

Fenomena Blog dan Pengaruhnya Bagi Perusahaan

oleh:

Priyadi Iman Nurcahyo

priyadi@priyadi.net

<http://priyadi.net>

Bagian 1: Blog Secara Umum

Definisi Blog

- Situs web yang berisi kumpulan tulisan yang disusun secara kronologis
- Ada format sindikasi seperti RSS atau ATOM
- Biasanya memiliki fasilitas komentar, *trackback* dan/atau *pingback*
- Tulisannya dibuat dari sudut pandang penulisnya (blog bukanlah jurnalisme atau *press release*)
- Penulisan blog dibantu oleh CMS (*content management system*)

Sindikasi dan Information Overload

- Tanpa Sindikasi:
 - Pengunjung membaca situs web yang diminati satu per satu setiap harinya
 - Menghabiskan waktu jika situs web yang diminati cukup banyak
- Dengan Sindikasi:
 - Program pengumpul berita (*aggregator*) mengumpulkan berita pada interval waktu tertentu
 - Pembaca hanya perlu membaca kumpulan berita pada satu tempat
 - Situs web harus mendukung sindikasi

Beberapa Program Aggregator

- Online atau berbasis web
 - Bloglines.com
 - My Yahoo
 - Kinja.com
- Aplikasi desktop
 - Mozilla Firefox dan Thunderbird
 - Opera
 - WinRSS
 - Microsoft Windows Vista

Memulai Sebuah Blog

- Menyiapkan situs blog
 - Menggunakan jasa pihak ketiga (gratis atau berbayar)
 - Membuat/menginstall sendiri
- Mengisi situs blog tersebut
- Berinteraksi dengan pembaca blog serta penulis blog lainnya

Aplikasi & Penyedia Layanan Blog

- Aplikasi blog:
 - WordPress (<http://wordpress.org>)
 - MovableType (<http://sixapart.com/movabletype/>)
- Penyedia layanan blog:
 - Typepad (<http://typepad.com>)
 - Blogger (<http://blogger.com>)

Teknologi Blog Di Masa Depan

- *Mobile blogging (moblogging)*: memanfaatkan teknologi selular untuk menulis blog
- *Photoblogging*: blog dalam format foto
- *Audioblogging*: blog dalam format audio
- *Videoblogging*: blog dalam format video
- *Podcasting*: perpaduan antara teknologi sindikasi dan *audio/videoblogging* sebagai implementasi pengiriman konten dengan metoda *pull*

Pengaruh Blog

- Serangan 11 September
- Invasi Amerika Serikat ke Irak
- Pemilihan Presiden Amerika Serikat
- Serangan teroris di Madrid & London
- Kasus bom Kuningan
- Bencana Tsunami Sumatera
- Sengketa Indonesia & Malaysia tentang Blok Ambalat

“The State of Blogging”

(oleh Pew Internet & American Life Project, 1 Feb 2005)

- 8 juta warga negara Amerika Serikat dewasa memiliki blog
- Jumlah pembaca blog meningkat 58% pada tahun 2004
- 27% pengguna Internet adalah pembaca blog
- 5% pengguna Internet menggunakan aggregator

“Bloggers: People of the Year”

(ABC News, 30 Des 2004)

- “Ada blog untuk setiap topik. Ada blog untuk setiap minat”
- “Ada jutaan blog di Internet. Ada sebuah blog baru yang dibuat dalam setiap 7.5 detik”
- “Lusinan penulis blog membuat laporan pandangan mata tentang Tsunami 2004”
- “Tahun ini, penulis blog diizinkan untuk meliputi konvensi partai politik nasional”
- “Blog menyebabkan pengunduran diri pemimpin senat Amerika Serikat”
- “Blog yang pertama kali memuat gambar jenazah prajurit Amerika Serikat yang tewas”

Bagian 2: Blog Bagi Karyawan Perusahaan

Dipecat Karena Menulis Blog?

- Heather Armstrong, konsultan web, Feb 2002
- Michael Hanscom, kontraktor Microsoft, Okt 2003
- Joyce Park, pemrogram Friendster, Agu 2004
- Peter Whitney, pegawai WellsFargo, Agu 2004
- Ellen Simonetti, pramugari Delta, Okt 2004
- Mark Jen, pemrogram Google, Jan 2005
- Joe Gordon, pegawai toko buku Waterstone's, Jan 2005

Hal-hal Yang Dapat Menyebabkan Pemecatan Karena Blog

- Menulis blog pribadi pada jam kerja atau dengan menggunakan fasilitas perusahaan
- Memprotes kebijaksanaan perusahaan
- Membocorkan rahasia perusahaan
- Menghina atau mengata-ngatai atasan
- Melanggar privasi perusahaan
- Berbuat tidak pantas di blog dengan atribut perusahaan
- Menyalahgunakan blog milik perusahaan

Yang Harus Diperhatikan Ketika Menulis Blog

- Tulisan pada blog menjangkau seluruh dunia dan bisa dibaca oleh siapapun termasuk atasan atau rekan kerja anda
- Yakinkan bahwa isi blog anda tidak menyinggung atasan atau tempat anda bekerja
- Tanyakan kepada atasan atau tempat anda bekerja mengenai kebijaksanaan mengenai blog

Tidak Perlu Takut Menulis Blog!

- Blog adalah media penyampaian informasi, bukan informasi itu sendiri
- Peraturan pada tempat kerja berlaku juga untuk media lain selain blog
- Jika ada, bacalah terlebih dahulu kebijaksanaan blog di tempat kerja
- Legal Guide for Bloggers (<http://www.eff.org/bloggers/lg/>)



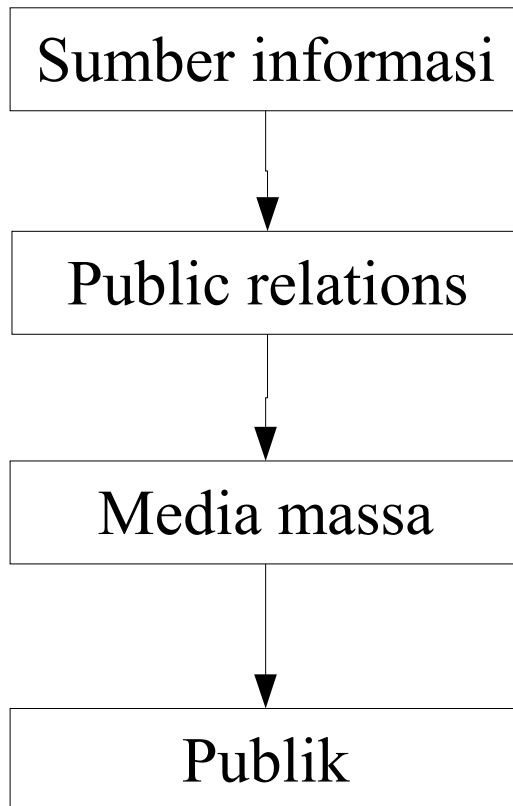
Bagian 3: Blog Bagi Perusahaan

Beberapa Perusahaan Yang Memiliki Blog

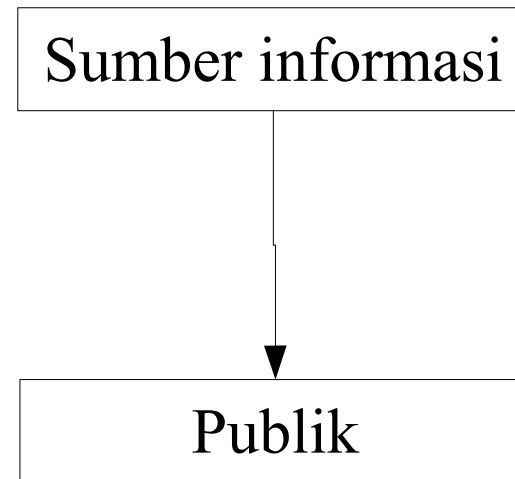
- **Microsoft** (<http://www.microsoft.com/communities/blogs/PortalHome.msp>)
- **IBM** (<http://www-106.ibm.com/developerworks/blogs/index.jsp>)
- **Google** (<http://googleblog.blogspot.com>)
- **Yahoo!** (<http://ysearchblog.com/>)
- **General Motors** (<http://gmblogs.com/>)
- **BusinessWeek** (http://www.businessweek.com/the_thread/techbeat/)
- **Forbes** (<http://blogs.forbes.com/>)
- **Guardian** (<http://blogs.guardian.co.uk/online/>)

Alur Informasi Pada Blog dan Pers Tradisional

Pers Tradisional:



Blog:



Mengapa Publik Menyukai Blog

- Interaktivitas (komentar, *trackback*, *pingback*)
- Sindikasi
- Sentuhan personal
- Informasi didapat langsung dari sumbernya
- Siapapun bisa membuat blog dengan isi apa saja tanpa harus melalui birokrasi yang berbelit-belit

Public Relations Pada Media Blog

- Membuat blog perusahaan
- Mengizinkan karyawan untuk menulis pada blog perusahaan dan berkomentar atas nama perusahaan pada blog lain
- Memanfaatkan blog sebagai salah satu sarana penyampaian informasi ke publik
- Mengamati perkembangan pada blog lain yang terkait dengan perusahaan dan bidang usaha perusahaan
- Jika diperlukan, melakukan mitigasi terhadap hal-hal yang bisa berdampak negatif pada perusahaan

Mengamati Perkembangan Dalam *Blogosphere*

- Berlangganan ke blog yang berhubungan dengan bidang usaha perusahaan
- Berlangganan keyword
 - Technorati.com
 - Bloglines.com

Alasan Membuat Kebijakan Tentang Blog

- Fenomena blog berkembang dengan sangat cepat
- Suka atau tidak suka, penulisan blog tidak dapat dicegah
- Fenomena blog harus dapat dimanfaatkan demi kemajuan perusahaan
- Efek-efek negatif yang mungkin dapat ditimbulkan oleh blog harus dapat ditekan

Contoh Kebijakan Blog

(oleh Forrester Research, Nov 2004)

- Pastikan bahwa pembaca tahu bahwa pendapat di blog adalah pendapat pribadi
- Hormati informasi rahasia dan hak milik perusahaan
- Tanyakan kepada atasan anda jika anda memiliki pertanyaan tentang topik bahasan blog anda
- Hormati perusahaan, pegawai, pelanggan, partner dan kompetitor
- Patuhi jika perusahaan menginginkan agar anda tidak mendiskusikan topik tertentu
- Pastikan bahwa aktivitas penulisan blog tidak mengganggu kerja anda

Contoh Nyata Kebijaksanaan Blog di Perusahaan

- Harvard (<http://blogs.law.harvard.edu/terms>)
- Sun Microsystems
(<http://www.tbray.org/ongoing/When/200x/2004/05/02/Policy>)
- IBM
(http://www-128.ibm.com/developerworks/blogs/dw_blog_comments.jspa?blog=351&entry=81328)
- Yahoo! (<http://jeremy.zawodny.com/blog/archives/004725.html>)
- Groove Network (<http://www.ozzie.net/blog/2002/08/24.html>)
- Herald Tribune (
<http://www.heraldtribune.com/apps/pbcs.dll/section?Category=BLOG0104>)

Sekian dan Terima Kasih

Priyadi Iman Nurcahyo
priyadi@priyadi.net
<http://priyadi.net>