

# **PENGGUNAAN *BLOG* SEBAGAI MEDIA PENUNJANG KOMPETENSI DOSEN**

**Anne Ratnasari**

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung Jl, Tamansari No. 1 Telp. (022) 4264070 Bandung  
40116, Hp. 081224506506, *email*: anneratnasari10@gmail.com

**Yusuf Hamdan**

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung Jl, Tamansari No. 1 Telp. (022) 4264070 Bandung  
40116, Hp. 08122340215, *email* :yusuf.hamdan@gmail.com

Naskah diterima tanggal 13 Mei 2015, direvisi tanggal 9 November 2015, disetujui tanggal 12 November  
2015

## ***THE USE OF BLOG AS SUPPORTING MEDIA FOR COMPETENCE OF LECTURER***

### ***Abstract***

*Competence is one of the important parts of brand study, while brand it is a part of the marketing that has an important position by selling product and services. So brand itself not only for the company, it can also manage individual brands, public figures, and lecturer. This research aimed for determining the use of blogs as a medium to support the competence of lecturers from the aspect trustworthiness, commitment, ability to develop themselves practicing a profession, and a limiting factor in building the competence of lecturers. This research uses a qualitative approach with a single case study through observation, interviews, focus group discussions, and literature. The study found that lecturer use blogs to share lectures, ideas about contemporary events, and upload Islamic articles. Lecturer assessed reliably, because the lecturer writing on a blog is the result of his work, and a lot of consultation requests from various circles. The lecturer is committed to making a change for the better in every way when communicating via blog to maintain conformity with the words of his behavior, and lecturer has the ability to develop themselves in their profession as a lecturer, that gives him the strength to continue working.*

*Keywords: blog, social media, competence, lecturers.*

### **Abstrak**

Kompetensi merupakan salah satu bagian dari kajian merek, sedangkan merek sebagai bagian dari marketing memiliki kedudukan sama penting dengan menjual produk dan jasa. Karena itu mengelola merek selain untuk perusahaan, dapat juga untuk mengelola merek perseorangan, tokoh publik, dan dosen. Penelitian ditujukan untuk mengetahui penggunaan blog sebagai media penunjang kompetensi dosen dilihat dari aspek kedapatdipercayaan, komitmen, kemampuan mengembangkan diri menjalankan profesi, dan faktor penghambat dalam membangun kompetensi dosen. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus tunggal. Pengumpulan data dilakukan kepada dosen melalui observasi, wawancara, Focus Group Discussion, dan kepustakaan. Penelitian menemukan, dosen menggunakan blog untuk membagi materi kuliah, pemikiran tentang peristiwa kontemporer, dan up load artikel keislaman. Dosen dinilai dapat dipercaya, karena tulisan dosen di blog yang merupakan hasil karyanya, dan banyak permintaan konsultasi dari berbagai kalangan. Dosen berkomitmen membuat perubahan ke arah

lebih baik ketika berkomunikasi melalui blog dengan menjaga kesesuaian perkataan dengan perilakunya, dan dosen memiliki kemampuan mengembangkan diri dalam menjalankan profesinya sebagai dosen, aktivitas tersebut memberi kekuatan kepadanya untuk terus berkarya.

**Kata kunci:** *blog*, media sosial, kompetensi, dosen.

## PENDAHULUAN

Media sosial sebagai salah satu bentuk dari kemajuan teknologi komunikasi saat ini berkembang sangat pesat. Talero dan Gaudette dalam Nasution (2002), menjelaskan “perkembangan tersebut menyebabkan perubahan pada berbagai segi kehidupan manusia, pada cara manusia bekerja, belajar, bermain, dan cara hidup lainnya”. Rotunda et al. (2003), mengungkapkan fungsi media tersebut sebagai media yang menyediakan informasi berlimpah, komunikasi antarpribadi dan pengembangan hubungan, serta eksplorasi pribadi”. Baldwin et al. (2004), menambahkan fungsi media sosial lainnya yaitu untuk menjelaskan, menghibur, transmisi budaya, dan sebagai medium interaksi sosial”.

Media sosial menjadi sangat populer di masyarakat karena fasilitas yang dimilikinya. Internet digunakan pengguna untuk mengakses berbagai fasilitas di media sosial dengan berbagai tujuan. Juju dan Sulianta (2010) menjelaskan, media sosial mengusung kombinasi antara ruang lingkup elemen dunia maya, dalam produk-produk layanan *online*, dan kekuatan komunitas yang dibangun pada jejaring sosial. Sejalan dengan perkembangan media sosial, sebagian orang memanfaatkan *blog* sebagai salah satu fasilitas dari media tersebut. *Blog* merupakan salah satu bentuk *website*, kini berkembang menjadi sebuah budaya tersendiri di kalangan pengguna internet. Budaya menulis berbagai catatan untuk diperlihatkan kepada publik, ternyata disukai banyak anak muda bahkan orang tua (Sanjaya, 2007). Melakukan *blogging* antara lain dengan mengumpulkan, memberi informasi, dan publikasi, seperti membuat *update*, dan menulis kisah sehari-hari (Kindarto, 2008).

Salah satu kalangan yang memanfaatkan *blog* adalah dosen. Diketahui dosen merupakan satu profesi penting bagi generasi muda dalam menyiapkan diri di masa depan. Dosen sebagai profesi diatur dalam undang-undang dan peraturan pemerintah yang dibuat oleh Menteri Pendidikan Nasional. Dalam UU no. 14 tahun 2005 mengenai Guru dan Dosen, dijelaskan, “guru dan dosen memunyai fungsi, peran, dan kedudukan yang sangat strategis dalam pembangunan nasional dalam bidang pendidikan..., sehingga perlu dikembangkan sebagai profesi yang bermartabat.”

Penelitian ini mengkaji bagaimana *blog* digunakan di kalangan dosen Universitas Islam Bandung (Unisba) untuk menunjang kompetensinya. Berdasarkan penjelasan tersebut, perumusan masalah penelitian yakni bagaimana penggunaan *blog* sebagai media penunjang kompetensi dosen.

## LANDASAN KONSEP

### Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu mengenai penggunaan *blog*, baik di tanah air maupun di luar negeri. Di tanah air, terdapat dua penelitian mengenai penggunaan *blog* yang penulis jadikan sebagai perbandingan. Adapun perbedaan penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian penulis disajikan pada tabel 1.

Penelitian-penelitian terdahulu menjadi pijakan penulis untuk melakukan penelitian yang berbeda, baik dari segi fokus penelitian, tujuan penelitian, pendekatan penelitian, maupun dari segi teknik pengumpulan datanya. Peneliti ingin mengkaji penggunaan *blog* sebagai media penunjang kompetensi dosen dilihat dari dari aspek kredibilitas, komitmen, kemampuan mengembangkan diri menjalankan profesi, dan faktor penghambat

**Tabel 1**  
**Perbedaan Penelitian Penggunaan *Blog* Sebagai Media Penunjang Kompetensi Dosen dengan Penelitian Terdahulu**

Judul Penelitian			
	Optimalisasi Penggunaan Travel <i>Blog</i> Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Pariwisata	Pengaruh Kpop Bagi Penggemarnya: Analisis Kajian <i>Blog</i>	Penggunaan <i>Blog</i> Sebagai Media Penunjang Kompetensi Dosen
Penulis	Dismas Hayu H.	Lambok Hermanto Sihombing	Anne Ratnasari dan Yusuf Hamdan
Deskripsi Penelitian	Perkembangan teknologi internet melahirkan <i>platform blog</i> yang kemudian memunculkan <i>blog</i> wisata.	Penelitian ini mengkaji konstruksi identitas pada penggemar Kpop.	Melalui <i>blog</i> dosen dapat mengumpulkan, memberi informasi, dan publikasi.
Fokus Penelitian	Optimalisasi <i>blog</i> wisata sebagai media komunikasi pemasaran pariwisata.	Konstruksi identitas penggemar Kpop.	Penggunaan <i>blog</i> sebagai media penunjang kompetensi dosen.
Tujuan Penelitian	Mengeksplorasi pengoptimalan penggunaan <i>travel blog</i> sebagai sarana komunikasi pemasaran pariwisata indonesia.	Menggali pengaruh konsumsi Kpop terhadap penggemarnya, melakukan analisis terhadap elemen-elemen yang ada pada <i>blog</i> serta analisis tekstual terhadap komentar-komentar pada anggota <i>blog</i> .	Menggali aspek kedapatpercayaan, komitmen, kemampuan dosen dalam mengembangkan diri menjalankan profesi, dan faktor penghambat dalam membangun kompetensi dosen.
Pendekatan Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Teknik Pengumpulan Data	Wawancara dan observasi	Wawancara dan observasi	Wawancara dan observasi

Sumber : diolah dari berbagai sumber.

dalam membangun kompetensi dosen. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus.

Penelitian tentang penggunaan *blog* di luar negeri telah dilakukan, beberapa di antaranya penelitian Lisa Harris dan Alan Rae (2013) yang mengaitkan penggunaan *blog* dengan *personal branding*. Hasil penelitiannya menemukan, berbagai layanan *online* seperti *blog* dan jejaring sosial dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan dan meningkatkan *personal branding* dalam bisnis.

Selain itu Purjean Jr. (2000) dalam penelitiannya mengemukakan, karakter merupakan dasar dari suatu kepemimpinan. Setelah karakter barulah pengetahuan yang berguna untuk membangun kepercayaan dan keberanian memutuskan. Pusatkan kekuatan Anda untuk membentuk karakter diri lebih dulu, kemudian diikuti dengan proses *marketing* untuk membangun reputasi. Oleh

karena itu Purjean Jr. menegaskan, *character is what you are, reputation is what people think you are*, artinya karakter adalah diri Anda yang sebenarnya, sedangkan reputasi adalah apa yang dipikirkan orang lain tentang Anda (dalam Haroen, 2014).

### Media Sosial

Juju dan Sulianta (2010) mengemukakan, media sosial mempunyai kekuatan yang khas yaitu “mengusung kombinasi antara ruang lingkup elemen dunia maya, dalam produk-produk layanan *online* seperti *blog*, forum diskusi, *chat room*, *e-mail*, *website*, dan juga kekuatan komunitas yang dibangun pada jejaring sosial”. Media sosial memiliki kekuatan yang khas artinya “apa yang dikomunikasikan memberikan efek *power* tersendiri karena basis pembangunannya berupa teknologi dan juga berbagai media interaksi yang

dikomunikasikan dengan teks, gambar, foto, audio, juga video. Tujuan menggunakan media ini untuk terus terkoneksi, berkomunikasi, bahkan saling berbagi (*sharing*).

Pada dasarnya jejaring sosial merupakan produk media sosial, tetapi seraya orang-orang menggunakan dan beraktivitas dengan keduanya, pembedanya dalam hal kepentingan yang semakin bias. Manfaat utama yang akan didapat dari aktivitas jejaring sosial antara lain membangun kesadaran akan merek perusahaan, memiliki hubungan dengan calon pelanggan sebelum mereka memutuskan untuk menjadi pelanggan, menjaga hubungan dengan pelanggan sehingga ketika ada sesuatu yang baru, Anda bisa langsung menginformasikan ke mereka, meningkatkan lalu-lintas kunjungan ke *website*, menyebarkan pesan promosi dengan harga yang murah dan cepat, serta menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam (Rahman, 2012).

*Blog* pada dasarnya adalah singkatan dari *web blogs*, untuk mempermudah, istilahnya di singkat menjadi *blog* (MWilson, 2007). *Blog* awalnya bermula dari catatan harian (jurnal) yang dipublikasikan di internet, kini berkembang menakjubkan. Melalui *blog* banyak hal yang dapat dilakukan, antara lain dari menginformasikan kejadian yang ditemui, menuliskan pengalaman, hobi, promosi produk, dan menyampaikan pandangan. Kombinasi antara kekuatan isi sebuah *blog* dan keunggulan media internet untuk menyebarkan informasi tanpa kendala batas dan waktu, menjadi kunci utama sebuah *blog* menjadi kekuatan baru yang layak diperhatikan. Iklan juga kini mulai memakai media *blog*. Keunikan, keragaman, kekayaan konten, dan kemampuan mengarahkan opini menjadi pemicunya (Prasetyo, 2007). Selain itu *blog* juga menjadi tempat berbagi (Ariasari, 2007).

Saat ini 50 juta sampai 100 juta pengguna *blog* saling berkomunikasi lewat internet. Mengutarakan pikiran, pengalaman, dan berbagai informasi mengenai berbagai hal, termasuk tentang produk dan industri. Sebuah *blog* umumnya terbuka dan jujur,

yang dibuat oleh otoritas tertentu baik pribadi maupun perusahaan (Wright, 2007).

Jika dulu hal serupa komunikasi pemasaran mempunyai peran yang esensial dalam penciptaan ekuitas merek (*brand equity*) yang positif dan membangun loyalitas merek yang kuat". Merek didefinisikan sebagai "nama, istilah, tanda, simbol atau desain, atau kombinasi dari keseluruhannya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual" (Kotler, 2005). Merek telah dikembangkan dalam berbagai pendekatan, salah satunya dipandang dari perspektif konsumen. Ekuitas merek, yaitu sebuah merek memiliki ekuitas sebesar pengenalan konsumen atas merek tersebut dan menyimpannya dalam memori mereka beserta asosiasi merek yang mendukung, kuat, dan unik. Terdiri atas kesadaran merek (*brand awareness*), dan citra merek (*brand image*) (Shimp, 2014). Merek mengenai diri seseorang disebut positif, antara lain apabila dapat membangun diferensiasi, membangun *positioning*, memperkuat persepsi yang tertanam pada orang lain, dan menjadi jembatan lahirnya *trust* (kepercayaan) (Haroen, 2014).

Kompetensi adalah proses komunikasi tentang aspek kredibilitas, memiliki komitmen membuat perubahan ke arah lebih baik, dan memiliki kemampuan untuk mengembangkan diri menjalankan profesi. Dengan memiliki kompetensi yang kuat, seseorang memiliki kunci yang sangat bagus untuk sukses, di mana tujuannya agar dikenal, dipahami, dan dipercaya. Kompetensi terkait dengan persepsi orang lain terhadap seseorang. Ini sama dengan *brand* yang melekat pada barang atau jasa. Jadi *brand* terkait dengan persepsi. Al Ries berpendapat, persepsi itu lebih penting dari realitas dan seringkali persepsi itu realitas juga. Oleh karena itu, dalam membentuk kompetensi perlu menjalin komunikasi dan membangun sebuah persepsi yang benar tentang diri (Haroen, 2014).

Kompetensi dimaknai sebagai pengetahuan, keterampilan, dan nilai-nilai dasar yang direfleksikan dalam kebiasaan berfikir dan bertindak. Kompetensi

merupakan syarat utama yang harus dimiliki oleh seseorang untuk membentuk *brand* diri. Kompetensi adalah *isi* dari produk (*person*) yang akan *dijual* (Haroen, 2014).

### Interaksionisme Simbolik

Penggunaan *blog* terdapat interaksi dosen dengan pihak lain seperti mahasiswa, sesama dosen, civitas akademika, juga relasi lainnya, di mana dalam interaksi tersebut seorang dosen mempelajari makna dan simbol yang memungkinkan makna dan simbol yang terdapat dalam benaknya tersebut dilanjutkan menjadi tindakan (*action*).

Interaksionisme simbolik menurut Herbert Blumer adalah "suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi maknanya" (Mulyana, 2002). Makna muncul dalam suatu interaksi manusia, dapat juga dalam interaksi kecil antar individu. Karena itu interaksi simbolik menganalisis berbagai hal mengenai simbol yang ada di dalam suatu interaksi. Pada teori ini dijelaskan, tindakan manusia didasarkan pada pemaknaan atas sesuatu yang dihadapinya lewat proses yang disebut *self-indication*, yaitu proses komunikasi pada diri individu yang dimulai dari mengetahui sesuatu, menilai, memberinya makna, dan memutuskan untuk bertindak berdasarkan makna tersebut.

Proses komunikasi dalam interaksionisme simbolis yaitu informasi dari seseorang kepada orang lain merupakan hasil pemaknaan simbol melalui perspektif sendiri kepada orang lain. Orang tersebut sebagai penerima informasi akan memiliki perspektif khas dalam memaknai informasi yang disampaikan aktor pertama. Dengan kata lain di antara mereka akan terlibat dalam proses saling memengaruhi sebuah tindakan sosial. Dengan demikian berdasarkan perspektif interaksionisme simbolik, seorang dosen berinteraksi dengan orang lain melalui makna dan simbol yang mendasari tindakan di antara mereka, dan dengan menggunakan *blog* diharapkan dapat mengelola kompetensinya dengan baik.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2010) menjelaskan, metode penelitian kualitatif yaitu "prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati".

Analisis data penelitian ini menggunakan studi kasus dalam bentuk desain kasus tunggal, yaitu peneliti mengumpulkan data terarah berdasarkan pertanyaan yang terlebih dahulu ditentukan. Yin (2002) menerangkan, studi kasus memungkinkan peneliti memertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari peristiwa-peristiwa kehidupan nyata, seperti siklus kehidupan seseorang, proses organisasional dan manajerial, perubahan lingkungan sosial, hubungan internasional dan kematangan industri. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti" (Moleong, 2004).

Informan penelitian dipilih berdasarkan *purposive sampling*, peneliti memilih informan yang dianggap tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap dan mengetahui masalah secara mendalam (Patton dalam Bungin, 2006). Informan penelitian adalah dosen Universitas Islam Bandung (Unisba). Unisba memiliki 10 Fakultas dan Program Pascasarjana. Dari setiap fakultas dan program pascasarjana dipilih hanya satu orang dosen yang paling aktif menggunakan *blog*.

Cara yang digunakan peneliti dalam menentukan dosen sebagai informan untuk penelitian ini dengan menanyakan kepada pimpinan fakultas yaitu kepada Dekan, para Pembantu Dekan, juga kepada mahasiswa di Fakultas tersebut mengenai aktivitas dosen dalam menggunakan *blog*. Berdasarkan informasi dari pimpinan fakultas, dan mahasiswa maka diperoleh satu orang dosen yang sangat aktif menggunakan *blog*

untuk berbagai keperluan, misalnya untuk pengumpulan informasi perkuliahan, juga keperluan lainnya.

Teknik pengumpulan data penelitian ini yaitu primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui *focus group discussion* (FGD). Selain itu pada kesempatan lain, wawancara mendalam dilakukan kepada informan untuk memperoleh informasi tentang penggunaan *blog* dengan menggunakan pedoman wawancara. Sedangkan teknik pengumpulan data sekunder dilakukan melalui observasi terhadap aktivitas informan menggunakan *blog* untuk menunjang kompetensi dosen, dan dokumentasi dilakukan untuk memperoleh kelengkapan data penelitian.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Data Informan Penelitian

Berdasarkan wawancara diperoleh data terdapat 8 (delapan) orang dosen yang paling aktif menggunakan *blog*, mereka mewakili 8 (delapan) fakultas yang ada di Unisba, yaitu dosen Fakultas Dakwah, Tarbiyah, Psikologi, Ekonomi, Ilmu Komunikasi, Hukum, MIPA, dan Teknik. Selanjutnya dosen-dosen yang terpilih tersebut diundang dan menjadi peserta dalam diskusi melalui FGD. Tempat bekerja dosen di Unisba adalah di Fakultas Dakwah (Komunikasi dan Penyiaran Islam), Tarbiyah (PAI), Psikologi, Ekonomi (Manajemen), Ilmu Komunikasi (Public Relations), Hukum (Hukum Pidana), MIPA (Statistika), Teknik (Teknik Industri).

Status kepegawaian dosen sebagai Dosen Tetap yayasan dan Dosen Kopertis Wilayah IV Jawa Barat. Dosen dari Kopertis IV Jawa Barat pernah meraih penghargaan sebagai dosen berprestasi. Semua dosen tersebut aktif menggunakan *blog*. Terdapat 6 (enam) orang dosen berjenis kelamin laki-laki, dan 2 (dua) orang berjenis kelamin perempuan. Dosen yang aktif menggunakan *blog* paling banyak berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan wawancara mengenai peminatan

terhadap *blog*, dosen laki-laki lebih memiliki perhatian terhadap penggunaan media tersebut dibandingkan dosen perempuan.

Usia informan paling muda berusia 25 tahun, dan yang paling senior berusia 53 tahun. Penggunaan *blog* tidak tergantung pada usia, meskipun terdapat dua orang dosen muda yang mewakili fakultasnya sebagai informan penelitian, namun aktifitas mereka tak kalah dibandingkan dengan kiprah dosen-dosen lainnya yang lebih senior. Hasil penelitian melalui FGD menjadi pijakan awal peneliti dalam mengamati penggunaan *blog* oleh dosen.

Untuk memperoleh informasi lebih mendalam mengenai penggunaan *blog* oleh dosen, peneliti menambah informan penelitian yaitu dosen yang aktif menggunakan *blog* untuk berbagai keperluan. Dosen tersebut berstatus sebagai dosen Kopertis Wilayah IV Jawa Barat, yang bekerja di Sekolah Tinggi Ekonomi GICI, dan pernah meraih predikat sebagai Dosen Berprestasi dari Kopertis IV Jawa Barat. Dengan demikian jumlah dosen yang menjadi informan penelitian sebanyak 9 (sembilan) orang.

### Aktivitas Informan Menggunakan *Blog*

Pada tabel 2 (dua), mayoritas informan biasa menggunakan *blog*, bahkan dengan frekuensi yang tinggi. Hal ini karena sesuai tujuan penggunaan media tersebut yaitu antara lain untuk menyampaikan informasi, *up load* materi kuliah, dan sebagai media komunikasi mahasiswa dan dosen. Adapun waktu yang digunakan untuk mengakses *blog* selama 1-3 jam setiap kali mengakses.

Dari hasil wawancara kepada para dosen, dilihat dari segi waktu yang dipakai umumnya mereka menggunakan *blog* untuk menyampaikan informasi perkuliahan, dan berkomunikasi dengan mahasiswa, sebagai penunjang tugasnya sebagai dosen berkomunikasi dengan masyarakat, sehingga waktu penggunaannya disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi mereka. Tempat dosen mengakses *blog* yaitu di rumah, kantor, dan *mobile*.

## Penggunaan Blog

*Blog* merupakan satu fasilitas media sosial yang memerlukan upaya seseorang yang secara teratur menyajikan informasi yang relevan terkait informasi (produk, perusahaan) kepada pembaca atau pelanggan (Salim, 2011). Para penulis di *blog* memiliki beragam fasilitas untuk memudahkan pengelolaannya. Fasilitas tersebut antara lain pengiriman undangan untuk menulis dan membaca *blog* serta fasilitas untuk mengatur privasi sebuah *blog*. Temuan penelitian menunjukkan, penggunaan *blog* dimanfaatkan dosen antara lain untuk memberikan materi kuliah kepada mahasiswa. Dengan adanya *blog* sangat membantu mahasiswa memperoleh bahan kuliah. Seorang informan berpendapat, *blog* sebagai media sosial sifatnya netral, untuk menyampaikan ilmu, untuk kebaikan hukumnya menjadi wajib. Memandang media sosial di satu sisi dibutuhkan, di sisi yang lain diwaspadai, karena segala hal terbuka di situ. Bila digunakan untuk kepentingan ilmu, dan ibadah, maka akan berphala.

Dosen lainnya berpendapat mengenai pemanfaatan *blog*, pendapatnya adalah *blog* dimanfaatkan untuk *share* pemikiran-pemikirannya tentang suatu peristiwa kontemporer yang dianalisis berdasarkan bidang ilmu informan. Pemanfaatan *blog* sebagai salah satu media sosial (internet) seperti itu sejalan dengan pendapat Purbo (1999), *blog* sebagai salah satu fasilitas internet, sebagai sumber informasi dapat digunakan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan sumber daya manusia. Dengan demikian berdasarkan temuan penelitian diperoleh informasi, *blog*

dimanfaatkan sebagai media untuk memberi materi kuliah, menyampaikan pemikiran tentang peristiwa kontemporer, dan kajian keislaman menyampaikan pesan dalam bentuk artikel.

## Kredibilitas Dosen

Berdasarkan hasil penelitian tentang kompetensi dosen dilihat dari aspek kredibilitas ditemukan, dosen dinilai dapat dipercaya. Hal ini terbukti dengan banyaknya kunjungan pada *blog* yang dimiliki dosen, karena “dosen menyiapkan materi kuliah buat mahasiswa ke dalam *blog*, sehingga memudahkan mahasiswa kalau memerlukan materi kuliah tersebut.

Dengan adanya *blog*, sangat membantu saya dalam menyelenggarakan kuliah, bila mahasiswa memerlukan materi kuliah, saya persilahkan mereka mengunjungi *blog* saya” (wawancara dengan Wildan Y., 23 Mei 2014).

Aktivitas lainnya yang dilakukan dosen yaitu berusaha menjawab pertanyaan dengan cepat bila ada pertanyaan dan konsultasi baik yang disampaikan mahasiswa maupun masyarakat terkait dengan persoalan yang dihadapi oleh mereka. Di samping itu ada pihak-pihak yang ingin konsultasi dengan saya, saya respons segera atau berdasarkan perjanjian” (wawancara dengan Dudung A., 24 Mei 2014).

Dengan banyaknya pertanyaan yang masuk dan permintaan dari pihak-pihak tertentu untuk konsultasi, menandakan bahwa dosen tersebut dapat dipercaya. Misalnya, pertanyaan yang masuk mengenai manajemen keuangan mencakup pengelolaan keuangan keluarga, mencari penghasilan tambahan

**Tabel 2**  
**Aktivitas Informan Menggunakan Blog**

No	Aktivitas/Minggu	Frekuensi
1	Sering Sekali (5-7 kali)	8
2	Sering (3-4 kali)	1
	Jumlah	9

Sumber: Data penelitian

**Tabel 3**  
**Manfaat *Blog* bagi Dosen**

No	Manfaat
1.	Memberi materi kuliah kepada mahasiswa Untuk <i>share</i> pemikiran tentang suatu peristiwa kontemporer yang dianalisis berdasarkan bidang ilmu tertentu.
2.	Untuk <i>upload</i> artikel-artikel keagamaan dan <i>share</i> pengetahuan keislaman yang dimiliki.
3.	

Sumber: Data penelitian

belanja hemat, memutuskan kebutuhan yang harus didahulukan, dan sebagainya. Hal ini karena dosen berusaha menyampaikan pesan sesuai, kenyataan yaitu berkata sesuai dengan apa yang dilakukannya. Dari berbagai pengalaman bertemu dan berinteraksi dengan berbagai kalangan, seseorang yang pernah berbohong, ingkar janji, atau pernah mengkhianati kepercayaan orang lain, itu disebut pribadi yang tidak jujur dan tidak memiliki integritas.

Aktivitas tersebut ditinjau dari perspektif Interaksi Simbolik, di antara dosen dan mahasiswa juga pihak lainnya terdapat pesan-pesan yang dipertukarkan, mereka memanfaatkan *blog* dengan baik sebagai sarana berkomunikasi satu sama lain. Pesan yang dipertukarkan antara lain informasi perkembangan pengetahuan tertentu, *sharing* atau berbagi informasi dengan *blogger* lain, pembuatan tugas mahasiswa dan penyelesaiannya, dan sebagainya. Dengan demikian, dalam aktivitas tersebut terjadi pertukaran pesan dari satu pihak kepada pihak-pihak lainnya untuk mencapai makna yang dapat dipahami bersama.

### Menjaga Komitmen

Dosen juga memiliki komitmen membuat perubahan ke arah lebih baik dalam menjalankan profesinya sebagai dosen ketika berkomunikasi melalui *blog*, berdasarkan wawancara diperoleh penjelasan, “saya berusaha menjaga komitmen sebagai dosen yang baik. Saya bersyukur turut berkiprah memiliki profesi mulia di masyarakat, karena itu saya harus menjaga dengan baik” (wawancara dengan Sri F., 21 Mei 2015).

Bentuk komitmen yang dipegang dosen antara lain untuk berbagi, baik kepada

mahasiswa maupun kepada masyarakat dengan cara menyebarkan berbagai tulisan, artikel, penelitian ilmiah maupun modul-modul kuliah yang disusunnya. Sebagai contoh, dosen memiliki *blog* untuk berbagai tulisan yang dapat dimanfaatkan berbagai kalangan. Karena itu untuk membangun komitmen pribadi dalam pekerjaan, diperlukan kesesuaian antara perkataan dengan kenyataan. Keadaan itu dilihat dari perspektif Interaksi Simbolik, terdapat keajegan antara kata-kata yang dipegang teguh seorang dosen dengan perilakunya. Ketika seorang dosen berniat untuk menjaga komitmen, misalnya dia bertekad dalam dirinya untuk menjadi orang baik, sehingga berkomitmen pada dirinya sendiri untuk berbagi bahan kuliah baik dengan mahasiswa juga dengan pihak lain yang memerlukannya. Hal itu wujud dari kemampuan dosen dalam mengelola dirinya, sehingga dipersepsi sebagai orang yang memiliki keahlian, dan kejujuran (Rakhmat, 2006).

Dosen memiliki keahlian dalam berkomunikasi dengan pengguna *blog* lainnya, hal itu terjadi ketika seorang mahasiswa bertanya tentang pembuatan tugas, di antara dosen dan mahasiswa terjadi proses komunikasi melalui pengiriman pesan untuk memperoleh pengertian bersama. Dengan demikian, seorang dosen akan memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada mahasiswanya, jika dia konsisten dan komitmen pada tindakan dan perilakunya. Mahasiswa akan meneladani apa yang dikatakan dan dilakukan seorang dosen. Keteladanan akan bermuara pada hal-hal yang positif jika dibarengi dengan konsistensi.

Menurut Fakhruddin (2012), menjelaskan konsistensi memberikan kredit tersendiri dalam dunia pendidikan, sebab ia

menjadi alat pijak keberhasilan pendidikan dan pembelajaran. Adapun etika adalah masalah benar atau salah, atau tindakan moral yang berkenaan dengan setiap aspek dalam kehidupan manusia. Etika dan moralitas digunakan secara bergantian dan dianggap sinonim dengan kejujuran, kehormatan, dan kebaikan (Shimp, 2014). Aplikasi nyata dalam pekerjaan seorang dosen, berarti dituntut untuk senantiasa melaksanakan sesuai dengan apa yang sudah dijanjikannya, baik dalam hubungan dengan sesama rekan kerja, kepada atasan, kepada mahasiswa, ataupun kepada relasi lainnya.

### **Kemampuan Mengembangkan Diri Menjalankan Profesi Sebagai Dosen**

Temuan lainnya dalam penelitian ini, dosen memiliki kemampuan untuk mengembangkan diri dalam menjalankan profesinya sebagai dosen, berikut wawancara dengan Dadi A. (19 Mei 2015), “saya berusaha mengembangkan diri saya sebagai dosen, misalnya, saya selain mengajar, melakukan penelitian dan PKM, juga mengikuti *training* untuk meningkatkan kemampuan saya baik secara kognitif, afektif, konatif, dan *behavioral*”.

Ketika menulis melalui *blog*, kemampuan menuangkan ide, pikiran, dan pengalaman seorang dosen terasah dan terlatih dengan baik. Temuan penelitian lainnya, seorang dosen mampu memotivasi mahasiswanya untuk mengembangkan kreativitas, memimpin dengan cara menyarankan, dan membimbing mahasiswa agar aktif dalam unit-unit kegiatan yang ada di kampus.

Temuan penelitian lainnya, seorang dosen mampu memotivasi mahasiswanya untuk mengembangkan kreativitas, memimpin dengan cara menyarankan, dan membimbing mahasiswa agar aktif dalam unit-unit kegiatan yang ada di kampus.

Berdasarkan penjelasan tersebut, ditelaah dari Interaksi Simbolik, dosen memiliki kemampuan mengembangkan diri menjalankan profesi sebagai dosen karena dosen aktif berinteraksi dengan berbagai pihak baik dalam kampus seperti dengan

mahasiswa, sesama dosen, pimpinan, staf, dan sebagainya dalam menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi, juga mampu mengembangkan diri salah satunya dengan banyak menulis artikel yang disimpan dalam *blog* pribadinya. Dengan interaksi tersebut membuat dosen kreatif dalam mengatur berbagai kegiatan, termasuk mengisi beragam tulisan dalam *blog*nya. Aktivitas tersebut memberi kekuatan kepada dosen untuk terus berkarya, karena misalnya, tulisannya dapat menginspirasi banyak orang, menjadi bahan negosiasi untuk melakukan *training* mengenai aspek tertentu sesuai keilmuannya, maupun mempengaruhi orang lain dalam mengambil keputusan.

Melalui *blog* sebagai salah satu teknologi baru, suatu informasi bisa didapat hanya dalam beberapa saat saja. Teknologi komunikasi baru didefinisikan sebagai “metode baru dalam penyimpanan, penyampaian, dan penerimaan informasi yang meliputi bentuk informasi apapun dari teknologi digital” (Baldwin et al., 2004). Kekuatan khas *blog* atau media sosial yaitu “apa yang dikomunikasikan memberikan efek tersendiri, karena basis pembangunannya berupa teknologi dan juga berbagai media interaksi yang dikomunikasikan dengan teks, gambar, foto, audio, juga video. Adapun tujuan menggunakan media ini antara lain untuk terus terkoneksi, berkomunikasi, bahkan saling berbagi/*sharing*” (Juju dan Sulianta, 2010).

Dengan demikian, jika seorang dosen “mampu menumbuhkan rasa ingin tahu dalam diri anak didiknya, mereka akan memiliki kesempatan yang lebih baik untuk meraih kesuksesan, kebahagiaan, dan hubungan yang kuat dengan orang lain dalam kehidupan mereka” (Fahkrudin, 2012). Semangat baik pada diri dosen maupun mahasiswa, berhubungan dengan gairah dalam dirinya untuk mengerjakan sesuatu yang menjadi daya dorong untuk segera mewujudkannya. Bila bertanya kepada individu yang terlihat begitu gembira, produktif, dan berprestasi dalam pekerjaannya, sering kita mendengar bahwa bagi mereka kuncinya adalah “*passion*” pada pekerjaannya.

Memberi semangat kepada orang lain penting karena semangat itu menular. Tentu saja dalam hal yang positif. Memberi semangat kepada orang lain membuat seseorang semakin bersemangat, apalagi bila semangat yang diberikan membuat orang tersebut berhasil. Sama seperti manfaat yang diberikan kepada orang lain, nikmatnya tidak bisa digantikan dengan apapun.

Seorang dosen yang berhasil adalah dosen yang mampu memompa semangat mahasiswanya untuk “belajar dengan tekun, menghadapi kesusahan dengan senyum dan keterbatasan dengan semangat berubah. Motivasi semacam ini akan membuat semangat mereka kembali menyala terang. Dalam Psikologi, “motivasi mengacu pada konsep yang untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada dan bekerja pada diri organisme atau individu yang menjadi penggerak tingkah laku individu tersebut” (Fakhrudin, 2012).

Kekuatan pada diri dosen antara lain selain lulus dari bidang tertentu, juga memiliki kepribadian yang menarik sangat besar perannya dalam pengajaran kepada mahasiswa. Mahasiswa juga akan menilai kemampuan dosen dalam mengajar dengan baik dan berhubungan baik dengan mereka. Karena itu dosen juga perlu pengembangan diri, khususnya mengenai kepribadian dan *soft skill*.

Selain itu yang juga perannya penting adalah karakter yang dimiliki seorang dosen, karena mereka menduduki posisi atas dalam institusi. Seorang dosen idealnya memiliki *karakter kepemimpinan*. Zaccaro (2004, dalam Haroen, 2014) menjelaskan ada sejumlah sifat dominan yang dimiliki oleh seorang pemimpin, yaitu: pertama, cerdas dalam hal kemampuan berbicara, bernalar, dan menafsirkan lebih kuat. Kedua, percaya diri di mana pemimpin yakin akan kompetensi, keahlian yang dimiliki, dan juga meliputi harga diri serta keyakinan diri. Ketiga, jujur di mana pemimpin memiliki kualitas kejujuran dan dapat dipercaya. Kejujuran membuat seorang pemimpin dapat dipercaya dan layak untuk diberi kepercayaan oleh pengikutnya. Keempat, determinasi

adalah hasrat menyelesaikan pekerjaan yang meliputi ciri seperti inisiatif, gigih, serta dapat memengaruhi dan mengarahkan. Kelima, interaktif yaitu pemimpin memiliki sifat dapat menjalin hubungan yang menyenangkan dengan individu lainnya. Pemimpin yang menunjukkan sifat interaktif cenderung bersahabat, ramah, sopan, bijaksana, dan diplomatis. Mereka sensitif terhadap kebutuhan orang lain dan menunjukkan perhatian atas kehidupan mereka.

Bill Newman (1993) dalam bukunya *The Ten Laws of Leadership* mengatakan, pemimpin berkarakter mampu memadukan realitas emosi dengan apa yang mereka lihat sehingga dapat menghasilkan pengaruh yang mendalam bagi pengikutnya dan menjadikan visi yang mampu membangkitkan inspirasi (Haroen, 2014). Unsur daya cipta ini menjadi satu bagian penting dalam perspektif Interaksi Simbolik, karena dalam perspektif tersebut selain simbol (pesan) yang dipertukarkan, juga memunculkan interaksi sosial di antara mereka. Dosen yang aktif mengajak mahasiswa untuk terus belajar dan mengembangkan diri dengan baik, misalnya, merupakan salah satu bentuk dari interaksi yang melahirkan hubungan-hubungan positif di antara keduanya.

### **Faktor Penghambat Dalam Membangun Kompetensi Dosen**

Faktor penghambat dalam membangun kompetensi dosen melalui *blog*, antara lain penguasaan terhadap teknik operasi *blog*, fitur-fitur yang selalu *up grade* oleh setiap provider menuntut dosen untuk selalu memperbaharui tampilan dan *layout blog* dan *content*. Keterbatasan waktu untuk mempelajari sesuatu yang baru tersebut, terkadang menyebabkan *blog* yang dimiliki dosen *out of date*.

Dosen lain berpendapat, media sosial yang digunakan hanya memakai *blog* dan tidak menggunakan *facebook*, dan *twitter* karena ada pengalaman orang lain yang menggunakan *facebook* menjadi ketagihan dan lupa waktu.

## PENUTUP

### Simpulan

Dosen menggunakan *blog* untuk membagi materi kuliah, pemikiran tentang peristiwa kontemporer, dan *upload* artikel keagamaan dan pengetahuan keislaman yang dimiliki. Kompetensi dosen dilihat dari aspek kedapatdipercayaannya ditemukan, dosen dinilai sebagai pribadi yang dapat dipercaya. Dosen menyiapkan tulisan dalam *blog*, sehingga memudahkan mahasiswa dan pihak lainnya untuk memilikinya. Selain itu dengan adanya *blog*, tugas sebagai dosen sangat terbantu. Tulisan di *blog* tersebut merupakan hasil karya dosen. Dosen menjawab pertanyaan dan permintaan konsultasi baik dari mahasiswa maupun masyarakat dengan cepat.

Kedua, dosen memiliki komitmen membuat perubahan ke arah lebih baik ketika berkomunikasi melalui *blog*. Bentuk komitmen antara lain berusaha menjaga kesesuaian antara perkataan dengan kenyataan, karena itu terdapat keajegan antara kata-kata dan perilaku dosen, sehingga dosen mampu mengelola dirinya untuk memiliki keahlian dalam berkomunikasi dengan pengguna *blog* lainnya, di antara mereka terjadi proses komunikasi melalui pengiriman pesan untuk memperoleh pengertian bersama.

Ketiga, dosen memiliki kemampuan untuk mengembangkan diri dalam menjalankan profesinya sebagai dosen. Dengan menulis di *blog*, kemampuan menuangkan ide, pikiran, dan pengalamannya terasah dan terlatih dengan baik. Selain itu, seorang dosen mampu memotivasi mahasiswanya untuk mengembangkan kreativitasnya. Kemampuan tersebut terwujud karena dosen aktif berinteraksi dengan berbagai pihak baik di dalam kampus maupun di luar kampus. Dengan interaksi tersebut membuat dosen kreatif dalam mengatur berbagai kegiatan, termasuk mengisi beragam tulisan dalam *blog*nya. Aktivitas tersebut memberi kekuatan kepada dosen untuk terus berkarya, karena dapat menginspirasi, dan memengaruhi orang lain dalam menjalani kehidupan dengan baik. Keempat, faktor

penghambat kompetensi dosen antara lain penguasaan terhadap teknik operasi *blog*, dan keterbatasan waktu dosen untuk mempelajari dan memperbaharui isi *blog*.

### Saran

Pertama, dosen dinilai dapat dipercaya dalam berkomunikasi melalui *blog*. Hal itu agar terus dipelihara, dan ditingkatkan menjadi lebih baik, antara lain bekerja dengan ikhlas, memiliki target yang jelas, selalu berupaya melakukan yang terbaik, sehingga selain memenuhi kewajiban menyebarkan ilmu juga bernilai ibadah. Kedua, komitmen dosen perlu terus dijaga agar selalu menghasilkan karya ilmiah yang dibagikan (*share*) di *blog* yang dapat membantu dan mencerahkan banyak kalangan yang memerlukannya. Ketiga, dosen perlu meningkatkan kemampuan diri dalam menjalankan profesinya, hal itu perlu dukungan berbagai aspek, seperti ketersediaan waktu, konsistensi, dan penambahan pengetahuan dan keahlian, sehingga menjadi dosen memiliki kompetensi yang tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Ariasari, Fany. (2007). *Pernak-pernik Blog: Cantik, Atraktif, Fungsional*. Jakarta: Mediakita.
- Baldwin, J. R., Perry, S.D., & Moffit, M.A. (2004). *Communication Theories for Everyday Life*. Boston: Pearson Education Inc.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Prenada Media Grup.
- Fakhrudin Asef Umar. (2012). *Menjadi Guru Favorit!*. Yogyakarta: Diva Press.
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding : Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Juju, Dominikus, dan Sulianta, Feri. (2010). *Branding Promotion With Social Network*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kindarto, Asdani. (2008). *Membuat Blog cantik dengan Flickr*. Jakarta : PT Gramedia.
- Kotler. Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Moleong, Lexy J, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mwilson. (2007). *Panduan praktis membuat Situs Pribadi & Template Blog*. Jakarta : Mediakita.
- Nasution, Zulkarimen. (2002). *Komunikasi Pembangunan : Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Nasution, S. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito : Bandung.
- Prasetyo, Agus Hery. (2007). *Meraup Dollar Lewat Blog*. Yogyakarta : Gardien Mediatama.
- Purbo, Onno W. 1999. *Teknologi Warung Internet*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Rahman, Su. 2012. *Internet Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2006. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: CV. Remaja Rosdakarya.
- Sanjaya, Ridwan. (2007). *Membuat Blog dengan Blogspot*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Shimp, Terence A. (2014). *Periklanan Promosi*. Jakarta : Erlangga.
- Salim, Joko. (2011). *Mengoptimalkan Blog dan Social Media untuk Small Business*. Jakarta: Gramedia.
- UU No. 14 Tahun 2005. *Guru dan Dosen*.
- Wright, Jeremy. (2007). *Blog Marketing*. Jakarta : Gramedia.
- Yin, Robert K. 2002. *Studi Kasus*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Jurnal :**
- Harris, L. dan R. Alan ( 2011). “Building a Personal Brand through Social Networking”, *Journal of Business Strategy*, Vol. 32 Iss:5, pp. 14-21. [www.emeraldinsight.com](http://www.emeraldinsight.com). [Accessed 20 April 2013].
- Tesis :**
- Hayu S., Dismas (2015). *Optimalisasi Penggunaan Travel Blog sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Pariwisata*. Tesis. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Sihombing, Lambok Hermanto (2013). *Pengaruh Kpop Bagi Penggemarnya: Analisis Kajian Blog*. Tesis. Jakarta: Universitas Indonesia.