

Membangun Online Presence

Oleh Herman Saksono

Januari adalah bulan munculnya angka-angka statistik yang menarik.

Januari ini, Facebook mentahbiskan Indonesia di ranking empat¹ negara yang penduduknya aktif di Facebook. Walaupun masih tertinggal di bawah Amerika, Inggris, dan Turki, empat belas juta orang kita telah berjasa dalam mengalahkan Prancis, Kanada, dan Australia di pemeringkatan ini. Lucunya penetrasi Facebook di Indonesia baru 1,3%.

Januari ini juga muncul data statistik kalau pengguna Twitter kita nangkring di nomer 6 sedunia². Mengalahkan Jepang, Australia, dan —lagi-lagi—Prancis

Populasi memang tidak pernah bisa disepelekan. Dan populasi internet lebih tidak bisa disepelekan ketika dunia sedang gonjang-ganjing dalam perubahan aturan main. Koran adalah bisnis di AS yang sudah terpukul karena perubahan iklim media. Televisi yang berikutnya; orang lebih suka merekam acara tivi di TiVo (yang otomatis menghapus iklan) dan aktif di blog, YouTube, Twitter, dan Facebook-an.

Walaupun penetrasi Internet di negara kita yang masih terbilang malu-malu, tapi memulai keberadaan di Internet sedini mungkin lebih baik daripada terlambat. Saya menyebutnya *online presence*, Anda boleh menyebutnya eksistensi online. Sama saja, tapi saya pakai istilah saya.

Ini penting, karena dengan semakin luasnya kemelekan Internet, semakin banyak orang

akan mengadakan Internet untuk mencari tahu segala sesuatu. Walaupun tidak akan menihilkan fungsi media tradisional, *social media* (seperti blog, Twitter, dan Facebook) menyeimbangkan suara orang biasa dan suara media massa. Artinya pengiklan akan melirik social media; public relations akan melirik social media; politikus akan melirik social media.

Tapi sebelum situs dilirik dan suaranya didengarkan, sebuah situs harus membangun reputasi. Tanpa reputasi, tidak ada yang akan mendengarkan Anda. Tanpa reputasi, Anda tidak akan pernah muncul di Google. Koran dan televisi melakukannya di dunia nyata dan dunia maya sejak lama, dan semakin Anda tidak terlambat maka semakin bagus.

Membangun Reputasi Online Presence

Karena membangun reputasi adalah proses yang panjang, maka pilihan tempat adalah keputusan penting pertama yang harus diambil. Facebook, Twitter, YouTube, blog, memiliki kekurangan dan kelebihan. Akan tetapi, menggunakan domain sendiri dan hosting sendiri memberi keleluasaan penuh bagi kita untuk sekarang dan masa datang. Gunakan blog di domain sendiri sebagai episentrum *presence* Anda, dan gunakan Facebook dan Twitter untuk membantu membangunnya.

Setelah memiliki blog dan domainnya, maka yang harus dipikirkan adalah isinya.

Tidak ada aturan baku yang menentukan topik apa yang laris, karena di Internet segala hal

¹ <http://www.nickburcher.com/2009/12/facebook-usage-statistics-by-country.html>

² <http://www.sysomos.com/insidetwitter/geography/>

bisa laris. Internet manjur untuk mempertemukan orang-orang yang di dunia nyata mustahil bisa dipertemukan. Koran tentang membiakkan ayam bangkok tidak akan mungkin terbit, tapi situs tentang ayam bangkok bisa hidup dan ramai.

Jadi pada intinya, topik bukan menjadi masalah utama. Tulisan, foto, video, atau kombinasinya juga bukan masalah. Membangun audience adalah yang utama. Ini dilakukan dengan memilih topik yang *nge-soul*.

Beberapa blogger menulis tentang politik, karena politik adalah isu yang seksi. Demikian juga soal teknologi, ekonomi, bola, artis. Tetapi blog soal kehidupan sehari-hari yang ditulis dengan asyik juga ramai dibaca. *Nge-soul* itu berarti topik yang khas, kita kuasai, dan yang paling penting memberikan sesuatu yang baru bagi pembaca.

Gaya menulis juga bisa menambah *gayeng* blog. Penulis-penulis bagus biasanya terinspirasi dengan oleh penulis lain. Blogger tidak ada salahnya mengikuti langkah penulis-penulis bagus.

Yang paling penting adalah jangan copy paste seutuhnya dari tulisan orang lain karena warga internet kita cerdas dan membenci plagiator. Copy paste adalah bunuh diri online.

Setelah kita memiliki konten, maka langkah kedua adalah bagaimana konten itu dibaca orang. SEO untuk mendongkrak pengunjung itu sangat penting, tetapi *online presence* diukur atas seberapa banyak orang yang mendengarkan apa kata Anda.

Langkah pertama adalah melakukan silaturahmi di blog-blog lain. Jangan cuma membaca, tapi juga tinggalkan komentar, yang bermutu. Libatkan diri Anda dalam percakapan di blog-blog. Dijamin, orang akan mengunjungi

blog Anda, dan jika tulisan Anda menarik pembaca akan kembali.

Langkah kedua adalah melibatkan diri dalam percakapan di blog lain. Gunakan trackback di posting blog Anda untuk menanggapi blogger lain. Trackback—pada dasarnya cuma link biasa—membentuk ikatan dengan blogger itu. Anda butuh teman di dunia online, jadilah teman yang tidak menyebalkan.

Langkah ketiga adalah jadilah blogger yang asyik. Para blogger adalah orang yang bermacam-macam, maka perbedaan adalah sesuatu yang jamak. Anda tidak akan membangun *online presence* dengan menjadi musuh bersama. Pengunjung banyak iya, tapi mereka tidak mendengarkan Anda. Sia-sia bukan?

Eksistensi

Online presence bukan sesuatu yang kekal. Jadi, menjaga blog supaya tetap hidup adalah komitmen seumur hidup. Tidak lantas Anda harus berhenti bekerja dan menghabiskan seumur hidup merawat blog. Yang penting adalah konsisten. Pembaca tidak menuntut blog diupdate sehari dua kali, mereka mengharapkan konten-konten bermutu Anda muncul secara rutin. Dua hari sekali atau seminggu sekali, tidak masalah, yang penting jangan kosong terlalu lama.

Digabung dengan memanfaatkan link-link Anda di Twitter dan Facebook, maka sebetulnya menjaga *online presence* tidak terlalu rumit bukan?

Herman Saksono adalah narablog/blogger berbagai topik dari politik hingga humor. Blognya agak rutin diupdate di hermansaksono.com, dan twitternya [hermansaksono](https://twitter.com/hermansaksono). Di waktu luang dia makan enak dan bermain dengan kucing.