

ANALISIS SEBARAN PEMANFAATAN INTERNET BLOG/WEBLOG UNTUK KATEGORI BISNIS DAN EKONOMI DI DUNIA MAYA INDONESIA

Cooky Tri Adhikara

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bina Nusantara University
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
CTAdhikara@binus.ac.id

ABSTRACT

Internet Weblog / Blog is a medium of communication that are simple, affordable and easy to build. This cause numbers of Blogs in Indonesia grew rapidly. Bloggers, readers and third-party (Internet Provider, Advertiser, mediators) get the benefits of blogs according to their capacity such as mind-sharing, media discourse, promotions, sales, and many other benefits. There are many categories of blogs. Some studies classify them into various categories. This study focus on the business and economic blog category. The aim of this study is to create blog benefiting map of Indonesia's virtual society, find any Indonesian particular form of blog benefiting, and to seek any suggestion of blog benefit enhance for society.

Keywords: *blog, weblog, business, economic*

ABSTRAK

Internet Weblog / Blog adalah sebuah media komunikasi yang sederhana, terjangkau, dan mudah dibuat. Ini membuat jumlah blog di Indonesia melonjak dengan cepat. Blogger, pembaca dan pihak lainnya (Penyedia Jasa Internet, Pengiklan, dan mediator) mendapatkan keuntungan blog sesuai dengan fungsi blog untuk berbagi pikiran, diskursus media, promosi, penjualan, dan keuntungan-keuntungan lainnya. Ada banyak kategori blog. Beberapa penelitian telah mengklasifikasikannya ke beberapa kategori. Penelitian ini memfokuskan pada kategori blog bisnis dan ekonomi. Tujuan penelitian ini adalah membuat blog yang berguna bagi masyarakat dunia maya Indonesia, mencari bentuk khusus blog Indonesia yang berguna dan mencari saran untuk perkembangan blog bagi masyarakat

Keywords: *blog, weblog, bisnis, ekonomi*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Internet Weblog/Blog belum secara formal diakui dan masuk dalam teori keilmuan. Namun dari sisi sosial budaya, perkembangan Blog di Indonesia menjadi fenomena yang mau tak mau harus diakui keberadaannya. Tren penggunaan blog telah mengubah jadwal kegiatan harian para pelajar dan mahasiswa Indonesia. Kalangan profesional juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan blog dengan menulis pemikiran dan wacana akan peristiwa yang dialaminya. Pemikiran para blogger yang diungkapkan secara informal namun tepat sasaran mendorong terjadinya diskusi dan kebebasan berpendapat.

Dari sisi ekonomi, volume transaksi melalui blog walaupun belum ada data kongkrit, tampaknya menunjukkan kenaikan signifikan. Ditengah kesulitan ekonomi yang dialami Indonesia, hal ini dapat menjadi salah satu alternatif pemberdayaan masyarakat menjadi masyarakat yang lebih produktif secara ekonomi.

Karena sederhana, murah dan mudah, blog banyak dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan bisnis. Hal ini tentu mendukung terbentuknya masyarakat berjiwa entrepreneur dan usaha kecil. Di sisi lain, banyak yang membagi ilmu dan pengalamannya dalam berbisnis di blog pribadinya. Beberapa tokoh dalam perekonomian Indonesia juga banyak berwacana via blog. Pada tingkat korporasi, beberapa perusahaan juga telah memanfaatkan blog sebagai media guna berinteraksi dengan konsumennya.

Belum banyak penelitian yang secara serius dan terstruktur akademis menganalisis fenomena Blog ini. Penelitian ini akan memfokuskan pada kategori blog bisnis dan ekonomi. Dapat dikatakan, penelitian ini merupakan fondasi dari langkah yang akan ditempuh bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Misalnya, mahasiswa dengan anggaran terbatas namun ingin mendapatkan penghasilan tambahan, dapat memanfaatkan blog. Juga sebuah perusahaan yang mengincar segmen tertentu dapat melakukan penetrasi dengan tepat sasaran sesuai blog. Demikian pula pemerintah, apabila ingin menyebar informasi dan penyuluhan tentang bisnis dan ekonomi, dapat memanfaatkan media blog.

Dari masalah-masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui sebaran pemanfaatan blog kategori bisnis dan ekonomi oleh masyarakat Indonesia, menemukan sesuatu yang khas Indonesia dari blog kategori bisnis dan ekonomi, dan menghasilkan temuan yang dapat diajukan ke berbagai pihak sekitar pemanfaatan blog bisnis dan ekonomi agar dapat didayagunakan dengan efektif dan lebih bermanfaat.

Tinjauan Pustaka

Perkembangan Blog

Jorn Barger mencetuskan istilah 'Weblog' pada situs web Robot Wisdom miliknya pada 1997 yang berasal dari kata 'Web' dan 'Log'. Hal ini mengacu pada situsnya yang berisi catatan harian pribadinya. Dalam perkembangannya, istilah Weblog atau Internet Blog menjadi dikenal dan banyak yang menyingkatnya menjadi hanya 'Blog' (Blogwatch, 2007). Terdapat beberapa hal yang khas dari Weblog, yaitu :

1. Weblog mengacu pada situs web yang dapat diakses umum yang menampilkan pemikiran individu. Topik dalam weblog dapat lebar menjadi segala hal, atau sebaliknya, dapat spesifik pada hal tertentu.

2. Weblog diperbaharui menurut kronologisnya, dan biasanya berita yang terbaru berada diatas. Namun berita-berita lama masih dapat diakses.
3. Biasanya, penulis mengisi weblog dalam periode tertentu, misalnya tiap hari. Namun kini, dengan dukungan teknologi, penulis terkadang menuliskan beberapa berita dalam sehari.
4. Orang lain yang mengakses Weblog penulis dapat berkomentar dan menuliskan pendapatnya di Weblog penulis sehingga sangat terbuka kesempatan untuk berdiskusi.
5. Pada Weblog, terdapat beberapa *link* yang diarahkan ke situs atau weblog tertentu yang disesuaikan dengan minat penulis. Biasanya rekomendasi penulis atau web yang biasa dibaca penulis. Istilah untuk *link-link* ini adalah Blogroll.
6. Pada umumnya, Weblog lebih banyak berisi teks. Namun kini, weblog berisi foto dan video kian banyak dijumpai.
7. Format penulisan biasanya Judul ditulis besar-besar, lalu berita ditulis dengan font yang lebih kecil.

Kaiser (2007) melakukan riset tentang peran weblog dan menyimpulkan bahwa sebagai inovasi teknologi yang semakin banyak digunakan masyarakat dunia, Weblog adalah fenomena sosial dan budaya yang dapat mengatasi hambatan *knowledge management* dan proses pembelajaran. Hal ini disebabkan Weblog dibuat secara personalisasi dan dalam bentuk publikasi yang informal sehingga lebih menggugah minat browser untuk menambah pengetahuan.

Jumlah Pengguna Blog dan Kategorinya

Survey tahun 2006 di Amerika pada 56ribu pembaca blog menunjukkan beberapa segmen pembaca. Dapat digolongkan empat kategori pembaca yaitu Pembaca Berita Politik, Gosip, Ibu-ibu, dan Musik. Blog Fashion tergolong blog gosip. 77 persen pembaca blog gosip adalah wanita dan lebih dari 49 persen berumur 22-30. 68 persen pembaca blog gosip membeli pakaian secara online dan 48 persennya membelanjakan lebih dari USD 100 tiap minggu. Sedangkan pembaca blog musik, kurang dari 63 persen membeli lagu secara online. Dengan transaksi yang sangat besar, tidak heran beberapa pihak memandang blog sebagai sarana mengembangkan usahanya.

Technorati, situs pencari khusus blog, mengumumkan bahwa tahun 2007 terdapat 35,3 juta blog dan jumlahnya berlipat ganda tiap enam bulan. Tren ini telah konsisten tiga tahun terakhir.

Majalah Forbes, yang sejak 2005 memberikan penghargaan tahunan terhadap Blog terbaik, menggolongkan menjadi 20 kategori yaitu Blog tentang :

- | | |
|-------------------|-----------------|
| 1. Seni | 15. Belanja |
| 2. Kendaraan | 16. Usaha Kecil |
| 3. Perangkat Blog | 17. Olahraga |
| 4. Karir | 18. Teknologi |
| 5. Kota | 19. Video Blog |
| 6. Ekonomi | 20. Video Game |
| 7. Kesehatan | |
| 8. Literatur | |
| 9. Pemasaran | |
| 10. Media | |
| 11. Kedokteran | |
| 12. Meta Blog | |
| 13. Musik | |
| 14. Politik | |

Perlu diperhatikan bahwa ini adalah kategori blog yang berasal dari Amerika. Walaupun secara teori internet dapat diakses oleh siapa saja tanpa terbatas negara, ternyata ada perbedaan antara blog tiap negara. Hal yang paling sederhana adalah perbedaan bahasa. Penggolongan blog untuk Indonesia belum pernah dilakukan sehingga belum ada semacam peta segmentasi blog, yang khas Indonesia.

METODE

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian survai. Jenis penelitian survai merupakan penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi. Karena internet dapat diakses dari seluruh dunia, maka sampel dibatasi menjadi hanya blog yang berhubungan dengan masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan agar mengetahui tren blog yang terjadi dan menggolongkannya dalam beberapa kategori.

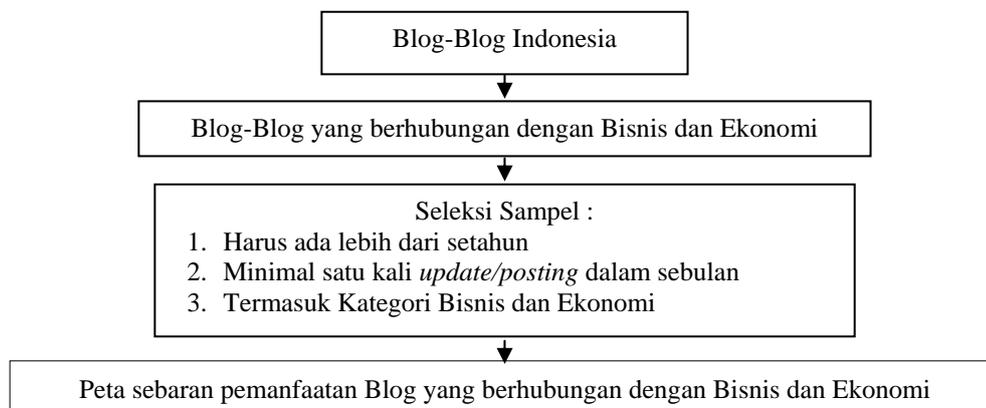
Subyek Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah Blog yang berhubungan dengan Indonesia dan sebagian bahasan di blog itu berhubungan dengan bisnis dan ekonomi. Karena tujuan penelitian ini untuk melakukan inferensial (penafsiran dan melakukan kesimpulan), dan bukan untuk melakukan pengujian hipotesis maka masalah pengambilan sampel secara acak bukan merupakan keharusan, sehingga samplangnya bersifat *non probability sampling* yaitu secara *purposive sampling* (sengaja bertujuan).

Dari populasi, direncanakan akan mengambil seluruh blog yang terseleksi sebagai sampel. Namun jika total sampel melebihi 200 blog, maka akan digunakan Metode Quota sehingga akan dibatasi sampai 200 blog saja sebagai sampel. Pengambilan angka 200 ini menggunakan Metode Quota. Dipilih Metode Quota karena jumlah populasi tidak pasti dan terus berubah sehingga sampel dibatasi dalam jumlah tertentu yang dianggap telah dapat mewakili populasi.

Kerangka Pemikiran

Penggunaan Blog telah meluas di Indonesia dan bentuk pemanfaatannyapun beragam. Penelitian ini difokuskan pada blog Indonesia yang berhubungan dengan ekonomi dan bisnis. Penelitian dimulai Mei 2009 sehingga Blog untuk sampel, minimal telah ada sebelum Mei 2008. Alur penelitian digambarkan dengan lebih jelas pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Penelitian

Teknik Pengambilan Sampel

Blog yang dipilih sebagai sampel harus memenuhi syarat :

1. Berasal dari Indonesia (bisa karena berbahasa Indonesia, dibuat oleh orang Indonesia, atau sebagian besar *postingnya* tentang Indonesia)
2. Harus ada lebih dari setahun
3. Minimal satu kali *update/posting* dalam sebulan
4. Termasuk Kategori Bisnis dan Ekonomi

Sampel diambil dengan cara:

1. Menggunakan 3 media mesin pencari yaitu Google.com, yahoo.com, dan technorati.com. Google dan Yahoo adalah 2 mesin pencari yang paling banyak digunakan dan Technorati dipilih karena mesin pencari terbaik khusus pencarian blog.
2. Pada mesin pencari, diketikkan kata “bisnis”, “ekonomi”, dan “usaha”.
3. Dipilih blog2 yang terdapat di 5 halaman awal hasil pencarian. Dipilihnya hanya 5 halaman karena setelahnya biasanya hasilnya pengulangan pencarian halaman sebelumnya, sudah bias atau banyak spam.
4. Diberlakukan syarat sampel, yaitu : berasal dari Indonesia, harus ada lebih dari setahun (karena penelitian berlangsung dari Mei 2009, maka blog sudah harus ada minimal sebelum Mei 2008)
5. Diusahakan mengambil sampel sebanyak-banyaknya

Teknik Pengumpulan Data

Menurut pendapat Sugiyono (2004, p.129), data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Dalam hal ini peneliti mendapatkan data-data yang diperlukan langsung dari sumbernya.

Digunakan data primer dan sekunder dalam penelitian ini. Data primer dalam hal memantau blog-blog yang ada, melalui akses internet. Dan berbagai data sekunder dalam mendukung analisa penelitian seperti riset kepustakaan, buku-buku dan situsweb yang relevan dengan penelitian ini.

Metode Analisis

Setelah mendapatkan data dari sampel, dilakukan penggolongan menurut kesamaan yang ada. Referensi penggolongan adalah berdasarkan dua riset yang telah dilakukan Forbes dan Keiser. Namun karena tujuannya adalah menemukan penggolongan yang mencerminkan kenyataan yang ada di Indonesia, terdapat kemungkinan perbedaan penggolongan.

Kemudian pada kategori bisnis dan ekonomi ini akan dipaparkan ciri-cirinya yang khas. Lebih lanjut, akan ditelaah lebih jauh pemanfaatannya oleh pihak-pihak yang berinteraksi di blog-blog itu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Realita Subyek Penelitian

Setelah dilakukan pencarian sampel, ditemukan bahwa ternyata sampel yang sesuai dengan rencana awal penelitian amat sulit ditemukan (kendala yang ditemui akan dipaparkan di bagian lain). Jumlah total sampel yang ditemukan adalah hanya 138 blog. Mengherankan karena seharusnya jumlahnya jauh lebih banyak daripada ini.

Kendala Dalam Pengambilan Sampel

Pada kenyataannya, banyak blog yang tadinya ingin penulis ambil sebagai sampel, dalam perjalanannya, tidak memenuhi syarat sebagai subyek penelitian dengan beberapa sebab seperti :

1. Blognya ditutup
2. Blog terdeteksi mengandung *spam* dan *worm* (semacam virus)
3. Tidak melakukan posting minimal sebulan sekali.
Sering ditemukan, dalam sebulan terdapat posting intensif sekitar 10 kali, namun vakum dibulan berikutnya dan mulai menulis lagi 3 bulan kemudian.
4. Blog berubah fungsi.
Dari tadinya membahas Bisnis dan Ekonomi, menjadi bahasan aneka Ide seperti blogger, politik, dll, bahkan ada yang mengandung konten dewasa.
5. Blog membahas terlalu banyak materi dan hanya sedikit materi yang berhubungan dengan bisnis dan ekonomi.
6. Materi yang ada di blog itu sebagian besar mencontek (copy-paste) dari situs atau blog lain.

Hal-hal diatas menyebabkan perubahan jumlah sampel dari tadinya ingin mengambil sejumlah 200 blog menjadi 138 yang memenuhi syarat. Pengambilan dalam jumlah 138 secara teori telah memenuhi syarat dalam Metode pengambilan sampel dengan populasi yang jumlahnya tidak diketahui.

Pemanfaatan Blog Kategori Bisnis dan Ekonomi

Dari penelitian tentang Pemanfaatan Blog Kategori Bisnis dan Ekonomi yang dilakukan penulis diketahui beberapa temuan tentang Blog bahwa :

1. Blog telah dimanfaatkan secara aktif oleh masyarakat Indonesia.
2. Penulis sebuah blog bisa individu maupun beberapa orang sekaligus.
3. Orang yang memberikan *comment* pada sebuah blog adalah teman penulis maupun pengunjung yang tidak mengenal penulis dan sengaja mampir karena tertarik dengan materinya.
4. Nama *domain* sebuah blog beragam, bisa dari nama penulis, jenis materi yang di unggah, maupun nama-nama lain sekehendak penulis.
5. Blogger menggunakan domain standar yang diperoleh dari penyedia layanan blog (contoh : ekonomi161.blogspot.com), maupun membeli domain sendiri (contoh : jurnal-ekonomi.org)
6. Sebagian besar blog memanfaatkan fasilitas blog gratis yang disediakan jaringan sosial baik dari luar negeri seperti Wordpress, Blogspot, maupun dalam negeri seperti Blogdetik. Dari LN jauh lebih banyak dari DN.
7. Bahasa yang digunakan adalah bahasa semi formal yang digunakan dalam komunikasi sehari-hari.

Pengertian Kategori Bisnis dan Ekonomi

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan Blog Kategori Bisnis dan Ekonomi adalah Blog berbahasa Indonesia atau membahas tentang Indonesia yang materi di dalamnya berhubungan dengan ekonomi dan dunia usaha, seperti teori ekonomi, proses bisnis, manajemen, akuntansi, pemasaran, tips usaha, wirausaha dan keuangan.

Penyebaran Blog Kategori Bisnis dan Ekonomi

Setelah diadakan penelitian untuk Blog-blog Kategori Bisnis dan Ekonomi, didapatkan sebaran :

1. Blog untuk berjualan (20 Sampel)
2. Blog dari perusahaan *Corporate Blog* (2 sampel)

3. Blog dengan materi aneka Info yang berhubungan dengan dunia usaha (11 Sampel)
4. Berita dan kajian bisnis (30 Sampel)
5. Multi Level Marketing yang memanfaatkan Internet (24 Sampel)
6. Blog dengan materi tutorial cara berbisnis via internet (41 Sampel)
7. Bahan pelajaran dan kuliah (3 Sampel)
8. Tutorial pengetahuan dan wirausaha (4 Sampel)
9. Tempat beriklan (3 Sampel)

Dapat dilihat bahwa yang paling banyak adalah blog untuk tutorial berbisnis via internet. Isinya sebagian besar membahas cara mendapatkan uang dengan memanfaatkan internet, seperti program *affiliate*, *pay for click*, dll. Ini adalah cara mendapatkan uang dengan metode yang tidak terbayangkan sebelumnya pada era sebelum ada internet. Bayangkan, bisa memperoleh uang hanya dengan membuka situs atau meng-klik sebuah banner.

Pada bisnis dengan metode MLM, ini adalah bentuk evolusi bisnis. Dari konvensional MLM, kini bermigrasi dengan memanfaatkan internet. Produknya pun beragam. Dari yang ada produk fisiknya hingga virtual. Dari pulsa elektronik hingga cukup hanya mengajak teman. Polanya persuasifnya pun beragam. Dari mengunggah foto diri yang telah sukses, foto buku rekening, penjelasan tentang bisnisnya, hingga kemudahan cara memperoleh uang.

Tampaknya perusahaan masih belum melihat blog sebagai media komunikasi dengan konsumennya. Terbukti penulis sulit menemukan *Corporate Blog* untuk perusahaan Indonesia. Bahkan ada dua sampel Blog Perusahaan yang gagal menjadi sampel yaitu <http://sinarmassekuritas.co.id> karena blog nya tutup dan dari asuransi Prudential yang terakhir postingnya pada April 2008 yaitu <http://prudentialindonesia.wordpress.com/>.

Patut disayangkan bahwa blog yang menambah pengetahuan untuk pendidikan masih jarang ada. Padahal dengan kemudahan internet, media ini bisa dimanfaatkan untuk peningkatan standar pendidikan di Indonesia.

Tampaknya yang masih berkembang (karena jumlah sampel yang banyak) adalah blog yang dimanfaatkan untuk berjualan, berbagi opini, tutorial dan menjual harapan (dapat uang banyak via internet).

Temuan Lain Tentang Pemanfaatan Blog

Dalam prosesnya, didapatkan beberapa temuan lain tentang pemanfaatan blog seperti Sebagian besar blogger belum secara rutin / berkala mengunggah tulisannya di blog miliknya. Bahkan ada blogger sempat vakum selama 2 tahun

Selain itu ternyata motif pembuatan blog berbeda-beda. Meskipun belum dilakukan riset mendetil, namun dapat diperoleh gambaran bahwa ada yang bermotif menumpahkan pengetahuan dan analisisnya, juga ada yang menulis blog dengan motif mendapatkan uang

Umumnya umur blog cukup singkat. Banyak blog yang hanya berumur bulanan. Ini mungkin disebabkan kesibukan blogger, materi yang dianggap tidak menarik lagi untuk dibahas, atau bisa juga karena terlalu mudah membuat blog (gratis) sehingga tidak ada *exit barrier* bagi blogger.

Adanya isu bahwa blog bersaing dengan Situs Jaringan Sosial. Perlu dilihat produk substitusi dari sebuah produk. Dalam hal ini, blog bisa saja bersaing dengan pemanfaatan Situs Jaringan Sosial seperti Facebook.com. Sebab di Facebook terdapat fitur-fitur yang mirip kegunaannya dengan blog, seperti *notes*, *share link*, *sharing* foto dan *digital files*, *comment*, dll.

PENUTUP

Simpulan

Dari penelitian yang dimulai pada Mei 2009 hingga Agustus 2009 tentang Pemanfaatan Blog Kategori Bisnis dan Ekonomi, diperoleh simpulan: (1) Pada Kategori Bisnis dan Ekonomi, Blog telah dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia baik sebagai blogger, komentor maupun pengunjung (visitor); (2) Dari penelitian tentang Blog pada Kategori Bisnis dan Ekonomi, Penulis mendapatkan sebaran 9 (sembilan) golongan blog yaitu :

- ✓ Blog untuk berjualan (20 Sampel)
- ✓ Blog dari perusahaan *Corporate Blog* (2 sampel)
- ✓ Blog dengan materi aneka Info yang berhubungan dengan dunia usaha (11 Sampel)
- ✓ Berita dan kajian bisnis (30 Sampel)
- ✓ Multi Level Marketing yang memanfaatkan Internet (24 Sampel)
- ✓ Blog dengan materi tutorial cara berbisnis via internet (41 Sampel)
- ✓ Bahan pelajaran dan kuliah (3 Sampel)
- ✓ Tutorial pengetahuan dan wirausaha (4 Sampel)
- ✓ Tempat beriklan (3 Sampel)

(3) Berdasarkan temuan, tampaknya di Indonesia pemanfaatan blog yang berkembang (karena jumlah sampel yang terbanyak) adalah blog untuk berjualan, berbagi opini, euphoria pemanfaatan internet, tutorial dan menjual harapan kemudahan mendapatkan uang; (4) Perusahaan belum memanfaatkan blog sebagai media berkomunikasi dengan stakeholder termasuk konsumennya; dan (5) Patut disayangkan bahwa blog yang menambah pengetahuan untuk pendidikan masih jarang ada. Padahal dengan kemudahan internet, media ini (blog) bisa dimanfaatkan untuk peningkatan standar pendidikan di Indonesia dengan biaya yang murah.

Saran

Mengacu pada temuan di penelitian ini, diajukan saran : (1) Perlunya penerapan cara-cara tertentu yang bertujuan peningkatan tren pembuatan dan penulisan blog. Adalah bagus bagi masyarakat jika tren pembuatan blog ini semakin meningkat karena banyak manfaat yang diperoleh seperti berkembangnya budaya menulis yang otomatis mendorong budaya membacal; (2) Blog adalah media komunikasi yang mudah dan murah. Untuk ini perlu dipikirkan pengembangan pemanfaatan blog sebagai media pembelajaran. Baik sebagai media untuk sharing content, ide, bahan pelajaran maupun pembentukan komunitas pembelajar; (3) Seiring meningkatnya penggunaan internet dan pemanfaatan blog, perusahaan perlu mempertimbangkan memanfaatkan blog sebagai media komunikasi dengan stakeholdernya terutama konsumen; dan (4) Belum ada satupun blog dari kalangan pemerintahan. Belum diketahui apakah ini karena belum menganggap serius blog karena telah memiliki situs, atau karena tidak memiliki sumberdaya untuk blog ini (karena untuk blog, diperlukan admin yang rutin mengunggah)

DAFTAR PUSTAKA

- BlogWatch (2007). *A mainstream media snapshot of what's hot (and what's not) in the ever-widening world of web logs*, Newsweek,
- Eddy, S. (2008). *What's new: Boise firm uses the Net to help businesses grow*, McClatchy - Tribune Business News.

Goodfellow, T., & Graham, S. (2007). The blog as a high-impact institutional communication tool. *The Electronic Journey Journal*, Vol 25 issue 4, p.395-400

Kaiser, S. (2007). Weblog-Technology as a Trigger to Elicit Passion for Knowledge, *Journal of Organization* - Sage Publications Ltd.

Newmark, C. (2006). *Community Building on the Web: Implications for Journalism*, Nieman Reports

Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta,