

Mempertahankan Eksistensi dan Peluang Melalui Komunitas Indonesian Social Blogpreneur

Ani Berta, Prada Hafiz Mahardika*

LSPR Communication & Business Institute, Jakarta, Indonesia
prada.mahardika@gmail.com

Abstract

Currently, the popularity of blogs is starting to decline but they still hold potential for use by online communities, including the blogger community. This study analyzed and examined the Blogger Community, specifically the Indonesian Social Blogpreneur Community, better known as the ISB Community. The purpose of this study was to explore the various opportunities for earning income in the digital realm, particularly through blogging opened opportunities for related professions such as content writing for websites, social media management, and content creation on other platforms. The study used a qualitative with case study method with Community of Practice concept. The research data were obtained from interviews with four bloggers who were members of the ISB Community and had received various opportunities from their blogging activities. The results show that the community plays a significant role in helping its members explore their potential and seize opportunities. Consistent participation in community activities has positively impacted bloggers, allowing them to develop their skills. The implications of this study suggest that continuous capacity building through various programs designed to foster a growth mindset is an effective way to empower community members.

Keywords: Blogger Community, Blogpreneur, ISB Community, Digital Platform, Blogging

Abstrak

Pada saat ini kepopuleran blog mulai menurun namun masih ada potensi untuk digunakan oleh komunitas *online*, salah satunya dalam komunitas *blogger*. Penelitian ini menganalisis dan mengkaji Komunitas Blogger yaitu *Indonesian Social Blogpreneur Community* lebih dikenal dengan Komunitas ISB. Tujuan penelitian ini untuk mengeksplorasi berbagai peluang melalui blog ke profesi lain yang masih berkaitan dengan platform digital, misalnya *content writer website*, *social media manager*, dan *content creator* pada platform lainnya. Penelitian menggunakan kualitatif dengan metode studi kasus dengan konsep *Communities of Practice*. Data penelitian bersumber dari hasil wawancara dengan empat orang blogger anggota Komunitas ISB yang telah mendapatkan berbagai peluang dari kegiatan *blogging*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran komunitas yang memfasilitasi anggotanya dalam menggali potensi dan peluang yang dilakukan secara konsisten berdampak terhadap blogger dalam mengembangkan kemampuannya. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa memberikan *capacity building* berkelanjutan melalui berbagai program yang didesain untuk menanamkan *Growth Mindset* anggotanya merupakan cara efektif dalam proses pemberdayaan.

Kata Kunci: Komunitas Blogger, Blogpreneur, Komunitas ISB, Digital Platform, Blogging

PENDAHULUAN

Pengguna platform blog yang mengalami penurunan dengan indikator sebagian besar penggunanya beralih ke platform sosial media lain. Beralihnya sebagian *Blogger* dalam membuat konten dari blog ke sosial media lain, dilatarbelakangi oleh singkatnya proses pembuatan konten pada media sosial selain blog yang, tidak memerlukan banyak *effort* seperti mencari referensi tulisan artikel, mengoptimalkan situs web agar muncul di halaman teratas pada mesin pencari dengan teknik SEO (*Search Engine Optimization*) dan berbagai proses lainnya (Maryulis, 2014).

Blog adalah sebuah platform berbentuk *website* berfungsi sebagai wadah untuk menulis artikel populer dan isi artikel dapat dimodifikasi sesuai keperluan dan mengikuti ciri khas dari pemilik blog tersebut. Platform blog terdiri dari Blog Domain dan *Top Level Domain* (TLD) (Sulistiani, 2018). Masing-masing platform memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Biasanya, Blog Domain tidak berbayar dan dapat diakses oleh siapapun sebagai wadah untuk menulis artikel personal. Contohnya Domain Blogspot, Wordpress dan Tumblr serta

Kompasiana, Indonesiana dan berbagai platform blog aggregator lainnya. Sedangkan Blog TLD digunakan untuk tujuan profesional seperti untuk kegiatan komersial dengan “.com” lalu untuk organisasi, institusi pendidikan dan pemerintah menggunakan “.org” bahkan berbasis Negara seperti Indonesia menggunakan “.id” dan Inggris “.uk” dan Negara-negara lainnya (Jasmadi, 2008).

Pemilik akun blog sebagai pengelolanya disebut *Blogger* yang datang dari masyarakat umum atau lintas profesi. Seorang *blogger* menuliskan konten artikel secara independen dengan menuangkan berbagai opini pribadi yang dikaitkan dengan isu yang tengah berkembang (Heaton, 2016), mengelaborasi isi pikiran dan pengalaman pribadi yang dijadikan sebagai catatan kegiatan serta rutinitasnya dengan memasukkan unsur *storytelling* dan *feature*. Perkembangan blog hingga awal 2010 blog di Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai *platform* untuk menuangkan konten personal saja namun berkembang menjadi kanal bisnis dalam bentuk *review* produk dan jasa (Augustina, 2022).

Bahkan *blogger* pun kerap dilibatkan dalam kegiatan konferensi pers bersama media mainstream. Seiring perkembangan tersebut, diikuti dengan kehadiran banyak agency yang menghubungkan antara *blogger* dengan *brand* untuk berkolaborasi dan saling memberikan *benefit value*. Dalam praktiknya, *blogger* dapat memberikan ulasan terkait *brand* yang bekerjasama dengan *job brief* yang diberikan oleh agency atau perusahaan yang mewakili *brand* (Adhikara, 2011).

Perkembangan *blogger* yang terus bertambah didukung dengan keterhubungan melalui media sosial Facebook, X yang dulunya twitter serta Instagram, membuat komunikasi antar *blogger* menjadi mudah untuk saling berbagi informasi tentang pekerjaan melalui blog serta terhubung ke berbagai acara yang dapat meningkatkan performa blognya. Berangkat dari kondisi tersebut, mulai bermunculan komunitas *blogger* dengan berbagai kategori, mulai dari komunitas dengan berbasis daerah seperti Komunitas *Blogger* Jakarta, Anging Mamiri-Makassar, Tapis Blogger-Lampung, Blogger Borneo Pontianak, Female Blogger Banjarmasin.

Komunitas *Blogger* berbasis media seperti *detik Blogger Community* yang menginduk pada media detik.com dan platform Blogdetik.com telah ditutup pada 2016. Blog berbasis media yang memiliki komunitas dan masih eksis hingga sekarang adalah Kompasiana dengan induk media Kompas.com, Indonesiana dengan induk Tempo, Bisnismuda.id, dengan induk Bisnis Indonesia Group dan Retizen.id yang menginduk pada Republika.

Dinamika kemunculan komunitas *blogger* juga mengerucutkan pada minat dan *niche* blog yang menghadirkan komunitas *blogger* berbasis *niche* seperti Komunitas *Blogger* Tekno, *Indonesian Food Blogger*, *Beauty Blogger*, *Parenting Blogger* dan sederet *niche lifestyle* sesuai dengan fokus minat masing-masing *blogger*.

Sebagai upaya agar dinamika *blogging* agar tetap bertahan di tengah menurunnya *spotlight* untuk *platform* blog dari berbagai pihak yang berkepentingan mulai dari pengguna, pembaca hingga *partner* kolaborasinya maka beberapa *Blogger* berinisiatif mendirikan komunitas *blogger* sebagai tempat berkumpul, menghimpun dan mendapatkan informasi terkait kegiatan *blogging* hingga berbagai penguatan kapasitas melalui program belajar bersama (Rahmawati, 2020). Salah satunya adalah Komunitas *Blogger Indonesian Social Blogpreneur*.

Indonesian Social Blogpreneur biasa disebut Komunitas ISB merupakan komunitas berbasis *online* lahir pada 2016 (ISB, 2016) berawal dari sebuah grup *facebook* tertutup yang berisi para *blogger* yang berbagi ide, pemikiran dan bertukar informasi mengenai cara mendapatkan peluang dan berbagai pekerjaan dari kegiatan menulis blog. Pada Juni 2016 Komunitas ISB diresmikan dengan hadirnya blog www.komunitasib.com serta sosial media lainnya sebagai penunjang seperti Instagram dan X yang dulunya Twitter @KomunitasISB. Berawal dari puluhan anggota dari seluruh Indonesia, kini berkembang menjadi ratusan dan bagi anggota loyal dan aktif, mendapatkan *privilege* masuk ke *WhatsApp Group* dengan proses kurasi yang lebih ketat dilihat dari keaktifan dan kualitas konten dari blog yang dimilikinya. Total jumlah anggota mencapai 1200 mencakup demografi usia 18-55 tahun dan tinggal di Indonesia dan luar negeri. Sedangkan anggota aktif yang berdomisili di Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi dan penyangga Ibukota lainnya lebih kurang 300 *blogger* dari berbagai *niche* blog (ISB, 2016)

Para anggota yang tergabung dalam Komunitas ISB memperoleh kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan aktivitas *blogging* seperti kegiatan rutin workshop menulis, membuat infografis, *video editing*, *public speaking*, *SEO (Search Engine Optimization)* hingga *personality development*. Dalam kegiatannya sesuai dengan *tagline* komunitas “*Learning, Sharing, Networking & Opportunity*” maka Komunitas ISB sangat menekankan kepada para anggotanya untuk aktif bersosialisasi, menimba ilmu sebanyak-banyaknya, belajar hal baru dan percaya diri dalam memperkenalkan kemampuannya sebagai upaya untuk memperoleh *personal branding* dan *attention* bagi calon *partner* kerjanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi inovasi yang dapat dilakukan blogger di saat eksistensi *platform* Instagram dan Tik Tok yang semakin menempati posisi pengguna tertinggi dan paling banyak diminati anak muda membuat *platform* blog kurang mendapatkan perhatian lagi dari berbagai pihak. Pengguna mulai menurun dengan banyaknya *blogger* yang beralih aktivitasnya ke *platform* sosial media lain bahkan tak sedikit akun yang tidak aktif lagi. Kondisi tersebut menjadi hambatan bagi *blogger* yang masih aktif mengingat kini sebagian *brand* tidak menganggap lagi blog sebagai *platform* yang berpengaruh dalam membantu proses *brand campaign* produk atau jasanya.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Communities of Practice* dalam konsep ini ada tiga elemen utama yaitu, (1) *Domain* sebagai fokus area yang melatarbelakangi terbentuknya komunitas, (2) *Community* yaitu keberadaan anggota komunitas yang berkumpul dalam melakukan kegiatan bersama seperti berdiskusi, bertukar informasi hingga berkolaborasi dalam membuat karya. (3) *Practice* adalah elemen ketiga yang merupakan implementasi bagaimana anggota komunitas mempraktikkan semua wawasan dan kemampuannya dari hasil berkegiatan dalam komunitas pada pekerjaan atau proses pembelajaran yang pengalamannya dibagikan kepada sesama anggota komunitas. (Torres, 2024).

Penggunaan *platform* digital berupa blog, pernah disampaikan oleh (Romadhoni, 2014) dalam penelitiannya yang menjelaskan cara *blogger* dalam meningkatkan kapasitas melalui penggunaan konten digital, berjejaring melalui komunitas hingga mengoptimalkan peringkat blognya di mesin pencari.

Menanamkan kebiasaan untuk tetap berkomunikasi dalam komunitas walaupun dalam jarak jauh, menurut (Kusuma, 2023) setiap anggota komunitas harus terlibat dalam percakapan dalam grup yang difasilitasi teknologi berupa aplikasi *chat* atau aplikasi pertemuan sebagai wadah berdiskusi dan bertukar informasi.

Komunitas Blogger dapat menjembatani *blogger* potensial dengan calon pemberi kerjanya. Blog yang dioptimalisasikan menurut (Rayana, 2015) dapat menjadi *partner* para pemasar dan praktisi PR dalam mendukung kegiatan promosi baik dalam pemasaran produk maupun kegiatan sosial perusahaan. Selain menjadi corong informasi bagi perusahaan, *blogger* juga berperan sebagai *product tester* yang dapat menuliskan hasil review dalam sebuah tulisan.

Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Romadhoni, 2014) yang memberikan sudut pandang bahwa melalui blog, seseorang dapat mendalami pembuatan konten digital, berjejaring hingga mengoptimalkan SEO secara otodidak maupun melalui proses *mentoring* namun belum membahas lebih dalam area profesi yang dapat meningkatkan nilai jual dalam lingkup *digitalpreneur* melalui kekuatan *personal branding blogger*. Menurut (Smith, 2024) bahwa teknologi dan komunitas merupakan dua komponen yang tak dapat dipisahkan untuk menjembatani proses pembelajaran di era digital. Selain dapat berbagi informasi juga dapat saling mengasah potensi.

Terkait membangun *branding* diri, dalam penelitian (Hund, 2015) menjelaskan bahwa aktualisasi *blogger* yang konsisten dijalankan dan berkomunitas dapat memudahkan proses *self-branding*, pembentukan *self-branding* merupakan akumulasi hasil pengerucutan minat yang didalamnya. Proses yang berjalan tersebut memberikan kesempatan bagi dirinya untuk lebih berkembang dan mengasah kembali *niche* sebagai penguatan identitasnya di ranah publik. Penelitian tersebut juga menjelaskan potensi dan peluang yang lebih mudah menghampiri *blogger* dan mampu mengembangkan dirinya secara konsisten dengan kepekaan menangkap peluang dari informasi yang didapatkannya. Penelitian tersebut belum mendalami bagaimana komunitas *blogger* dapat memberdayakan anggotanya dengan berbagai program berkelanjutan.

Kebaruan penelitian ini menjelaskan bagaimana peran komunitas *blogger* dapat memberdayakan wirausahawan digital melalui peningkatan strategi *blogger* dalam upayanya bertahan di era persaingan antar *platform* dan pengguna sosial media selain blog. Strategi tersebut dilakukan dengan menyerap dan memanfaatkan informasi dalam komunitas untuk dikembangkan lebih luas menjadi berbagai program rutin yang berhubungan dengan kegiatan *blogging* seperti pelatihan, *gathering*, *networking* yang *output*-nya dapat menggali peluang ke berbagai profesi yang masih linear dengan instrumen *blogging*. Seperti berbagai peluang *digitalpreneur* yang diraih empat informan dalam hasil penelitian ini.

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai upaya mengangkat kembali eksistensi *blogger* agar segala manfaat di dalamnya dapat memperkaya atmosfer digital yang begitu cepat dinamikanya. Karena manfaat dari kegiatan *blogging* masih sangat banyak yang dapat digali. Penelitian ini juga sebagai dukungan terhadap *blogger* dengan memberikan kepercayaan kembali terhadap berbagai karya dan aktualisasinya yang layak diperhitungkan sebagai *partner* kolaborasi. Wujud kolaborasi tersebut dapat dituangkan dalam dunia periklanan dan berbagai kampanye pemasaran lainnya melalui karya berupa artikel blog. Selain itu, dari penelitian ini dapat menumbuhkan kontribusi bagi penelitian berikutnya sebagai inovasi *blogging* yang adaptif dengan dinamika perkembangan *platform* media sosial di masa kini. Sekaligus menyoroti titik masalah dari kurangnya kepekaan berbagai pihak terhadap berbagai potensi yang masih banyak dalam dunia *blogging* untuk mendukung khasanah industri kreatif dan *digitalpreneur* (Maryulis, 2014).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dengan proses pengumpulan data dari hasil wawancara dan observasi kepada informan yang berasal dari Blogger anggota dari Komunitas *Blogger* ISB (tabel 1). Pengumpulan data ini untuk memahami pola interaksi dalam dinamika kegiatan *blogging* dalam perannya sebagai *blogger* untuk mendukung *brand campaign* (Warmika, 2015).

Tabel 1. Daftar Informan

Nama	Akun Blog	Kode Informan
Muhammad Jumardan	www.jumardanm.com	X1
Septia Wahyu Anggraeni	www.anggraenisepti.com	X2
Agung Kharisma	www.dailybloggerpro.com	X3
Liza Fathiariani	www.liza-fathia.com	X4

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Pada tabel 1 merupakan informan, data yang terkumpul tersebut melalui proses kurasi dari beberapa *blogger* yang telah mengaplikasikan wawasan yang didapatnya ke dalam berbagai aktivitas *digitalpreneur* yang lebih luas selama bergabung dengan Komunitas ISB.

Lalu diperoleh data hasil wawancara dikelompokkan berdasarkan proses kegiatan *blogger* dalam Komunitas ISB dengan konsep *Communities of Practice* dengan menjabarkan dalam tiga konsep dasarnya yaitu *Domain*, *Community* dan *Practice* (Sonsupap, 2023).

Pada masing-masing elemen tersebut menganalisis bagaimana setiap *Blogger* yang tergabung di Komunitas ISB mengolah dan memanfaatkan informasi di dalamnya untuk diaplikasikan dalam aktualisasi sebagai *blogger* dengan tujuan menambahkan penguatan kapasitas yang diperlukan hingga berhasil memperoleh berbagai benefitnya.

Metode studi kasus fokus pada bagaimana *Blogger* berkomunikasi di dalam Komunitas ISB dalam menyampaikan berbagai aspirasi, tujuan dan harapannya terhadap komunitas sehingga dapat memperoleh ilmu dan pendukung lainnya yang dibutuhkan dalam menunjang kegiatan *blogging* berkelanjutan. Proses analisis juga melibatkan bagaimana *Blogger* meningkatkan kreativitas dan inovasinya agar karirnya dalam dunia digital melalui *blogpreneur* dapat bertahan dari kompetisi ketat dengan platform berikut pengguna sosial media lain selain blog (Siregar, 2024).

Dalam memperkuat studi kasus maka data sekunder melalui studi literatur dilibatkan sebagai kajian dan referensi yang berkaitan dari berbagai sumber. Penelitian terkait pekerjaan berupa *Digitalpreneur* yaitu menjalankan aktivitas usaha dengan memanfaatkan teknologi dan sarana digital (Hennessy, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilaksanakan pada Juli - Oktober 2024. Komunitas ISB (*Indonesian Social Blogpreneur*) menyediakan program rutin bagi para anggotanya untuk mengikuti berbagai acara berupa pelatihan, *talkshow*, *workshop* hingga audisi untuk mendapatkan berbagai pekerjaan *digital campaign*. Berbagai pembelajaran yang disediakan diantaranya pelatihan menulis populer, menulis opini, menulis tutorial, membuat konten video, *voiceover*, *public speaking*, *personality development*, sosial media hingga optimalisasi SEO (*Search Engine Optimization*). Kegiatan tersebut dapat dilihat pada tabel 2.

Semua topik pembelajaran tersebut rutin dibagikan kepada anggota yang berminat. Prosesnya harus melalui pendaftaran dengan seleksi. Pengurus Komunitas biasanya mengumumkan semua acaranya di akun *instagram*, *facebook* dan *WhatsApp Group*. Menurut Narasumber X1 yang merupakan *blogger* dan salah satu pengurus juga di Komunitas ISB, seleksi dilakukan dalam keikutsertaan berbagai program untuk mempertahankan kualitas proses belajar mengajar yang mana Komunitas ISB lebih memprioritaskan pada kegiatan dengan kualitas bukan pada kuantitas. Hal ini bermaksud agar tujuan pembelajaran materi berlangsung dengan pendampingan yang terukur dan *ter-follow up* oleh setiap pematerinya. Hasilnya, setiap pelatihan yang didapatkan terimplementasi dalam karya berupa konten atau *assignment* yang diberikan oleh setiap pemateri.

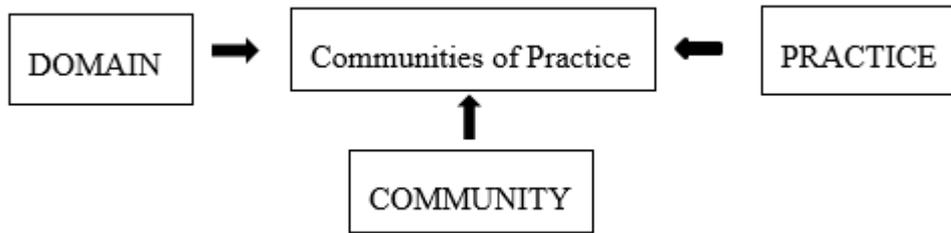
Pemateri yang dihadirkan berasal dari sesama anggota dalam Komunitas ISB yang memiliki *expertise* dalam bidangnya juga dari eksternal yang merupakan pemateri profesional. Semua materi diberikan tergantung pada kebutuhannya. Dalam pelaksanaannya, materi yang disediakan dalam setiap sesinya berdasarkan kesediaan para pemateri dan jadwalnya ditentukan dari Komunitas ISB. Setiap anggota juga diberikan kesempatan untuk memberikan masukan atas materi yang ingin dipelajari melalui *polling* yang disediakan oleh pengurus komunitas. Pengajuan biasanya berupa materi dan narasumber yang diinginkan.

Tabel 2. Daftar Program Komunitas ISB (Indonesian Social Blogpreneur)

Nama	Kegiatan	Pelaksanaan
ISB Workshop	Menulis, SEO, Video, Infografis	Per bulan
ISB Talkshow	<i>Personality Development, Public Speaking</i>	Per kondisi
<i>One Day One Post</i>	Tantangan menulis artikel setiap hari	Per dua bulan
Selasa <i>Sharing</i>	Praktisi Berbagi	Per Selasa
ISB Trip	<i>Traveling</i> bersama	Per kondisi
ISB Charity	Kegiatan sosial <i>online & offline</i>	Per kondisi

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024.

Daftar kegiatan pada Komunitas ISB yang tercantum pada Tabel 2 merupakan program rutin komunitas yang dapat menunjang *skills* para anggotanya, penulis melakukan analisis bagaimana pola interaksi *blogger* ke internal maupun eksternal komunitas pada saat mengikuti berbagai kegiatan yang diminatinya termasuk mempraktikannya melalui konsep *Communities of Practice* dalam tiga elemen utama yaitu *Domain, Community* dan *Practice*.



Gambar 1. Konsep *Communities of Practice*
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024.

Gambar 1 menunjukkan saling terikatnya ketiga elemen dalam konsep *Communities of Practice* yang mana *Domain* menjadi acuan dan alasan sebuah komunitas terbentuk. Alasan utama tentu dari kesepakatan atas minat yang sama. *Community* adalah berbagai individu yang memiliki minat dan tujuan sama dalam suatu bidang dan berkumpul untuk berdiskusi, bertukar informasi hingga berbagi peluang di dalam komunitas. Sedangkan *Practice* adalah cakupan ilmu pengetahuan, wawasan, dan *skills* yang diimplementasikan secara berkelanjutan. (Torres, 2024)

Domain

Wadah aktualisasi *blogger* yang terdapat dalam Komunitas ISB memiliki domain spesifik yaitu kombinasi *blogging* dan *entrepreneurship* menjadi rumah kedua untuk blogger yang masih aktif dan tetap memperjuangkan *platform* blog sebagai tempat berkaryanya. Narasumber X1, X2, X3 dan X4 sebelum menemukan Komunitas ISB merasakan berjuang sendiri dan tidak mendapatkan fasilitas dan informasi yang benar-benar dibutuhkan secara spesifik karena berbagai informasi yang sebelumnya selalu tersedia, mulai berkurang dan sudah tidak banyak *blogger* yang bertahan untuk tetap konsisten.



Gambar 2. Salah satu kegiatan workshop SEO, Pemateri Muhammad Junardan (X1)
Sumber: Dokumentasi Internal Komunitas Indonesian Social Blogpreneur, 2023

Gambar 2 adalah salah satu kegiatan Komunitas ISB dalam program ISB Workshop yang rutin dilakukan untuk memperkaya keterampilan anggota komunitas dalam menguasai teknik penulisan SEO

(*Search Engine Optimization*) dan yang menjadi pemateri adalah Informan X2 sebagai anggota yang memiliki keterampilan SEO dan merupakan praktisi *SEO Specialist* pada sebuah perusahaan *agency* digital di Jakarta. Kegiatan tersebut sebagai salah satu implementasi untuk saling memberdayakan di dalam komunitas.

Bertemunya para *blogger* termasuk keempat Narasumber X1, X2, X3 dan X4 yang bergabung dengan Komunitas ISB merasa mendapatkan angin segar karena semua anggotanya memiliki tujuan yang sama yaitu ingin tetap berkarya melalui akun blog masing-masing dengan tetap mengoptimalkannya sebagai sumber penghasilan berupa penghasilan utama maupun penghasilan tambahan.

X1 setelah setahun bergabung di Komunitas ISB mendapatkan kepercayaan menjadi salah satu pengurusnya sebagai pengelola sosial media komunitas dan halm ini memaksanya untuk belajar berkomunikasi secara intens dengan banyak anggota yang ada di dalamnya. X1 semakin memahami bagaimana cara kerja kreatif blogger dan cara menggali inovasi seiring banyaknya informasi penting yang diserapnya setiap hari melalui grup *chat* komunitas.

X2 dan X3 awal bergabung pada saat mengikuti acara workshop menulis secara luring dan merasakan ada jawaban kebutuhannya untuk meningkatkan karya *blogging* ke depannya. Sedangkan X4 yang bertempat tinggal di Aceh belum sempat mengikuti kegiatan Komunitas ISB secara luring namun telah bergabung sejak pertama Komunitas ISB hadir dan selalu aktif dalam berbagai kegiatan secara daring.

Domain yang spesifik dalam Komunitas ISB menjadikan setiap anggotanya mudah memahami budaya dan idealisme di dalamnya sehingga umpan balik kedua belah pihak dapat saling memberikan manfaat yang tepat dan memudahkan dalam menjalani proses yang beriringan.

Community

Kegiatan *blogging* di Komunitas ISB, memberikan pengayaan melalui berbagai program yang dapat mengoptimalkan akun blog setiap anggotanya mulai dari mengoptimalkan konten artikel agar terindeks di mesin pencari, memberi ilustrasi menarik pada *template* blog dengan tema-tema yang sesuai dengan personalnya hingga menambah berbagai fitur tambahan dalam *platform* blog yang dapat dimodifikasi.

Konten blog yang bertujuan untuk saling berbagi informasi ini, kerap diajak kerja sama oleh brand atau institusi untuk ikut mengkampanyekan programnya dalam akun-akun blog yang dipilihnya melalui perantara komunitas atau langsung kepada *blogger* dalam proses ajakan kerjasamanya. Sebagai penguat dalam menumbuhkan minat *brand*, *agency* dan institusi dalam mengajak kerja sama dengan *blogger*, Komunitas ISB memfasilitasi *skills* lainnya untuk menunjang daya jualnya dengan menambahkan keahlian lain yang relevan dengan *digitalpreneur*.

Komunitas ISB memberikan kesempatan kepada para anggotanya untuk tampil menjadi pemateri, latihan menjadi moderator acara komunitas hingga menjadi *host talkshow*. Terutama bagi para anggota yang memiliki keahlian spesifik di bidang yang dikuasainya baik sebagai praktisi, akademisi dan *expertise* masing-masing.

X1 selama bergabung dengan Komunitas ISB, mempelajari cara berkomunikasi lebih baik lagi, terutama pada saat berinteraksi di dalam grup *chat* dengan *blogger* lainnya saat saling berbagi pengalaman dan informasi. X1 yang memiliki kemampuan membuat *storytelling* dan bekerja sebagai *SEO Specialist* di salah satu *digital agency* di Jakarta pun berpartisipasi menjadi pemateri SEO dan seputar *Copywriting* dalam Program Selasa *Sharing* untuk sesama *blogger* di Komunitas ISB dan beberapa acara luring yang diselenggarakan komunitas.

Pada awalnya X1 kurang peka dengan berbagai potensi yang ada dalam dirinya yang dapat dikembangkan namun melalui proses pengamatan dari ragam informasi yang didapatkan dari berbagai obrolan dan sesi berbagi pengalaman dari sesama *blogger*, X1 pun mencoba untuk meningkatkan *personal branding* dengan medium blog dalam mengangkat *expertise* seperti memperbanyak artikel

tutorial dan menjadikan beberapa artikel sebagai percontohan karya yang diajukan sebagai portofolio artikel dengan nilai SEO tinggi. X1 menerapkan beberapa tip yang disampaikan pemateri *personality development* dan *public speaking* di Komunitas ISB dan mengaplikasikannya dengan diawali menjadi *volunteer* di Komunitas ISB.



Gambar 3. Muhammad Junardan (X2) sedang mengisi pelatihan menulis untuk karyawan.
Sumber: Dokumentasi pribadi Muhammad Jumardan, 2024

Pada Gambar 3, merupakan proses X1 mendapatkan umpan balik dan sambutan baik dari audiens saat beberapa kali mendapatkan undangan untuk mengajar optimalisasi SEO di beberapa perusahaan dan institusi bahkan hingga ke luar kota. Sesuai prinsip dari Komunitas ISB bahwa anggotanya yang telah berdaya dan memiliki kapasitas mumpuni maka harus memberikan kontribusi di luar komunitas. X1 pun mendirikan perkumpulan dengan nama “Menjadi Content Writer” dan X1 tidak hanya berbagi di Komunitas ISB namun berbagi ilmu dan peluang juga dalam perkumpulan yang dibuatnya secara khusus.

Berbeda dengan X2 yang menjadikan motivasi saat bergabung di Komunitas ISB, X2 kerap mempelajari bagaimana sesama *blogger* yang berprestasi di dalam komunitas mengasah karyanya. X2 tertantang untuk meningkatkan jam terbang dan rekognisi karya secara nasional dengan mengikuti banyak perlombaan menulis terutama lomba menulis artikel *blog*. Awalnya sulit mendapatkan kemenangan dalam berbagai lomba tersebut namun berkat beberapa saran yang dibagikan dalam grup Komunitas ISB dan kegigihannya dalam mempelajari cara menulis terstruktur dengan kekuatan *storytelling* maka X2 terus berusaha belajar maksimal bahkan sampai mengikuti berbagai *workshop* yang diadakan dalam komunitas dan mempelajari tulisan-tulisan para langganan juara lomba blog. Progress mulai dicapai dan X2 mulai dikenal namanya karena selalu bertengger di jajaran pemenang lomba blog di beberapa *brand* bahkan X2 mengikuti berbagai kegiatan juga di komunitas lain yang semakin melebarkan peluangnya.



Gambar 4. Septia Wahyu Anggraeni (X2) menjuarai Lomba Menulis Blog Hari Bhayangkara ke-76
Sumber: Dokumentasi Septia Wahyu Anggraeni, 2022



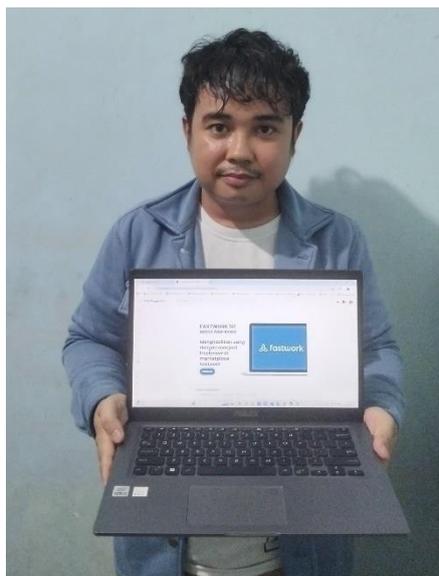
Gambar 5. Septia Wahyu Anggraeni (X2) Penulis Buku "Tiga Tahun Perjalanan Serikat Pekerja Petrokimia Gresik Mengabdikan dan Mengukir Aksi"

Sumber: Dokumentasi Septia Wahyu Anggraeni, 2023

Pada Gambar 4, X2 mengabadikan *moment* saat memperoleh penghargaan sebagai pemenang Lomba Blog Hari Bhayangkara ke-76 dan kemenangan yang diperolehnya dari lomba blog lainnya pun sudah mencapai puluhan penghargaan. Sedangkan pada Gambar 5, X2 mulai dipercaya oleh beberapa institusi salah satunya Petrokimia Gresik, X2 menuliskan buku yang berisi kegiatan dari Perjalanan Serikat Pekerja Petrokimia Gresik.

Mendapatkan banyak prestasi dari perlombaan menulis artikel blog, X2 pun beberapa kali diundang menjadi pembicara dan acara-acara *brand* serta institusi. X2 kembali mengasah kemampuannya dalam berkomunikasi di depan publik dengan tidak melewatkan berbagai *workshop* yang diadakan dalam Komunitas ISB. Berkembang dari pendalaman materi dalam setiap sesi *workshop*, X2 juga mengintegrasikan konten-konten artikel blognya untuk dibagikan ke semua kanal sosial media yang dimilikinya terutama melalui *Instagram reels*. X2 membuat konten berdasarkan kegiatan yang diikutinya dan setiap *moment* berharga yang dijalaninya tak lepas dari melibatkan blog sebagai *trigger* bahan utama konten yang dapat dipecah menjadi beberapa bagian konten sosial medianya.

Berkegiatan dan melakukan sesuatu secara bersama dengan orang-orang yang memiliki kegiatan dalam domain yang sama akan memberikan semangat seperti yang diutarakan oleh X3 yang mengawali keikutsertaannya dalam Komunitas ISB pada suatu acara *workshop* menulis luring. X3 mendalami berbagai kegiatan belajar di Komunitas ISB beriringan dengan mencari potensi di luar. Sambil menjalankan *progress* untuk konsisten *update* artikel di blognya, X3 juga berusaha berbagi ke sekolah untuk membagikan ilmu yang selama ini didapatnya dari Komunitas ISB. Berikut ungkapan X3 terkait motivasinya saat membagikan kembali ilmu yang didapatkannya.



Gambar 6. Agung Kharisma (X3) bersama *e-book* karyanya
Sumber: Dokumentasi Agung Kharisma, 2024

Pada Gambar 6, X3 mengarsipkan keterampilannya dalam mengoptimalkan SEO dalam bentuk *e-book* sebagai bagian kontribusinya pada masyarakat luas agar mendapatkan edukasi literasi digital yang memiliki nilai tambah dari SEO.

“Saya terinspirasi dari Komunitas ISB untuk memberikan kontribusi kepada banyak pihak terutama yang membutuhkan ilmu menulis dari dasar, maka dari itu saya membuat sesi pelatihan dan menyebarkan e-book tentang SEO yang dibuatnya berdasarkan materi SEO yang diajarkan oleh Mas Ardan pada saat workshop ISB.”

Memanfaatkan hasil belajar di Komunitas ISB, X4 yang memulai menulis artikel di blog sejak 2007 menekuni kegiatan *blogging* di sela-sela pekerjaan sebagai dokter umum, X4 selama bergabung di Komunitas ISB sering memanfaatkan obrolan atau diskusi di grup menjadi sumber inspirasi untuk diangkat dalam sebuah artikel. Contohnya, saat membahas *mental health*, *parenting* dan *tutorial blog* di dalam grup, X4 akan mencatat poin-poin menarik dan digabungkan dengan isu yang terjadi di luar.

*“Dengan adanya komunitas, salah satunya Komunitas ISB memberikan jalan lebih luas untuk saya menjadi *blogpreneur* mengingat informasi dan kegiatan di dalamnya benar-benar menjadi jembatan untuk blogger mendapatkan akses ke beberapa pekerjaan seperti *brand campaign* dan informasi lomba blog.”*

X4 menyatakan hal tersebut sebagai ungkapan rasa syukurnya bahwa aktivitas menulis blog yang dijalannya memberikan jalan ke beberapa kesempatan istimewa terhadap profesi utamanya sebagai dokter. X4 pernah mengisi materi kesehatan di acara Selasa *Sharing* pada saat pandemi covid di grup *chat* Komunitas ISB dan X4 tidak segan untuk menjadi narasumber terkait tema kesehatan untuk menjadi penambah poin sumber ahli medis bagi rekan-rekan *blogger*-nya.



Gambar 7. Liza Fathiarani (X4) sebagai salah satu *Key Opinion Leader*
 Sumber: PerempuanLeuser.com, 2022

Pada Gambar 7, X4 menjadi *key opinion leader* dalam sebuah acara workshop. Profesinya sebagai dokter yang juga *blogger*, membuat X4 memanfaatkannya sebagai sarana untuk berbagi pengetahuan kesehatan dengan mudah baik melalui *workshop*, *talkshow*, seminar dan artikel blog.

Meningkatkan personal *branding* adalah salah satu wawasan yang didapatkannya dari hasil berkegiatan di Komunitas ISB, membuat hasil tulisan bertema kesehatan di blognya menuai prestasi karena selain menggabungkan secara teknis dan pengetahuannya di bidang kesehatan, X4 juga membuat kreativitas serta pendalaman konten kesehatan yang tidak kaku karena beberapa materi yang dipelajarinya selalu menyertakan kiat *storytelling*.

Bukan hanya *reward* materi dari hasil pekerjaan *blogging* berupa *endorsement* saja yang didapatkan X4 selama berkegiatan di Komunitas ISB, X4 juga mendapatkan rekognisi berangkat dari karya *blogging*-nya menjadi *blogger* yang memberikan *impact* terhadap literasi digital di lingkungan kerjanya di rumah sakit serta organisasi kesehatan yang diikutinya juga *followers*-nya di media sosial.

Practice

Berbagai ilmu, jejaring dan peningkatan kemampuan yang didapatkan dari Komunitas ISB membawa X1, X2, X3 dan X4 tidak hanya mendapatkan pengayaan terkait *blogging* saja namun ada stimulasi untuk mengembangkannya ke peluang di luar *blogging*.

Anggota Komunitas ISB masing-masing mengerahkan strategi inovasi dan mengintegrasikan karya blognya berupa artikel yang dipecah menjadi konten media sosial baik untuk konten Instagram, X dan lain-lain. Memenuhi penyesuaian integrasi karya ini, X1, X2, X3 dan X4 dan sebagian besar anggota komunitas mengoptimalkan berbagai workshop yang didapat, baik pembuatan video, infografis, *voiceover* dan lain-lain untuk dikolaborasikan dengan karya blognya. Sebagai praktik dari penerapan hasil belajar dan interaksi bersama dalam grup komunitas maka didapatkan data pencapaian dari X1, X2, X3 dan X4 pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Pencapaian Informan di luar kegiatan *blogging*

Informan	Blogging Outside Achievements			
	Public Speaker	Corporate Content Writer	(KOL) Key Opinion Leader	Book Writer

X1	√	√	√	√
X2	√	√	√	
X3	√		√	√
X4	√		√	

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Pada Tabel 3, menunjukkan pencapaian dari keempat Informan yang berhasil memperoleh peluang dan menuai hasil dari berbagai kegiatan di dalam komunitas. X1 selain tetap menjadi *Blogger* namun aktualisasinya berkembang dengan menjadi *public speaker*, *content writer*, penulis buku dan membuat komunitas sendiri sebagai medium berbagi keterampilannya. Sedangkan X2 selain menjadi *Blogger*, dapat menyalurkan kemampuan menulisnya dengan menjadi penulis buku dan *content writer* untuk perusahaan dan organisasi. X3 juga tetap menjadi *Blogger* dan mengembangkan keterampilan menulisnya lebih luas ke penulis buku dan membuat komunitas baru serta membuat konsep pelatihan literasi digital bagi banyak perusahaan. X4 memperkuat *personal branding* melalui blog dan profesi dokter sebagai penguat *trust* atas konten-konten kesehatan yang dibagikannya.

X1 selain memiliki *expertise* sebagai *content writer* dan *SEO Specialist*, memperdalam desain komunikasi visual dengan bantuan medium aplikasi Canva dan *video editing*, menjadikan kemampuannya bertambah dan X1 juga mengembangkan kontribusinya ke luar komunitas dengan menerima tawaran mengajar *mobile vlogging* untuk beberapa komunitas dan *brand*. Khusus kemampuan pada *SEO Specialist* X1 mengarsipkan modul SEO dengan membukukan dalam *e-book* yang dibuatnya dan dapat dibagikan kepada umum dan peserta pelatihan SEO secara gratis.

X2 mengambil poin plus lain dari kegiatan *blogging* memanfaatkan sesi belajar *public speaking* untuk mengakomodir peluang yang kerap menawarkan kerja sama sebagai MC, moderator atau menjadi pembicara sebuah acara. Seiring perjalanan aktivitasnya X2 berhasil mengangkat *personal branding* sebagai penulis yang lebih luas dengan acuan digandeng sebuah institusi untuk menulis sebuah buku internalnya. X2 juga mendapatkan kesempatan mengisi konten website untuk beberapa perusahaan.

X3 menerapkan materi pelajaran tentang manajemen *event* yang didapatkan dari Komunitas ISB baik dari acara formalnya maupun dari diskusi kasual yang disimaknya di dalam grup *chat* untuk membuat pelatihan-pelatihan berbayar maupun gratisan terkait *blogging*, SEO dan *copywriting* untuk media lainnya.

X4 memaksimalkan karya dengan melibatkan profesi sebagai dokter dalam mengoptimalkan kontennya baik untuk artikel blog maupun media sosialnya yang lainnya untuk memperkuat pemahaman persoalan mental health dan aspek-aspek medis lainnya yang perlu diketahui masyarakat. X4 pun tidak pernah melewatkan kesempatan untuk mengikuti berbagai perlombaan menulis blog dengan *effort* maksimal sebagai tambahan penghasilan.

Pembahasan

Merujuk pada penelitian sebelumnya tentang blog sebagai medium karir blogger melalui digital oleh (Romadhoni, 2014) dan tentang komunitas yang dapat mendorong *branding* oleh (Hund, 2015) membuat penelitian ini menemukan bahwa komunitas ISB bukan sekadar komunitas yang dapat mengumpulkan anggotanya untuk berkegiatan namun menjadi penyedia agen perubahan dari para anggotanya yang berdaya untuk dapat menyebarkan kembali manfaat ke luar komunitas agar dampak baik dari berkegiatan dapat dirasakan oleh masyarakat luas. Menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dari studi kasus yang dilakukan, penulis terlibat aktif dalam kegiatan komunitas sekaligus menghasilkan data konkret dari hasil wawancara dengan informan sehingga kegiatan komunitas benar-benar terlihat dan tercermin dari keterampilan yang dimiliki para anggota komunitas melalui pemberdayaan komunitas.

Dari penelitian ini juga ditemukan bahwa *platform* blog bukan sekadar *platform* untuk menulis dan mempublikasikan artikel namun lebih dari itu, blog dapat memotivasi penggunaannya untuk belajar lebih dari sekadar menulis seperti membuat desain visual sendiri sebagai ilustrasi konten blognya, membuat infografis sebagai rangkuman atau presentasi atas konten yang dibuatnya, membagikan potongan-potongan dari konten artikel blog ke media sosial lain sebagai upaya integrasi hingga mengasah *public speaking* untuk menunjang kontennya agar dapat dikomunikasikan lebih maksimal. Dari semua pembelajaran membuat konten selain artikel tersebut, *Blogger* di dalam Komunitas ISB menyalurkan kemampuannya lebih luas lagi ke profesi *digitalpreneur* lainnya seperti menjadi *content writer*, *speaker*, *book writer* hingga konseptor acara. Fokus pada pengembangan profesi melalui proses belajar dari *platform* blog ke berbagai *digitalpreneur* lainnya jarang dibahas pada penelitian sebelumnya bahkan terlalu teoretis dan minim implementasi.

Dari berbagai temuan dalam penelitian ini, masih ada kekurangan dalam hal dukungan pemerintah, swasta dan masyarakat umum dalam berkolaborasi serta memberikan dukungan terhadap penguatan pemberdayaan pada *blogger*, komunitas *blogger* serta eksistensinya agar dapat menjadi bagian dari instrumen ekonomi digital dan membantu meningkatkan literasi masyarakat umum sebagai berikut.

Domain

Secara spesifik, *domain* dalam komunitas yang menyatukan fokus pada *blogging* sebagai medium berkarya para *blogger* untuk berbagi informasi, mendukung proses pengembangan karir *digitalpreneur* dan membangun *personal branding* selayaknya mendapatkan dukungan berbagai pihak dalam meningkatkan kesadaran bahwa blog memiliki nilai strategis sebagai media edukasi publik terkait literasi digital dan sebagai media promosi. Dalam hal ini, pemerintah dapat mendukung *blogger* dari sisi penyediaan infrastruktur digital seperti kecepatan jaringan internet yang merata di setiap daerah, agar *blogger* di daerah pun diberikan kemudahan dalam mengakses pembelajaran melalui *blog* dan bergabung pada komunitas *online*. Pemerintah juga dapat menyediakan ruang kerja bersama di beberapa titik atau memberikan kebijakan melalui kementerian yang berhubungan, seperti Kementerian Komunikasi dan Digital juga Kementerian Ekonomi Kreatif untuk memberikan dukungan tempat bagi kegiatan rutin komunitas yang berkelanjutan.

Untuk perlindungan hukum saat berkarya, selama ini, *blogger* hanya berpijak pada UU ITE, belum ada kebijakan pemerintah untuk melindungi aktivitas *blogger* dalam mendukung ekspresi karyanya, seperti halnya wartawan memiliki *Dewan Pers*. *Blogger* juga memerlukan sebuah asosiasi khusus karena konteksnya berbeda dengan media sosial lainnya. Konten berupa artikel yang mengekspresikan kebebasan berpendapat rentan disalah artikan oleh beberapa pihak. (Firman, 2024).

Pihak swasta dapat berperan aktif juga mendukung *blogger* dengan memfasilitasi infrastruktur yang dapat bermanfaat jangka panjang yang dapat menjadi upaya keberlangsungan pemberdayaan *blogger* dan sebagai perpanjangan tangan untuk mengedukasi lingkungannya. Dukungan tersebut salah satunya dapat melalui program pemberian *hosting* gratis atau fasilitas diskon dari penyedia layanan *web hosting* dan *domain* terutama untuk blog dengan *Top Level Domain* serta menyediakan fasilitas untuk berdiskusi serta mewadahi berbagai kegiatan *blogger*. Swasta dapat bekerja sama dengan komunitas untuk membangun program berkelanjutan yang bersifat simbiosis mutualisme.

Masyarakat umum yang aktif dalam berbagai *digital platform* dapat mengakses *platform blog* sebagai tempat berkarya, misalnya untuk menyalurkan hobi menulis, menjadikan media promosi bagi UMKM, berbagi informasi atau belajar membuat desain visualnya. Bagi para *blogger* yang sudah lama berkarya, tentunya harus dapat mengajak banyak partisipan lagi untuk membuat karya blog sebagai upaya regenerasi. Karena regenerasi pengguna blog akan membantu blog kembali eksis dan mendapatkan sorotan kembali dari berbagai pihak karena menunjukkan bahwa era kini, karya blog masih relevan. (Nasrullah, 2019)

Community

Diperlukan lebih banyak lagi instansi pemerintah yang melibatkan kegiatan *blogger* dan komunitas dalam berbagai programnya, di antaranya memberikan *capacity building* terkait literasi digital dan keterampilan teknis bagi *blogger* yang berpotensi untuk dijadikan mitra seperti duta literasi atau perpanjangan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat terkait program pemerintah yang perlu disosialisasikan. Seperti yang pernah dilakukan oleh Kementerian Kesehatan yang menjadikan *Blogger* sebagai mitra strategis dalam mengkampanyekan Gerakan Hidup Sehat Masyarakat atau GERMAS (Kemenkes, 2017).

Swasta dapat menjadi *partner* kolaborasi dalam kegiatan komunitas dengan memberikan kepercayaan untuk menangani kegiatan internal perusahaan dalam jangka panjang.

Sedangkan masyarakat umum, diharapkan dapat mengapresiasi dan mendukung berbagai kegiatan *blogger* dengan berpartisipasi hadir dalam kegiatan terbuka seperti seminar dan edukasi yang diberikan oleh komunitas *blogger* untuk masyarakat. Masyarakat juga dapat memanfaatkan setiap artikel blog dengan membagikan ke lingkungannya, memberikan umpan balik, mempromosikan artikel baik hingga membacanya untuk diambil manfaatnya.

Practice

Blogger memerlukan rekognisi atas karyanya sebagai pemantik agar dapat dimanfaatkan sebagai pemacu semangat berkarya, oleh karena itu, baik pemerintah atau swasta dapat menyelenggarakan sebuah festival tahunan khusus *blogger* beserta komunitasnya atau memberikan penghargaan kepada para *blogger* berpengaruh. Dengan adanya festival tahunan, akan memberikan ajang *blogger* berkumpul dari seluruh daerah di Indonesia bahkan mancanegara sehingga dapat membangun ekosistem *blogging* kembali. Seperti yang pernah terjadi pada Pesta Blogger 2007, 2008, 2009, 2010 dan berubah nama menjadi ON OFF pada 2011.

Media mainstream juga disarankan berperan banyak dalam mempublikasikan berbagai karya dan prestasi *blogger* karena dapat menjadi *partner* penyebar berita dari sisi *citizen journalism* (Wendra, 2019). Terkait publikasi, tidak hanya media mainstream yang disarankan mendukung karya *blogger* tersebut, pihak akademis pun dapat memperbanyak ulasan karya *blogger* sebagai upaya mengangkat kembali instrumen digital yang masih kaya manfaat dalam membuat artikel blog.

Karya-karya *blogger* juga layak untuk mendapatkan tempat dalam ranah industri kreatif dan sebaiknya ada wadah untuk menampilkan berbagai karyanya dalam suatu acara pemerintahan atau swasta yang dapat menjembatani pada perluasan jejaringnya. *Blogger* berperan juga dalam menyumbang pada aktivitas pemasaran perusahaan dalam mendukung strategi promosinya melalui konten artikel berupa *review* produk, optimalisasi SEO, *softselling* hingga *content marketing* lainnya melalui blog (Augustina, 2022).

Pemerintah dan swasta juga dapat mendukung melalui *sponsorship* atas kegiatan *blogger* dan komunitasnya dalam keikutsertaan seminar, *talkshow*, *workshop* hingga kegiatan studi baik dalam skala nasional maupun internasional untuk memaksimalkan artikel blog dan melebarkan jejaring untuk kepentingan pribadi maupun membawa nama baik institusi dan komunitas. Hal ini akan menjadikan kontribusi *blogger* menjadi lebih konkret dalam menyumbangkan ilmu pengetahuan kepada masyarakat terkait literasi digital secara praktis.

SIMPULAN

Berbagai ilmu dan wawasan yang didapatkan oleh *blogger* melalui program pemberdayaan dari Komunitas ISB, membuat *blogger* mampu mengelaborasi karya blognya dengan berbagai aktivitas lain di luar *blogging* baik sebagai pendorong motivasi, penggalian sumber inspirasi, stimulasi kreativitas dan inovasi dan sebagai penguatan karya utamanya sebagai *blogger*. Blog dapat berfungsi sebagai jembatan untuk belajar banyak hal dalam ranah *digitalpreneur*. Di tengah pesatnya pertumbuhan media sosial selain blog yang semakin meminggirkan eksistensi *blogger* saat ini namun

blog masih menjadi medium yang dapat memberikan kesempatan kepada setiap pembelajar untuk mengembangkan kemampuan literasi digital lebih luas lagi. Hal ini berkaitan dengan spirit pada proses optimalisasi blog yang memerlukan beberapa tahapan, diantaranya membuat konsep, mencari referensi, menulis artikel, membuat ilustrasi untuk tulisan, penerapan *storytelling*, cakap dalam menggunakan teknologi dan kemampuan *public speaking*. Dari proses pembelajaran yang kompleks tersebut peran komunitas *blogger* yang memfasilitasi dan memberikan arahan dapat mengantarkan anggota-anggotanya untuk mendapatkan jalan peluang melalui *digitalpreneur* yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikara, C. T. (2011). Analisis Sebagai Pemanfaatan Internet Blog/Weblog Untuk Kategori Bisnis Dan Ekonomi Di Dunia Maya Indonesia.
- Augustina, R. A. (2022). Influencer & Blogger Sebagai Strategi Pemasaran Era Digital. *Jurnal Ilmu Siber*, 1(3). Retrieved from <https://jurnal.unsia.ac.id/index.php/jis/article/view/362/163>
- Firman, A. R. (2024). Regulasi Digital dan Implikasinya Terhadap Kebebasan Berpendapat Pada Undang-Undang ITE Pada Platform Media Sosial di Indonesia. *Journal Of Social Contemplativa*, 2(1), 01-18.
- Heaton, H. C. (2016). The Interdisciplinary use of blogs and online communities in teacher education. *Emerald The International Journal*, 33(03), 142-158. doi:DOI10.1108/IJILT-01-2016-0006
- Hennessy, B. (2018). *Influencer, Building Your Personal Brand In The Age of Social Media*. New York: Kensington Publishing Corp.
- Hund, B. E. (2015). "Having it All" on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers. *Sage*, 1(2). doi:DOI: 10.1177/2056305115604337
- ISB, K. (2016). Retrieved from <https://www.komunitasisb.com/>
- ISB, K. (2016). Retrieved from <https://www.komunitasisb.com/p/about.html>
- Jasmadi. (2008). *Belajar Sendiri Membuat Blog dengan Domain Sendiri*. Salemba Infotek.
- Kemendes. (2017). *sehatnegeriku.kemdes.go.id*. Retrieved from <https://sehatnegeriku.kemdes.go.id/baca/rilis-media/20170421/0120599/kemendes-jadikan-blogger-mitra-pembangunan-kesehatan/>
- Kusuma, R. D. (2023). Peran Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Batik Sido Asih di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 141-154.
- Maryulis. (2014). Pengaruh Aktivitas di Media Sosial Terhadap Rutinitas Blogger Sumatera Barat. *Jurnal Pekommas*, 17(2), 119-128. doi:DOI: 10.30818/jpkm.2014.1170207
- Nasrullah, D. R. (2019). Pemberdayaan Masyarakat dengan Pembuatan Blog Untuk UMKM Desa Mandiri Berkelanjutan Pada Desa Tibang, Kecamatan Syiah Kuala, Kota Banda Aceh. *Jurnal pengabdian Masyarakat INOTEC*, 1(2).
- Perempuanleuser.com. (2022). Retrieved from <https://perempuanleuser.com/>
- Rahmawati, F. H. (2020). Blogger: New Media Relations Strategy in Corporate Communication. *Annual International Conference on Social Sciences and Humanities (AICOSH 2020). Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 452*, p. 79. Atlantis Press.
- Rayana, U. (2015). *PR Bukan Sekadar Mengundang Wartawan!* Tristar Kreasi Indonesia.
- Romadhoni, D. (2014). *Jalan Karir Blogger (Kajian Fenomenologi dan Biografi)*.
- Siregar, A. I. (2024). Digital Marketing dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital: Kajian Konseptual. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2921-2930. doi:DOI: 10.33087/jiubj.v24i3.5678
- Smith, e. a. (2024). The potential of self-access language centres in foresting lifelong global citizenship: towards a community of practice approach. 1(2), 21-40. doi:DOI 10.1108/QEA-12-2023-0026
- Sonsupap, K. C. (2023). Impact of Community of Practice and Lesson Study on Fostering the Student Thinking Competency. *International Journal of Education & Literacy Studies*, 12(1), 284-294. doi:<http://dx.doi.org/10.7575/aiac.ijels.v.12n.1p.284>

- Sulistiani, I. (2018). *Desain Web*. Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo. Retrieved from <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/3/2/610e7cbfcf6fb8feca3a70d02ca18f1a.pdf>
- Torres, A. E. (2024). Shared, Shaped, and Stolen: Tracing Sites of Knowledge Transfer across Creative Communities of Practice. *C&C*. doi:<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3635636.3656199>
- Warmika, M. D. (2015). Komunitas Merek: Antecedents dan Consequences dari Partisipasi Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 31–42. doi:DOI: 10.9744/jmk.17.1.31–42
- Wendra, N. P. (2019). Tindakan Jurnalis dalam Jurnalisme Warga (Citizen Journalism Pada Penulisan Berita di Media Info Singaraja). *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha*, 9(1), 2614-4743.