog kurang peminatnya lagi saat ini.”

Faktor kurang gemar membaca dan menulis membuatnya kurang aktif mengakses blog sebagai sarana dakwah, sehingga dia lebih fokus memanfaatkan media sosial lainnya untuk berbagi segala hal kebaikan seperti instagram, karena menurut dia blog sudah kurang peminatnya untuk saat ini.

**Zuhra Khairani** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Saya buat blog karena suka menulis cerita dan puisi jadi untuk konteks keagamaan kurang aktif melalui blog baik sebagai penulis atau mengakses informasi”

Dari wawancara menunjukkan dia tidak memanfaatkan blog sebagai sarana dakwah artinya dia tidak menulis segala hal yang berkaitan dengan unsur keagamaan atau mengajak kebaikan karena dari hasil wawancara telah didapati tujuan utama membuat blog ialah karena kegemaran menulis cerita mini dan tertarik dengan internet. Adapun hal ini juga berlaku pada kasus mengakses informasi.

**Iza Anura** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Saya kurang suka menulis dan alasan saya buat blog karena tuntutan tugas kampus jadi saya tidak menggunakan blog selain untuk kepentingan tugas tersebut. Adapun dalam mengakses informasi juga tidak saya lakukan karena karena saya selalu mencari informasi di jurnal yang bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya.”

Alasan kurang gemar menulis membuat dia kurang sering mengakses informasi di blog selain karena tuntutan dari tugas kampus, adapun alasan lainnya ialah karena terbiasa mengakses informasi di jurnal atau sumber

yang bisa di pertanggung jawabkan untuk menghindari *hoax* atau keabsahan sebuah informasi yang di dapat.

**Rusli Sumanda** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“ Kurang update kalau konteks dakwah karena merasa untuk sebuah konteks keagamaan perlu pertanggung jawabnya yang cukup besar, dan pemahaman yang cukup luas terhadap konteks yang ditulis sehingga memilih untuk mengakses informasi saja.”

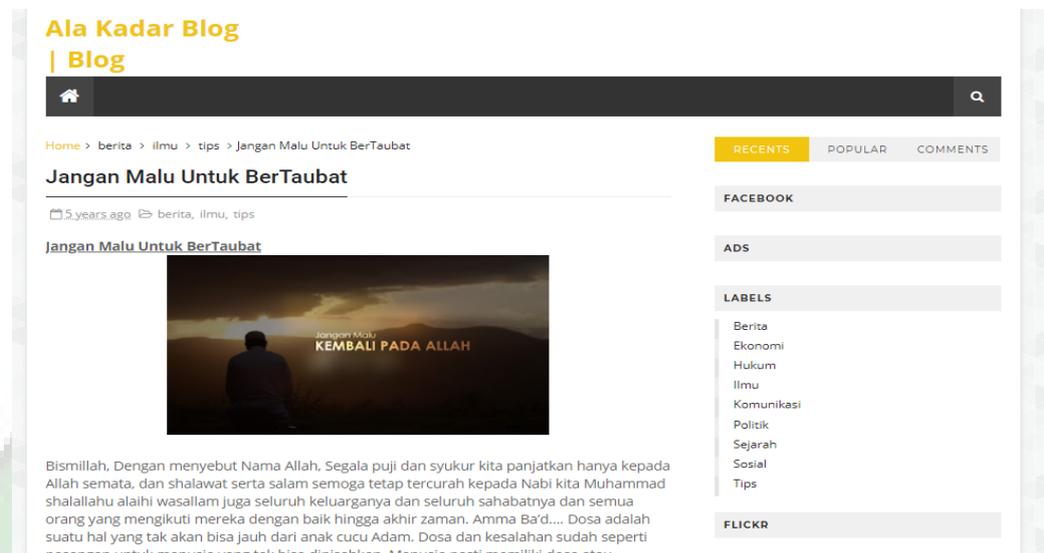
Hasil wawancara menyatakan narasumber tidak pernah memanfaatkan blog sebagai media dakwah, alasanya karena masih minim pengetahuan tentang dan perlunya literatur yang lebih mendalam terkait cabang ilmu dakwah namun disisi lain dalam mengakses informasi dakwah melalui blog terbilang sering, selayaknya berupa dakwah dari berbagai Da'i dengan topik dakwah yang berbeda, terutama mengenai adab dan etika yang berhubungan dalam keseharian bermasyarakat, dan juga ikut aktif membagikan post dakwah yang dibaca dan dianggap cukup bermanfaat untuk orang lain tahu.

**Mabrur** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Sekarang kurang aktif seperti dulu, terutama karena merasa orang-orang mulai beralih ke media dalam bentuk audiovisual sehingga tulisan dakwah di blog kurang peminak lagi. Dan sekrang lebih suka untuk browsing ke tugas mata kuliah keagamaan seperti referensi tambahan yang mendukung opini atau sejenisnya.”

“Media dakwah yang paling digemari saat ini ialah berupa konten dalam bentuk video di youtube namun tidak menutup kemungkinan

sekiranya dia pernah cukup aktif memanfaatkan blog dengan tulisan untuk dakwah terutama juga faktor untuk memenuhi mata kuliah.



#### **Mahfud** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2016)

“Memanfaatkan blog sebagai media dakwah memang pernah digunakan, namun kasus disini sebagai pengakses informasi. Sedangkan untuk menulis diblog tidak tertarik.”

“Hasil wawancara narasumber menyatakan sekiranya ia memanfaatkan blog sebaga saran dakwah seabats pengakses informasi adapun dalam menulis kurang tertarik”

#### **Ulfa Yatama** (Mahasiswa Prodi KPI, Angkatan 2017)

“Faktor tugas kampus kadang menuntut untuk menelusuri lebih ke media *mainstrem* bahkan blog namun memanfaatkan media blog dalam sarana dakwah perlu verifikasi lebih sehingga hanya menggunakan media blog sebagai sarana dakwah pada kondisi terpaksa semisal tidak menemukan sumber yang mengaju pada topik yang diperlukan atau opini semata.”

Adapun hasil wawancara pada narasumber terakhir menunjukkan jikalau ia kurang memanfaatkan blog dalam konteks dakwah kecuali dalam keadaan terpaksa. Karena menganggap informasi di blog dalam konteks dakwah sangat berbahaya sekiranya di terima mentah-mentah karena tidak ada verifikasi kebenarannya. Jadi ia menghindari kecuali dalam keadaan terpaksa.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **1. Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan Blog Sebagai Media Periklanan.**

Berdasarkan hasil Penelitian dari narasumber, penulis menemukan hasil dalam bentuk persepsi yang gambaran positif dan negatif terhadap sebuah objek berupa media blog dengan bantuan *indra*. Persepsi dari mahasiswa tersebut terbagi menjadi dua positif dan negatif dengan tolak ukur positif yaitu memahami dan menggunakan blog sebagai media periklanan dan negatif dengan tolak ukur yaitu mahasiswa memahami namun tidak tertarik menggunakan blog sebagai media periklanan, mahasiswa tertarik namun tidak memahami manfaat blog sebagai media periklanan dan mahasiswa mempunyai blog namun tidak paham dan tertarik dengan blog sebagai media periklanan. Pada kategori terakhir umumnya didapati pada mahasiswa yang membuat blog karena tuntutan pembelajaran.

Adapun persepsi narasumber juga terbilang beragam Hal ini ditinjau dalam segi pemahaman blog sebagai media periklanan beragam segi semisal narasumber A menganggap menulis di blog masih sangat efektif tapi tidak untuk bidang periklanan karena banyaknya peluang aplikasi lain yang lebih menarik, selayaknya fitur guides dari instagram. Sisi lain narasumber B mengatakan menulis di blog sudah tidak efektif , tapi pada kondisi pengiklanan di blog masih cukup baik selayaknya google adsense yang bisa dimanfaatkan oleh seseorang blogger sekalipun dia tidak suka menulis, artinya pada kondisi ini mereka para blogger bisa memanfaatkan jasa penulis artikel yang ditujukan untuk mengejar target pengoptimalan di mesin penelusuran kondisi lain jenis blogger yang tidak suka menulis bisa memanfaatkan jenis blog *download game* dan film untuk mengejar target pengunjung blog agar bisa memanfaatkannya untuk bisnis periklanan.

Narasumber C menyebutkan blog sudah tidak efektif baik dalam menulis hingga pemanfaatan dalam dunia pengiklanan, hal tersebut disebabkan karena banyaknya media sosial lainnya yang mempunyai fitur lebih menarik untuk diakses sehingga era blog dianggap sudah berakhir. Kondisi lain untuk narasumber D menyebutkan sebaliknya, yaitu blog masih sangat efektif baik dalam segi periklanan dan penulisan. Salah satu faktornya ialah modal yang cukup mudah yaitu berupa sebuah blog, para penulis atau blogger bisa menawarkan beragam jasa mulai dari *affiliati marketing*, *sponsorship* hingga *review* produk sesuai permintaan narasumber.

Adapun Narasumber E beramsusi bahwa penggunaan blog akan efektif sekiranya berada para target yang tepat artinya blog akan terlihat terlihat efektif bagi mereka yang cukup paham terhadap pemanfaatannya secara maksimal dan sebaliknya untuk orang yang tidak paham pemanfaatan blog secara masimal maka akan terasa tidak efektif.

Kondisi ini cukup mendeskripsikan bagaimana persepsi dari beragam narasumber sesuai pengalaman yang didapat, beberapa narasumber menggunakan blog karena tuntutan kampus sehingga mereka melihat blog sudah tidak efektif karena penggunaan blog sebatas tuntutan sehingga pemahaman mereka tentang peluang disana kurang. Sebaliknya beberapa mahasiswa yang memanfaatkan blog lebih dari tuntutan kampus seperti hobi bisa mendapati masih banyak peluang dalam dunia bisnis melalui blog.

## **2. Kesadaran Mahasiswa dalam memanfaatkan Blog sebagai Media**

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam mempunyai visi yaitu menjadi unggul dalam pengembangan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam yang menjunjung tinggi moral dan etika. Hal tersebut seharusnya mampu megambarkan karakter mahasiswa yang bisa menguasai disiplin ilmu komunikasi secara umum dan keislaman. Adapun dalam praktik bahasiswa selalu berinteraksi dengan segala jenis media baru, namun selayaknya dalam dunia blog, adakah kesadaran dari mahasiswa untuk memanfaatkannya sebagai media dakwah.

Pada tahap ini indikator kesadaran yang dilihat berdasarkan tingkat penggunaan blog terhadap postingan dakwah sebagai penulis dan pengakses hingga penyebab para narasumber menggunakannya sehingga diharapkan mendapati hasil yang diinginkan

Adapun hasil dalam wawancara terhadap narasumber, semisal narasumber A menggunakan blog sebagai media dakwah yang artinya menulis konten keagamaan dan juga mengakses konten dakwah melalui blog. ia mempunyai kesadaran yang tinggi dalam pemanfaatan blog dalam berbagai segi. Kondisi narasumber B menyatakan jikalau ia tidak menulis dan mengakses karena alasan utama membuat blog hanya untuk menulis cerita. Narasumber C juga tidak memanfaatkan blog sebagai media dakwah karena faktor tidak gemar menulis (membuat blog karena tuntutan kampus) disisi lain dia juga tertarik mengakses informasi di blog karena kurang bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Kondisi Narasumber D juga berbeda, dia suka menulis postingan keagamaan bermula dari tuntutan kampus yang mendapat banyak apresiasi positif. Terakhir narasumber E menyatakan sangat jarang memanfaatkan blog sebagai media dakwah namun disisi lain, dia berkata sekiranya post tentang kebaikan terlepas dari keagamaan cukup banyak seperti dampak kerusakan lingkungan, pelestarian alam hingga *feature* berupa kemanusiaan maka itu termasuk dari bagian kegemarannya. Adapun untuk mengakses informasi melalui blog dia termasuk cukup aktif seperti hadis dan beragam postingan opini lainnya.

Dari hasil pembahasan di atas, penulis menarik dua kesimpulan bahwa persepsi mahasiswa pada blog dalam dunia periklanan hingga dakwah terbagi menjadi dua perspsi yaitu persepsi yaitu positif dan negatif



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian persepsi mahasiswa terhadap pemanfaatan blog sebagai media periklanan, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. mahasiswa melihat blog sebagai sebuah media sosial yang mulai “*usang*” seiring banyaknya media baru yang bermunculan dengan beragam fitur menarik yang cukup mendukung bisnis layaknya marketplace di facebook atau instgram sehingga daya tarik mereka untuk menggunakan blog menurun. Hal ini bisa dilihat dari 15 respon para mahasiswa hanya dua yang memanfaatkannya secara maksimal, baik menulis, mengiklankan produk maupun untuk akses informasi atas kesadaran pribadi.
2. Adapun kondisi kesadaran mahasiswa dalam memanfaatkan blog sebagai media dakwah juga beragam, yaitu ada yang memanfaatkannya sebatas mencari info *browsing*, disegi lain ada yang memanfaatkan blog sebagai media dakwah dengan menulis konten, namun untuk tingkat kesadaranya terbilang kurang. Umumnya, pandangan mereka dalam konteks keagamaan perlu guru khusus sehingga tidak bisa mengambil informasi dari blog atau menulis di blog karena akan sulit dalam pertanggung jawabanya nanti.

## B. Saran

Berdasarkan di atas, penulis mengemukakan beberapa hal mengenai hasil penelitian yang membahas persepsi mahasiswa terhadap pemanfaatan blog sebagai media periklanan hingga kesadaran mahasiswa dalam memanfaatkan blog sebagai media dakwah.

1. Bagi mahasiswa yang aktif dan paham pengoptimalan blog dalam berbagai bidang seperti periklanan diharapkan bisa membantu rekan yang tertarik semisal membuat wadah untuk *sharing*.
2. Selanjutnya mahasiswa yang memanfaatkan blog sebagai media periklanan diharapkan juga menyemibangkan blog sebagai sarana dakwah untuk menjadi alat control dan syiar ilmu yang telah didapat selama menyandang status mahasisiwa Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana, 2011),
- Bimo, Walgito. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi
- Chandraleka Happy “*Trik Cepat Nge-blog dengan Microsoft Office Word 2007*” Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2007.
- Enterprise Jubilee “*SPP Trik Cepat Membuat Blog dengan WordPress*” Jakarta : PT Elex Komputindo, 2007.
- Hakim Rachmad, “*Cara Cerdas Mengelola Blog*” Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2008.
- Helianthusonfri jeffrerly, *88 Cara Inspiratif Cara Uang di Internet* Jakarta: Pt Elex Komputindo
- Kriyantono Rachmat, “*Manajemen Periklanan*” Cetakan Pertama, Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., Mc Daniel, Carl, *Pemasaran*. Buku Satu, Edisi Pertama, Jakarta, Salemba Empat. 2001
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000
- M. Anang Firmansyah . “ *Komunikasi Pemasaran*” Pasuruan : Qiara Media, 2020
- Mohammad Asrori, *Psikologi Pembelajaran*, Bandung: CV Wacana Prima, 2009
- Monle Lee dan Carla Johnson , *Prinsip- Prinsip periklanan dalam Perspektif global*, dialih bahasakan Oleh Haris Munandar dan Dudi Pritytna,( Prenanda Media, Jakarta) 2007
- Nugrahani, Farida.. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books
- Parek, *Metode Belajar dan Kesulitan-kesulitan Belajar*, Bandung: Tarsito, 1984
- Permana Lucky, “*Membuat Website Profesional dengan Blogspot*” Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2011.
- Tim Penyusunan Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed. Ketiga cet. Kedua (Jakarta: Balai Pustaka, 2002)

Usep kurniawan, “*Pengembangan Media pembelajaran anak usia Dini*”, Gunung Samudra, 2016.

Walgito Brimo, “*Psikologi Sosial*” Yogyakarta : Andi Ofeset, 2003.

#### Jurnal

Hartaji, Damar A. *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.

Falaq, Yusuf, *Pemanfaatan Blog Sebagai Media Pembelajarann*, Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, dan Budaya, Jilid 07, No.2 September 2020, hal.946

I Gede, dkk , “*Pelatihan Pembuatan Blog Sebagai Media Promosi dan Bisnis Internet di Era Global Bagi Mahasiswa D3 UNDIKSHA*” hal 2

Imasari Kartika *Pengaruh Media Periklanan terhadap pengambilan keputusan siswa SMU Untuk Mendaftar di Universitas Kristen Marantha : Sikap Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Siswa Smu Di Bandung)*Jurnal Bisnis dan ekonomi (JBE), Vol 17, no.2 2010, hal 109

Jafar, Iftitah, *Wawasan Baru Dalam Pembacaan Ayat-Ayat Media Dakwah* , jurnal Dakwah Tabligh , Vol. 14, No. 1, Juni 2013 hal.1

Mei Mita Bella, Luluk Widya Ratna “*Perilaku Malas Belajar Mahasiswa Di Lingkungan Kampus Universitas Trunojoyo Madura, Kompetensi, VOL.XII, No. 2, Oktober 2018. Hal. 258*

Netsa, Dkk. *Eksistensi Blog Pribadi Sebagai Sumber Informasi Dan Referensi Dalam Ruang Lingkup Pendidikan*, Jurnal Iqra’ Vol. XVI No.1, hal 7

Kurnia, Nadhifa Salsabila, *Aktivitas Blogging Pada Komunitas Blogger Perempuan Network (BPN)* , Fakultas Sosial Politik, UNIKOM, 2019

Yanti, Dewi. *Pemanfaatan Web Blog sebagai Media Distribusi Informasi Pariwisata*. Jurnal Darma Agung , (SI) Vol.26, no. 1, 2018 hal.2

#### Website

<https://tirto.id/perkembangan-blogger-indonesia-menuju-hari-blogger-nasional-ke-12-eiLl>

<https://daenggassing.com/internet/blog-di-indonesia>

<http://fdk.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/sejarah-fakultas>

<http://kpi.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/sejarah>

<https://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/buku-literasi-digital/> .

<https://alumni.fisipol.ugm.ac.id/news/>

<https://quran.kemenag.go.id/sura/3/104>

<https://alumni.fisipol.ugm.ac.id/news/>



## Lampiran

### Daftar Pertanyaan wawancara

1. Nama
2. Sejak kapan anda mempunyai blog
3. Apa alasan anda membuat blog
4. Sejauh apa anda paham tentang blog (user domain berbayar / template asli)
5. Apa yang anda ketahui tentang iklan melalui blog
6. Apakah anda salah satu usernya (ya /tidak)
7. Jika tidak, apakah pernah tertarik mencoba ? (kalau iya/tidak kenapa)
8. Sekiranya ada wadah untuk mendalami apakah anda tertarik.
9. Menurut anda bagaimana pemanfaatan blog saat ini untuk mahasiswa, apakah masih efektif atau tidak sekiranya tidak faktor yang membuat mahasiswa kurang memaksimalkan pemanfaatan blog terutama dalam dunia periklanan
10. Seberapa aktif anda mengakses blog untuk sarana dakwah
11. Apakah anda memanfaatkan blog sebagai media dakwah (menulis)

## Dokumentasi Wawancara





## Blog Mahasiswa

The image is a screenshot of a student blog profile page. On the left side, there is a dark sidebar with a circular profile picture of a woman. Below the picture, the text reads "nidafitrun.b", "logger", "Banda Aceh, Indonesia", and "KUNJUNGI PROFIL". There is also a "Arsip" (Archive) section with a dropdown arrow. At the bottom of the sidebar, there is a "Laporkan Penyalahgunaan" (Report Abuse) link.

The main content area shows a photograph of a room with a white brick wall. A colorful patterned tapestry is hanging on the wall. A wooden ladder holds a red and white striped shawl. A white lamp is visible on the right. Below the photo, the text "UNGGULAN" (Featured) is displayed, followed by the date "Januari 26, 2021" and the title "BOSKU A PSYHCO".



**Liquid**  
KUNJUNGI PROFIL

← **CYBER BOY**

All about Aceh and Islam

· HOME

LANGGANAN    TELUSURI

Berbagi

Label

- aceh
- Indonesia
- Islam
- opini
- sejarah

Mel 17, 2017

### [OPINI] UBER ALLES : ACEH DI ATEUH RHUNG DONYA

Oleh : Muhammad Khaliq Nasution



Bangsa Aria (jerman) mengagungkan bangsanya sebagai Deutschland Uber Alles yaitu sebuah paham aliran yang menganggap bahwa jerman diatas segala-galanya. Suatu semangat yang didengung-



## Rumah bintang's Special Children

This is the next report from "after TOR be solved".

This is the second week that we can visit rumah bintang, we know in previous blog, that rumah bintang is a place with autism, down syndrome, hyperactive children etc. And now, i want to introduce the 9 of special children one by one in Rumah bintang, check it out



I'm sorry that i can't tell their real names, because that is request from Rumah bintang's chairman.

1. Her name is A. She is 6 years old. And her case is "speech delay". Speech delay is keterlambatan berbicara. So her pronunciation is not clear. And sometimes we don't know what her trying to tell us. But it's okay because she is really active and cheerful. Also she likes singing and dancing. That is so cute.

2. Her name is AM. She is 6 years old. And her case is "autism". The difficult thing is to make eye contact with her, because they dont care what should they do, and dont care what we tell for them yeahh that is not easy but i'll try it.



Unknown  
Lihat profil lengkapku

Arsip Blog

- ▶ 2017 (1)
- ▼ 2016 (5)
  - ▶ Desember (1)
  - ▶ November (1)
  - ▼ Oktober (3)
    - The third week's problem
    - Rumah bintang's Special Children
    - the problem after TOR be solved

# Bunga Musim Semi

Beranda

Kamis, 21 Januari 2016

aku perempuan aceh

## *Aku Perempuan Aceh*

oleh : zuhra khairani

Malam semakin kelam dan suara-suara jangkrik di luar sana semakin jelas terdengar pertanda bahwa semua orang telah kembali keperaduannya,hanya sesekali terdengar sayup-sayup suara sorakan GOLLLLL, dari bapak-bapak dan

## Sekolah Ceria | Tugas PPKN

Rabu, 23 November 2016

### KEGIATAN SEKOLAH CERIA 3



Assalamualaikum Wr Wb Sekolah ceria kembali berlanjut keminggu ketiga....

Jadi pada pertemuan ketiga ini saya dan juga tim melaksanakan kegiatan di kelas 4 (empat)

Pada pertemuan ini ,saya dari tim SEKOLAH CERIA yang melaksanakan kegiatan di SD N 2 NEUHEUN, melakukan beberapa program kegiatan diantaranya yg pertama nonton bareng dengan memutar beberapa VIDEO yang berhubungan tentang pendidikan,...

pada saat mereka menonton video tersebut,... saya memerhatikan kalau mereka sangat serius dalam mencermati tontonan video itu,... tapi yang sayangnya setelah menonton

Mengenai Saya



**Mabrur Muhammad**

[Lihat profil lengkapku](#)

Arsip Blog

► 2017 (1)

▼ 2016 (6)

▼ November (5)

[KEGIATAN SEKOLAH CERIA 6](#)

[KEGIATAN SEKOLAH CERIA 5](#)

[KEGIATAN SEKOLAH CERIA 4](#)

[KEGIATAN SEKOLAH CERIA 3](#)

[KEGIATAN SEKOLAH CERIA 2](#)

► Oktober (1)

Saya merupakan mahasiswa Komunikasi penyiaran Islam, UIN Ar-Raniry, dan juga saya aktif di Pers Mahasiswa Sumberpost

LANGGANAN

## Energi Terbarukan: Mengawali dari Rumah

- Desember 14, 2019



sunvier foto : kata.id

Beberapa bulan yang lalu, warga di Ibu Kota rebut karena PLN mematikan aliran listrik kurang lebih selama dua puluh empat jam. Berbagai komentar pedas diucapkan di media sosial, ada pula yang menangkapnya dengan bijak. masing-masing mengemukakan argumennya dengan penuh keyakinan.

Salah satu yang menarik perhatian saya adalah argument Dandy Laksono lewat potongan film Sexy Killer. Ia mengupload potongan video itu di YouTube, dan dibagi di beberapa media sosial lainnya. Dalam video tersebut ia menggambarkan bagaimana buniknya dampak tambah batuhara yang terjadi. Ekolokasi besar-besaran oleh tambah batuhara sendiri.

## Penyiaran dan Komunikasi Islam

Blog ini untuk semua orang--

Sabtu, 7 Januari 2017

### TERAKHIR

Bahasa Indonesia : Pertemuan terakhir Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT, berkat karunia dan nikmat-Nya kita masih bisa melanjutkan...

1 Komentar

Selasa, 8 November 2016

### Sekolah Alam (Minggu Keempat)



Nah, tidak terasa ini sudah minggu keempat kami mengadakan sekolah alam ini, saya senang hari ini, karena saya merindukan anak-anak di Cot P...

Selasa, 25 Oktober 2016

### Sekolah Alam ( Minggu Ketiga )



Ini adalah minggu ketiga kami mengadakan sekolah alam, di minggu ketiga ini kami merasa senang untuk minggu pertama dan minggu kedua ...



RUSLI SUMANDA

KUNJUNGI PROFIL

Arsip

2020

Oktober

HEMOSTASIS MELINTASI

April

berbaris

^

(4)

(1)

(1)

(1)

(2)

## Ruslisumanda.id

Ditulis Dari Sebuah Ruangan Kecil Yang Membuatku Tersenyum Bisa Bermanfaat Besar.

RUMAH

## HEMOSTASIS MELINTASI

-20 Oktober 2020

-MELINTASI HEMOSTASIS- (APRIL, 2019) Sosial media yang dulu hanya sekedar tempat penghilang rasa bosan kian menjadi hal yang teristimewa. kenapa tidak, dia yang terlihat secara kasat mata hanya bisa di sapa melalui media sosial. Jatuh cinta memang luar biasa, yang seharusnya tidak terjadi di dunia nyata kini memiliki jalan pintas yaitu dunia maya. Ini adalah masa dimana setiap manusia merasa tak siap untuk memulai Manda. Dia bernama Manda Putra pelanggaran lahir di bulan Juni 22 tahun silam. Dia adalah seorang pujangga biasa yang sering menyampingkan kegiatan perkuliahan...

Tulis komentar

BACA LEBIH LAJUT

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
Nomor: B.1356/Un.08/FDK/KP.00.4/04/2021**

**Tentang  
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021**

**DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2021, Tanggal 23 November 2020

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
**Pertama** : Menunjuk Sdr. 1) Ridwan Muhammad Hasan, Ph. D .....(Sebagai PEMBIMBING UTAMA)  
2) Anita, S. Ag., M. Hum .....(Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

**Untuk membimbing KKKU Skripsi:**

Nama : Sufratul Aini  
NIM/Prodi : 160401138/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : *Kreatifitas Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan Blog Sebagai Media Periklanan (Studi Kasus Mahasiswa UIN Ar-Raniry, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam)*

- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;  
**Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021;  
**Keempat** : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.  
**Kutipan** : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada Tanggal : 9 April 2021 M  
26 Sya'ban 1442 H

Dekan UIN Ar-Raniry,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



- Tembusan:**  
1. Rektor UIN Ar-Raniry.  
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.  
3. Pembimbing Skripsi.  
4. Mahasiswa yang bersangkutan.

Nomor : Istimewa  
Lamp. : 1 (satu) eks.  
Hal : Permohonan Surat Keterangan Revisi Judul Skripsi

Kepada,  
Yth. Bapak Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

di -  
Darussalam - Banda Aceh

Assalamu'alaikum Wr.Wb.  
Dengan Hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sufratul Aini  
NIM : 160401138  
Sem / Jur : X / Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) / Komunikasi  
No. HP : 082361164233  
Judul Skripsi : Kreatifitas Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan Blog Sebagai Media Periklanan ( Studi Kasus Mahasiswa UIN Ar Raniry, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam)

Dengan ini memohon kepada Bapak berkenan kiranya merevisi judul skripsi saya menjadi:

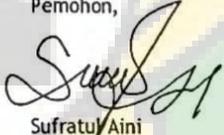
*Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan Blog Sebagai Media Periklanan (Studi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry)*

Sebagai bahan pertimbangan Bapak, bersama ini turut saya lampirkan:

- 1 (satu) lembar fotokopi SK Skripsi yang telah dilegalisir.

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan pertimbangan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

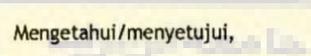
Darussalam, 24 mei 2021  
Pemohon,

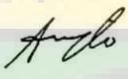
  
Sufratul Aini  
NIM. 160401138

Mengetahui/menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Kedua,

  
Ridwan Muhammad Hassan, Ph. D  
NIP.197104132005011002

  
Anita. Ag. M. Hum  
NIP.197109062009012002

Dipindai dengan CamScanner

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
Nomor: B.1917/Un.08/FDK/KP.00.4/05/2021**

Tentang  
**Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021**

**DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2021, Tanggal 23 November 2020

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
**Pertama** : Menunjuk Sdr. 1) Ridwan Muhammad Hasan, Ph. D .....(Sebagai **PEMBIMBING UTAMA**)  
2) Anita, S. Ag., M. Hum .....(Sebagai **PEMBIMBING KEDUA**)

Untuk membimbing KKU Skripsi:

**Nama** : Sufratul Aini  
**NIM/Prodi** : 160401138/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
**Judul** : *Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan Blog Sebagai Media Periklanan (Studi Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry)*

- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;  
**Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021;  
**Keempat** : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.  
**Kutipan** : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada Tanggal : 28 Mei 2021 M  
13 Syawal 1442 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



**Tembusan:**  
1. Rektor UIN Ar-Raniry.  
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.  
3. Pembimbing Skripsi.  
4. Mahasiswa yang bersangkutan.  
5. Arsip.  
**Ketertarikan:**  
SK berlaku sampai dengan tanggal: 27 Mei 2022