

BINA BLOGSPOT.COM HINGGA PEROLEHI PENDAPATAN GOOGLE ADSENSE

SULAIMAN SALLEH

Pensyarah Jabatan Bahasa Inggeris dan Komunikasi
Fakulti Pengurusan dan Muamalah (FPM)
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS)

1.0 PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Ketika kajian ini dilakukan media sosial menjadi sebahagian alat penyebaran maklumat kepada masyarakat di kebanyakan negara. Antara alat media yang popular digunakan menyebarkan maklumat berkenaan dikenali sebagai blog dan penulis di media sosial berkenaan dikenali blogger.

Penerbitan secara maya yang dikenali blog ini dilancarkan pada 23 Ogos 1999 oleh Pyra Labs. Bagaimanapun, bermula Februari 2003, Google mengambilalih Pyra Labs dan sejumlah ciri premium Blogger dimansuhkan dan pengguna blog ini bebas menggunakan media sosial berkenaan.

Penambahbaikan media sosial ini semakin baik apabila pada tahun 2004, Google yang merupakan syarikat teknologi multinasional Amerika Syarikat membeli Picasa dan membantu pengguna menyepadukan blog yang sedia ada dengan koleksi foto ke laman blog mereka yang lebih mudah.

Pada tahun sama, Google turut memperkenalkan beberapa perubahan dasar pada sistem terbitan blog yang diambilalih daripada Pyra Labs antaranya, meliputi penggunaan templat CSS (Cascading Stylesheet), halaman arkib individual untuk masing-masing posting, ulasan, dan posting melalui email.

Hingga penyelidikan ini ditulis, Google melakukan beberapa versi terbaharu untuk pengguna dan pelayar media sosial ini dan pada Mei 2007 secara rasminya seluruh kandungan di blog yang awalnya dikendalikan oleh Pyra Labs kini dikendalikan sepenuhnya Google.

1.2 Permasalahan kajian

Pemerhatian lapangan penyelidik di media sosial kebanyakan mewarwarkan bahawa blogger mempunyai pendapatan lumayan serta berupaya dijadikan sebagai pendapatan utama. Pemerhatian lapangan juga mendapati terdapat segelintir golongan muda berminat menjadikan penulisan di blog sebagai pendapatan utamanya.

Bagaimanapun, pemerhatian lapangan penyelidik mendapati terdapat rungutan di kalangan blogger kerana tidak mendapat pendapatan yang sewajarnya selepas berusaha menghasilkan produk berkualiti seperti mana ditetapkan oleh Google AdSense.

Berdasarkan permasalahan itu, penyelidik melakukan penyelidikan secara lapangan ini untuk mendapatkan cabaran atau halangan yang kemungkinan dilalui oleh blogger hingga perolehi pendapatan seperti mana diharapkan.

1.3 Tujuan Kajian

Kajian lapangan ini dilakukan untuk melihat secara dekat permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh blogger yang mengharapkan bayaran daripada Google AdSense.

Sebaik kajian lapangan ini dapat dilengkapi, diharap permasalahan-permasalahan yang dinyatakan dapat diatasi dan seterusnya membantu blogger mendapat pendapatan yang diharapkan. Kajian ini juga diharap dapat dimanfaatkan oleh golongan atau individu yang berminat menjadi blog sebagai sumber utama pendapatannya.

1.4 Persoalan kajian

Benarkah blog berupaya memberi pendapatan lumayan kepada blogger hingga ribuan ringgit sebulan atau lebih daripada itu? Berdasarkan persoalan itu, penyelidik melakukan penyelidikan ini dan hasil penyelidikan diharap dapat merungkai persoalan berkenaan.

1.5 Objektif Kajian

Kajian yang dilakukan ini berdasarkan objektif:

1. Melihat secara dekat permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh blogger.
2. Berapakah pendapatan yang boleh diperolehi oleh seorang blogger.

1.6 Skop Kajian

Penyelidik menggunakan blog di sesawang Sulaimansallehkuis2.blogspot.com sebagai bahan kajian utama bagi mendapatkan data yang diperlukan. Bahan kajian tambahan juga diperolehi daripada kiriman emel yang diterima di Sulaimansalleh2015@gmail.com daripada Google AdSense. Maklumat terbabit kemudiannya dianalisa bagi mendapatkan hasil kajian yang diperlukan.

2.0 TINJAUAN KAJIAN LALU

2.1. Imbasan Teori

Teori diperlukan dalam sesuatu kajian kerana ianya berupaya membantu penyelidik membentuk sesuatu kenyataan berhubung sesuatu fenomena yang dikaji.

Saodah Wok, Narimah Ismail, Mohd Yusof Hussain (2005) menyatakan pengetahuan mengenai teori komunikasi diperlukan bagi membolehkan seseorang membuat jangkaan kemungkinan yang bakal berlaku dalam sesuatu situasi.

“... membuat perancangan bagi mengatasinya; dan menghadapi situasi dengan lebih bersedia demi membuahkan kejayaan. Tidak kira sama ada dalam situasi pembelajaran; pertemuan antara kita dengan klien dalam konteks organisasi; perjumpaan di antara dua sahabat baik yang lama tidak bertemu; perbincangan ibu-bapa dengan anak; ataupun sepasang suami isteri yang ingin menyemarakkan rasa kasih sayang di antara mereka; ada teori-teori komunikasi untuk menerangkannya.”

Selain itu, pengetahuan seseorang terhadap teori-teori komunikasi berupaya membantu mencapai sesuatu kejayaan dalam pelbagai konteks dan situasi. Teori adalah kenyataan yang dibentuk bersifat sementara tetapi ia berupaya menentukan sesuatu kenyataan itu dibuktikan kebenaran atau sebaliknya.

“Kita boleh menerima, menolak ataupun mengubahsuai teori berdasarkan kajian yang kita jalan. Tanpa kita sedari, kita sebenarnya banyak berteori dengan perkara-perkara yang kita hadapi dalam kehidupan kita. Kefahaman tentang teori dapat membantu kita dalam kehidupan kita seharian.”

Sementara itu, Massila Hamzah dan Arfah Yusof (2013) menyatakan teori dan model berupaya menjelaskan perkara-perkara tertentu yang berlaku.

“Dalam konteks komunikasi, model mewakili hubungan, aliran, struktur dan interaksi yang berlaku. Model membantu untuk memudahkan penjelasan idea dan proses yang kompleks. Ia digubal daripada yang paling mudah kepada yang lebih kompleks bergantung pada penyampaian proses komunikasi yang berlaku.”

Komunikasi dan teknologi mempunyai hubungan saling berkait rapat dengan hampir kajian yang dilakukan kerana teknologi komunikasi dilihat begitu mempengaruhi cara seseorang berkomunikasi. Fungsi alat komunikasi yang digunakan juga hampir setiap masa bertambah baik berbanding masa sebelumnya.

Menurut Everett M. Roger (1986) pada tahun 1980-an, revolusi intelektual dalam sains komunikasi bermula kerana teknologi komunikasi baharu sedang mengubah bentuk cara asas komunikasi manusia.

Kajian yang dilakukan ini menggunakan ‘Model Pemprosesan Maklumat Sosial’ yang diperkenalkan oleh Fulk, Schmit dan Stemfield pada tahun 1990 yang berlandaskan ‘Teori Kekayaan Media’. Model-teori ini melihat penggunaan teknologi komunikasi yang bergantung kepada faktor tujuan tugas dan media yang ada, pengalaman silam, tahap pengetahuan, perbezaan individu yang berinteraksi, serta maklumat sosial yang perlu atau tidak perlu dikongsi.

2.2 Takrifan Konsep

Google adsense adalah program pengiklanan yang bernaung di bawah organisasi gergasi syarikat media sosial Google. Pemilik laman sesawang boleh mengikut program ini dengan membenarkan teks, gambar dan yang terbaru iklan video melalui laman sesawang yang dibina.

Iklan ini dikawal selia oleh Google dan hasil yang dijana dari pengiklanan berdasarkan per klik (PPC). Ketika kajian ini dilaksanakan, syarikat media sosial Google sedang dalam proses menguji kaedah harga kos-per-tindakan atas dasar perkhidmatan.

Google juga menggunakan teknologi carian untuk menyediakan khidmat pengiklanan berdasarkan isi kandungan laman sesawang, lokasi geografi pengguna laman sesawang, dan beberapa faktor lain.

Bagaimanapun, pemilik laman sesawang yang menggunakan khidmat pengiklanan dengan sistem pengiklanan sasaran Google perlu mendaftar melalui Google Adsense.

3.0 METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan

Metodologi kajian yang disediakan membolehkan penyelidik melihat kepentingan reka bentuk kajian bagi membolehkan objektif kajian ini dicapai, para penyelidikan mendapatkan sampel dan instrument pensampelan yang sesuai dan method penyelidikan yang sesuai.

Sabitha (2006) menyatakan reka bentuk kajian adalah pelan tindakan yang memperlihatkan secara terperinci bagaimana sesuatu kajian dilakukan. Metodologi kajian

berfungsi sebagai panduan dalam membantu penyelidik mengumpul, menganalisis dan membuat tafsiran hasil daripada penyelidikan yang sedang dilakukan.

“Reka bentuk kajian penyelidikan juga menjadi model bagi membolehkan penyelidik membuat inferens berkaitan pemboleh ubah yang dikaji.”

Susulan pandangan itu, penyelidik melakukan kajian ini dengan menganalisa data di blog Sulaimansallehkuis2.blogspot.com dan kiriman emel rasmi dari Google AdSense. Kawasan kajian pula penyelidik menggunakan laman sesawang Sulaimansallehkuis2.blogspot.com dan <http://sulaimansallehkuis2.blogspot.com> serta dikongsi di facebook yang dikelolakan penyelidik (lebih 4,600 rakan kenalan).

3.1.2 Pensampelan

Instrumen Kajian penyelidik menggunakan media sosial facebook milik penyelidik dan dua kumpulan facebook yang dikendalikan penyelidik iaitu Sulaimansallehkuis2.blogspot.com dan <http://sulaimansallehkuis2.blogspot.com> sebagai platform promosikan blog Sulaimansallehkuis2.blogspot.com.

Selain itu, kaedah analisis data diperolehi dari emel penyelidik iaitu Sulaimansalleh2015@gmail.com. Setiap maklumat atau peringatan daripada Google AdSense disampaikan ke alamat emel berkenaan.

4.0 HASIL KAJIAN

Berdasarkan laporan di Google AdSense akaun Sulaimansallehkuis2.blogspot.com diberi tempoh percubaan selama tiga bulan iaitu bermula 31 Julai hingga 29 Oktober 2020. Hingga penyelidikan ini dihasilkan tempoh iklan percubaan berkenaan sudah berakhir.

Selepas tarikh tayangan iklan percubaan berakhir pada November 2020, tayangan iklan yang diharapkan memberi pendapatan melalui blog Sulaimansallehkuis2.blogspot.com berlaku pada 31 2020.

Bermula 1 hingga 7 Januari 2021, jumlah pembaca di blog ini seramai 1,000 orang dan pendapatan awal yang diperolehi adalah sebanyak USD1.60 saja. Berbeza pendapatan bayangan atau jangkaan sekitar RM300 bagi setiap 1,000 pembaca.

Tayangan iklan di blog dikaji kerap diberi peringatan bahawa bilangan iklan yang boleh dipaparkan telah dihadkan kerana dibimbangi terdapat trafik tidak sah.

Jangkaan penyelidik bahawa sekatan tayangan iklan itu adalah sementara menjadi kenyataan apabila iklan kembali ditayangkan pada 14 Januari 2021. Bagaimanapun, beberapa jam selepas itu, sekali lagi tayangan iklan di blog berkenaan dihentikan tayangannya.

Selepas melihat pandangan beberapa Youtuber yang juga memiliki blog sendiri, masalah berkaitan berlaku dipercayai Google AdSense tidak benarkan perkongsian artikel di blog berkenaan dilakukan secara terus melalui media sosial seperti facebook, whatsapp, telegram dan sebagainya.

Sebagai langkah menayangkan semula iklan di blog ini, penulis berusaha menasihatkan pelayar blog Sulaimansallehkuis2.blogspot.com melanggan atau akses menggunakan bookmarks browser.

Secara umumnya, bookmark bermaksud pautan kegemaran atau pautan tersimpan yang membolehkan seseorang pelayar sesuatu blog atau laman web berupaya mengaksesnya sekali lagi tanpa mencari tapak blog atau laman sesawang yang dikehendaki itu di enjin carian. Contoh pautan lengkap yang dilarang dikongsi hingga sekatan iklan oleh Google AdSense adalah seperti <https://www.sulaimansalleh.blogspot.com/post/edit/847228786?hlm.ms>

Tayangan iklan di blog yang dikaji ini sekali lagi mula menayangkan iklan pada 8 Februari 2021.

Sekali lagi, tayangan iklan di blog ini disekat tanpa diketahui punca sebenarnya dan jumlah pembaca harian ketika itu kebanyakannya melepasi 100 pembaca sehari.

Sekatan tayangan iklan beberapa kali dalam tempoh dua bulan, menyebabkan jumlah kutipan hasil tayangan iklan berjumlah US\$4.03 sahaja.

Sekatan tayangan iklan kali ketiga di blog yang dikaji sekali lagi disekat tayangannya, secara rasminya penulis menerima mesej dari Google yang dikirim di emel pada 12 Mac 2021. Dimaklumkan tayangan iklan di blog berkenaan disekat bermula 11 Mei hingga 10 April 2021.

Helo,

Baru-baru ini kami telah mengesan trafik tidak sah dalam akaun anda (Kod Penerbit: pub-.....). Oleh yang demikian, kami telah menggantung akaun anda buat sementara waktu selama 30 hari. Sepanjang tempoh ini, tiada iklan akan dipaparkan di tapak, apl mudah alih atau saluran YouTube anda.

Mengapakah akaun saya digantung?

Aktiviti tidak sah: Berbilang klik:

Kami mendapati tika seorang atau lebih ramai pengguna yang telah mengklik iklan anda berulang kali. Perbuatan ini dilarang oleh dasar program kami. Klik pada iklan Google hendaklah berasal daripada minat pengguna yang tulen. Penerbit tidak boleh meminta pengguna lain memuat semula atau mengklik iklan mereka. Perkara ini termasuk meminta pengguna untuk menyokong tapak, apl mudah alih atau saluran YouTube anda, menawarkan ganjaran kepada pengguna untuk melihat iklan atau melakukan carian dan berjanji untuk mengumpul wang bagi pihak ketiga untuk tindakan sedemikian. Selain itu, mengklik iklan anda sendiri dan menggunakan alat mengklik atau sumber trafik automatik, robot, atau perisian penipuan yang lain juga dilarang.

Kami faham bahawa anda mungkin ingin mengetahui lebih lanjut tentang trafik tidak sah yang telah kami kesan. Oleh sebab maklumat ini boleh digunakan untuk memintasi sistem pengesanan proprietari, kami tidak dapat memberikan maklumat tentang aktiviti akaun yang khusus kepada penerbit kami, termasuk apa-apa halaman web atau pengguna yang mungkin terlibat.

Penggantungan ini adalah untuk sekali dan tidak boleh dirayu. Selepas 30 hari, kami akan mendayakan semula siaran iklan pada akaun anda secara automatik.

Jika anda memerlukan masa yang lebih lama untuk mengenal pasti dan menghentikan trafik tidak sah, sila alih keluar kod iklan anda daripada tapak, apl mudah alih atau saluran YouTube anda untuk mengelakkan iklan daripada dipaparkan.

Harap maklum bahawa sekiranya terdapat apa-apa isu tambahan ditemui dalam akaun penerbit anda sewaktu tempoh penggantungan sementara, akaun anda mungkin dilumpuhkan secara kekal walaupun tempoh penggantungan belum berakhir. Sila semak senarai sebab utama penutupan akaun untuk membantu anda memahami kemungkinan sebab akaun penerbit mungkin dilumpuhkan.

Jika akaun anda didapati mempunyai trafik tidak sah pada masa depan, akaun tersebut akan tertakluk kepada penalti tambahan dan mungkin dilumpuhkan secara kekal.

Bagaimanakah penggantungan tersebut mempengaruhi pembayaran saya?

Anda akan layak untuk mula menerima pembayaran semula setelah penggantungan akaun anda dibatalkan dan mula menjana trafik sah yang mencukupi.

Akibat daripada penggantungan tersebut, kami akan menolak hasil daripada pendapatan anda dan setakat yang bersesuaian dan mungkin, kami akan mengkreditkan kembali hasil tersebut kepada pengiklan. Selain itu, setelah penyiaran iklan disambung semula di tapak, apl mudah alih atau saluran YouTube anda, kami akan menggantung apa-apa pembayaran masa depan selama 30 hari—anda akan memperoleh hasil dalam tempoh masa tersebut dan, jika akaun anda kekal dalam kedudukan yang baik, hasil terus akan dibayar dalam tempoh pembayaran seterusnya.

*Bagaimanakah saya boleh mengelakkan perkara ini daripada berlaku lagi?
Untuk membantu anda mengenal pasti kemungkinan sumber masalah, kami mengesyorkan agar anda menyemak sumber berikut:*

*Semak artikel sebab utama penggantungan akaun dalam Pusat Bantuan AdSense kami.
Jangan klik iklan langsung di tapak anda sendiri. Uji klik iklan di tapak anda menerusi bar alat Google Publisher.*

*Ketahui cara membahagikan trafik anda. Tindakan memahami dan memantau trafik ke tapak anda mungkin membantu anda mengenal pasti sumber trafik tidak sah.
Semak Pusat Sumber Kualiti Trafik Iklan untuk mendapatkan maklumat tambahan tentang trafik tidak sah.*

Kami menggalakkan agar anda bertindak secara proaktif untuk memastikan trafik iklan anda mematuhi garis panduan dan dasar kami. Terima kasih terlebih dahulu atas pemahaman dan kerjasama anda. Kami berharap anda kembali ke rangkaian dalam kedudukan yang baik selepas penggantungan tamat.

*Yang Benar,
Pasukan Kualiti Trafik Iklan Google*

Beberapa hari selepas menerima mesej rasmi berkenaan, penyelidik mendapati jumlah pendapatan di Google AdSense dikurangkan daripada USD4.03 kepada USD2.09. Dipercayai ianya berkaitan kemaskini yang dilakukan oleh Google AdSense terhadap hasil kutipan iklan yang dipercayai diklik oleh pelayar atau pembaca yang sama di blog yang dikaji.

Berdasarkan laman Google AdSense penyelidik, dinyatakan tayangan iklan akan ditayangkan semula di blog penulis pada 10 April 2021.

5.0 PENUTUP DAN CADANGAN

Penyelidik melakukan kajian ini dalam tempoh setahun, didapati pendapatan yang diperolehi tidak memuaskan, tidak seperti yang sering diwarwarkan di kebanyakan media sosial. Kajian yang dilakukan mendapati pendapatan blogger bergantung kepada jumlah klik iklan yang dilakukan oleh pembaca yang berbeza.

Bagaimanapun, penyelidikan yang dilakukan lebih tertumpu pada pendapatan seorang blogger tanpa menumpukan pada pengisian pada laman sesawang berkenaan.

Penyelidik beranggapan hasil kajian yang mendapati pendapatan seorang blogger terlalu rendah dalam tempoh kajian boleh diatasi jika pengisian di laman sesawang berkenaan dibaiki dan memenuhi kehendak dan bermanfaat kepada khalayak.

Penyelidik cadangkan kajian lanjutan dilakukan untuk memanfaatkan blog sebagai media sosial yang berupaya memberi manfaat kepada pelayar media sosial pada ketika ini. Penyelidik beranggapan blog berupaya memberi manfaat jika pengisiannya bermanfaat.

Penyelidik juga mencadangkan kajian lanjutan dilakukan bagi memenuhi kehendak khalayak. Antara pendekatan yang dikehendaki oleh khalayak adalah kedekatan dengan pembaca, terkini terutamanya isu-isu yang disampaikan membabitkan isu terkini, memberi impak kepada pembaca, konflik yang ingin diketahui oleh khalayak, adanya personaliti dalam sesuatu isu yang ditampilkan, dan mempunyai unsur kemanusiaan dalam penulisan yang dihasilkan.

Semoga penyelidikan awal yang dilakukan ini berupaya menyumbang manafaat kepada penyelidikan lanjutan lain. Penyelidik beranggapan pendapatan seorang blogger boleh ditingkatkan pada paras yang memuaskan jika ianya mendapat sambutan di kalangan pembaca di laman maya.

RUJUKAN

- Abu Bakar Abdul Majeed, Siti Fatimah Abdul Rahman (penyunting) (2000) Multimedia dan Islam. Institut Kefahaman Islam Malaysia.
- Al-Quran, Mushaf Malaysia Rasm Uthmani (2000). Terjemahan Sheikh Abdullah Basmeih. Penerbitan Darulfikir. Kuala Lumpur.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. 1998. Foundations of qualitative research in education. Qualitative Research in Education: An Introduction to Theory and Methods, 1-48.
- Dr. Hasrina Mustafa (2011). Communication Campaign. Universiti Terbuka Malaysia. Kuala Lumpur.
- Everett M. Rogers (1993), (penterjemah: Zulkarnaina Mohd. Mess). Teknologi Komunikasi: Media Baru dalam Masyarakat. Dewan Bahasa dan Pustaka. Kuala Lumpur.
- Massila Hamzah dan Arfah Yusof (2013). Pengantar Komunikasi. Universiti Terbuka Malaysia. Kuala Lumpur.
- Merriam, S.B. (2001). Qualitative Research and Case Study Application in Education. San Francisco: Jossey-Bass Pub.
- Mohd Baharudin Othman, Mohd Khairie Ahmad (2009). Pengantar Komunikasi. Penerbit Universiti Utara Malaysia. Sintok. Kedah.
- Siti Suriani Othman, Liana Mat Nayan, Lee Kuok Tiung & Nik Norma Nik Hassan (2018). Masa hadapan akhbar Malaysia dalam masyarakat jaringan. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication.
- Prof. Madya Dr. Saodah Wok, Dr. Narimah Ismail, Prof. Dr. Mohd. Yusof Hussain. (2003). Teori-teori Komunikasi. PTS Publications & Distributors Sdn Bhd. Pahang.
- Wikipedia.org/wiki/Blog.