

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Blog “*Have A Sip of Margarita*” berubah peran dari blog sebagai media sosialisasi menjadi blog yang *professional*, dimana segala hal yang dilakukan dalam blog bukan menjadi kepentingan pribadi lagi, namun mempertimbangkan apa yang diinginkan pembaca dan memanfaatkan kekuatan blog untuk dapat mempengaruhi orang lain. Margareta Astaman lebih melihat tulisan-tulisan seperti apa yang memang lebih bermanfaat untuk pembaca blog, blog sudah bukan milik pribadi lagi, jadi apa yang diharapkan oleh pembaca setelah membaca blog ini. Tujuan *personal branding* Margareta Astaman adalah untuk membuat *online profile* dan menyadarkan orang Indonesia akan pentingnya nasionalisme, dimana di Indonesia setiap orang dapat sukses. Margareta Astaman juga menekankan pentingnya *image* blog “*Have A Sip of Margarita*” , identik dengan perempuan, isu, sara, kehidupan urban, dan kehidupan personal seorang anak perempuan muda dengan profil seperti yang ada. Margareta Astaman menekankan bahwa hal terpenting dalam blog adalah *personality*, karena adanya citra yang dibentuk dalam sebuah blog dan citra tersebut harus dibentuk secara konsisten.

Menulis blog atau melakukan *update* postingan baru juga menjadi poin penting yang perlu diperhatikan. Saat sudah memiliki pembaca dan mengharapkan sesuatu dari

blog tersebut, maka perlu adanya ekspektasi-ekspektasi tertentu bahwa seminggu sekali selalu meng-*update postingan* dalam blog. Gaya penulisan merupakan ekspresi dari perasaan Margareta Astaman dalam blog, gaya penulisan harus *conversational*, terkesan ringan, harus mudah ditangkap oleh orang yang mendengarnya secara langsung, santai, dan banyak candaannya. Margareta Astaman juga menggunakan *channel* komunikasi yang juga digunakan oleh para pembacanya, supaya lebih mudah berkomunikasi, karena tidak semua pembacanya memiliki blog atau akun blog di *multiply*. Kebanyakan pembaca mempunyai *facebook*, *twitter*, dan juga merupakan alat komunikasi dengan para pembacanya, para pembaca blognya terkadang menuliskan *comment* setelah membaca blognya di *facebook* atau *twitter*, atau mungkin Kompasiana. Setiap menulis *postingan* terbaru dalam blog Margareta Astaman juga akan di *mention* ke dalam *public application*. Misalnya, dalam buku yang diterbitkan Margareta Astaman juga memberikan *link* ke blognya.

Tradisional media dan partner yang di luar blog membantu menjaring komunitas yang ada, bahwa sekarang terdapat banyak lagi *reach* untuk berhubungan dengan komunitas itu, melalui sosial media (*radio*, *workshop*), baik secara *online* berupa komentar, message, menanggapi dan juga *offline* berupa *workshop*, promo buku. Blog merupakan media personal maka sisi personal harus kuat dan hal itu merupakan modal awal dalam membuat blog. Margareta Astaman ingin memunculkan adalah profil perempuan Kota Jakarta yang hidupnya biasa sekali, tetapi berusaha melihat dari sudut pandang lain. Margareta Astaman selalu menekankan isi blognya harus ringan, tapi ada humor, di

satu sisi harus membawa tema-tema tertentu. Baginya hal yang biasa lebih banyak daripada hal yang tidak biasa, sehingga orang teresonansi dengan hal biasa yang terjadi lebih banyak dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini memperkuat perbedaan blog yang dimilikinya dengan blog lain yang ada.

*Personal branding* seseorang melalui blog, memiliki perbedaan dengan *personal branding* yang selama ini hanya menjual sebuah produk. *Personal branding* melalui blog, dimana Margareta Astaman berusaha menjual dirinya sebagai sebuah *brand* dan berperan sebagai *Brand Ambassador* atas blog yang dimilikinya. Margareta Astaman menggunakan strategi yang baik untuk mengemas dirinya melalui tulisan atau gambar, yang nantinya dapat membuat orang lain atau khususnya pengakses media internet tertarik untuk mengonsumsi blog miliknya.

Strategi yang dilakukan Margareta Astaman merupakan strategi *personal branding* yang efektif, terbukti dari tercapainya tujuan yang diinginkan; pekerjaan, pengalaman, kesempatan, dan penghargaan yang didapatkan Margareta Astaman; *positioning* yang kuat mengenai sosok Margareta Astaman, serta pengaruh yang diterima oleh para pembaca dan pengakses internet untuk bersikap lebih nasionalisme dan berpikiran lebih terbuka terhadap *stereotype* yang ada dalam masyarakat.

## B. SARAN

Penelitian mengenai *personal branding* sudah memberikan kejelasan mengenai bagaimana melakukan *personal branding* melalui blog, persiapan dan segala hal yang dilakukan Margareta Astaman menurut peneliti sudah mewakili gambaran seorang *blogger* yang melakukan *personal branding* dengan baik sehingga membawa begitu banyak dampak positif bagi Margareta Astaman dan para pembaca blognya.

*Personal branding* merupakan sebuah proses yang tidak dapat dilakukan secara *instant*, namun memerlukan proses yang panjang. Proses selanjutnya juga menjadi kunci penting, dimana ada proses berpikir dan tujuan yang diinginkan. Peneliti mengharapkan *personal branding* Margareta Astaman melalui blog “*Have A Sip of Margarita*”, harus selalu konsisten dan terus-menerus dibangun, terkadang untuk membangun *personal branding* sebuah blog yang lebih kuat juga diperlukan pendapat atau masukan dari orang lain, apakah yang dilakukan sudah betul atau tidak sehingga saat Margareta Astaman mulai kurang konsisten dapat membuat kembali pada tujuan yang ingin dicapai. Peneliti juga mengharapkan kesibukan bekerja tidak menjadi halangan bagi Margareta Astaman untuk tetap rutin melakukan *update* terhadap tulisan maupun gambar dalam blog.

*Personal branding* merupakan sebuah proses yang terus-menerus dibangun sehingga penelitian ini dapat dikatakan masih belum sempurna. Diharapkan peneliti lain yang ingin meneliti mengenai *personal branding* dapat menemukan *blogger* lain yang mungkin memiliki bentuk pemanfaatan *personal branding* melalui *blog* sehingga dapat

menjadi pembanding terhadap penelitian ini. Peneliti saat ini masih memiliki kesulitan menemukan sumber pustaka yang membahas *personal branding* secara *detail* dan lengkap karena *personal branding* seseorang merupakan hal yang baru, peneliti berharap akan ada peneliti lain berkenan untuk melanjutkan atau menyempurnakan penelitian mengenai *personal branding* secara lebih baik dan lebih mendalam.



## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burham. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Gerungan, W. A. 1983. *Psikologi Sosial*. Jakarta-Bandung: PT. Eresco.
- Gobe, Marc. 2003. *Citizen Brand*. Jakarta: Erlangga.
- Hanson, Ward. 2000. *Pemasaran Internet*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Janita Dewi, Ike. 2009. *Creating & Sustaining Brand Equity*. Yogyakarta: Amara Books.
- Jones, Tricia S, Martin S. Remland, dan Rebecca Stanford. 2007. *Interpersonal Communication Through The Life Span*. New York : Houghton Mifflin Co.
- Kaputa, Catherine. *You Are a Brand*. 2011. Jakarta : Gagas Media.
- Kennedy, John E. dan Soemanaragana, R. Dermawan. 2006. *Marketing Communication : Taktik dan Strategi*. Jakarta : PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Lair, Sullivan, dan Cheney. 2005. “*Marketing and The Recasting of The Professional Self*” *Management Communication Quarterly*. Colorado: Denver.
- Montoya, Peter. 2002. *The Brand Called You*. New York: Mc Graw Hill.
- Prakoso, Kukuh. 2006. *Nge-Blog!?! So what gitu loh*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1991. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Rampersad, Huibert. 2009. *Authentic Personal Branding*. North Carolina: Age Publishing.
- Ries, Al., Laura Ries, dan Hermawan Kartajaya. 2000. *The 22 Immutable Laws of Branding*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.

Soemanagara, Rd. 2008. *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.

Supratiknya, A. 1995. *Komunikasi Antar Pribadi*. Yogyakarta : Kanisius.

Wells, William, John Burnett, dan Sandra E. Moriarty. 1989. *Advertising : Principles and Praticce*.  
New Jersey : Prentice Hall

West, Richard, Lynn H. Turner. 2009. *Understanding Interpersonal Communication*. USA:  
Wadsworth

**Skripsi :**

Suteja, Chandra Perdana. 2010. Implementasi Strategi Personal Branding untuk Membangun Keyakinan Audience Terhadap Bask melalui Media Internet. Sarjana Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi

**Referensi media Online:**

<http://margarittta.multiply.com/journal>.

<http://www.scribd.com/doc/23114237/Pengertian-teori-dan-model-komunikasi>.

Li, Dan 2005. *Why Do You Blog:A Uses and Gratifications Inquiry Into Blogger's Motivations*, dalam [http://commonsenseblog.typepad.com/common\\_sense/files/Li\\_Dan\\_Aug\\_2005.pdf](http://commonsenseblog.typepad.com/common_sense/files/Li_Dan_Aug_2005.pdf)

**LAMPIRAN 1**  
**INTERVIEW GUIDE**

Dalam proses pengumpulan data, peneliti akan menggunakan metode wawancara mendalam, maka peneliti membuat matriks atau draft pertanyaan kepada sumber yang menjadi informan kunci dan beberapa orang yang relevan terhadap pengumpulan data penelitian. Draft pertanyaan digunakan sebagai acuan peneliti untuk melakukan wawancara, namun dalam prosesnya dapat ditambahkan pertanyaan lain yang dapat mendukung.

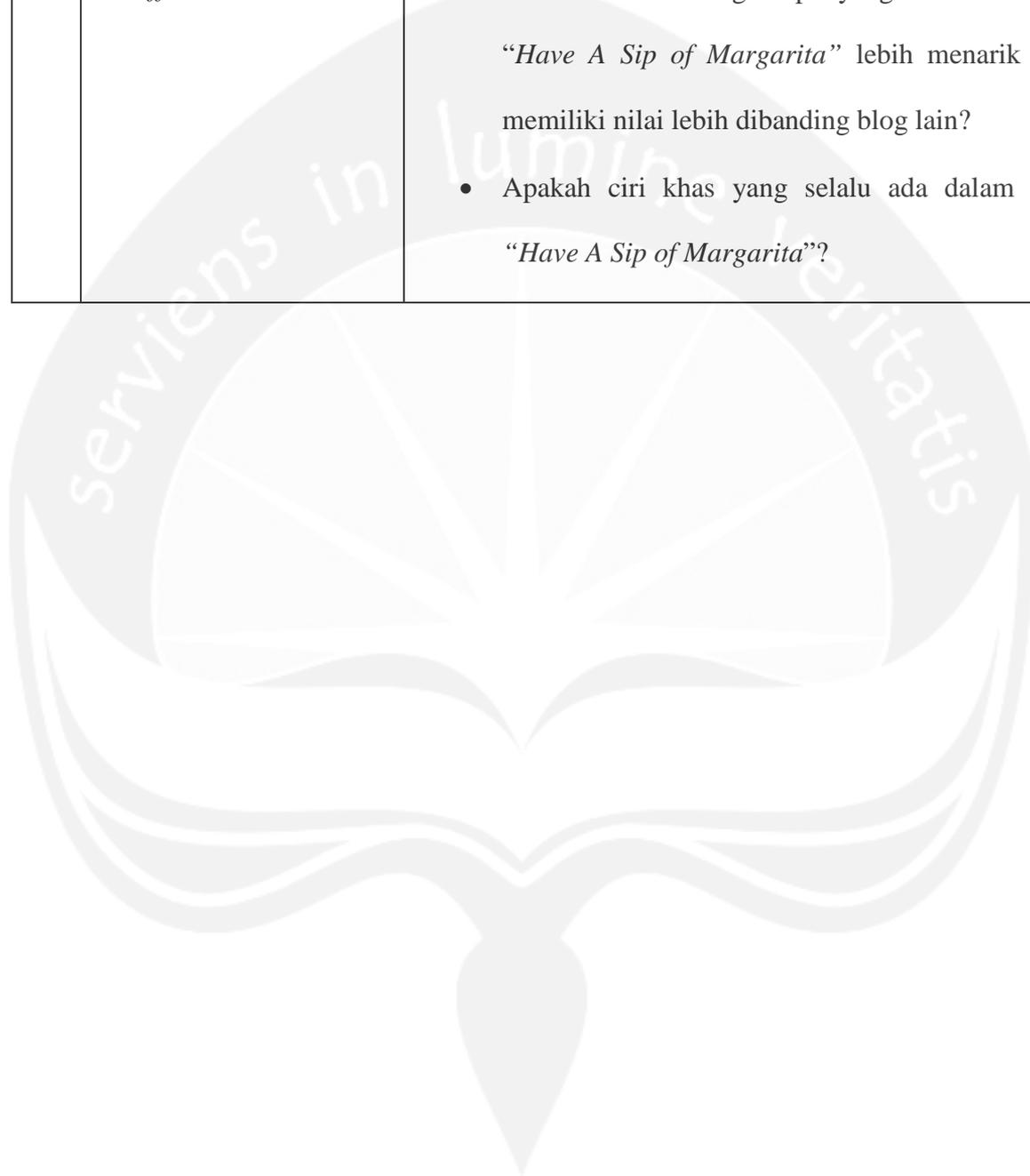
**Draft pertanyaan untuk Margareta Astaman.**

NO	TOPIK	PERTANYAAN
1.	Informasi awal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sejak kapan memulai menulis blog?</li> <li>• Apa yang menjadi motivasi awal membuat blog?</li> <li>• Mengapa memilih blog sebagai media berinteraksi sosial?</li> <li>• Apa saja yang dituliskan dalam blog?</li> <li>• Selain blog, media <i>online</i> apa saja yang digunakan?</li> <li>• Apakah blog menjadi media <i>online</i> yang utama? Mengapa?</li> </ul>
2.	Blog	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengapa menggunakan nama blog "<i>Have A Sip of Margarita</i>"?</li> <li>• Mengapa memilih fasilitas blog melalui <i>multiply</i> dibanding yang lain?</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah Mba Margie mempelajari cara-cara penggunaan blog yang efektif?</li> </ul>
3.	Strategi komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah tujuan khusus dalam membuat blog?</li> <li>• Apakah terdapat strategi khusus untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam <i>blogging</i>?</li> <li>• Setelah tujuan yang diinginkan melalui blog tercapai, apakah yang akan dilakukan lagi?</li> <li>• Strategi komunikasi seperti apa yang digunakan dalam mengelola blog?</li> <li>• Apakah yang menjadi indikator tercapainya tujuan yang diinginkan?</li> </ul>
4.	Proses <i>branding</i>	
	<i>a. Behaviour</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Positioning</i> seperti apa yang Mba Margie ingin tampilkan dalam blog?</li> </ul>
	<i>b. Expression</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah blog menjadi tempat mengungkapkan ekspresi Mba Margie akan suatu hal atau peristiwa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari?</li> <li>• Bagaimana gaya penulisan yang mewakili perasaan Mba Margie dalam blog terhadap suatu masalah atau peristiwa yang terjadi?</li> </ul>
	<i>c. Communication</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana strategi Mba Margie dalam menjalin atau menjaga komunikasi yang baik dengan para pembaca blog "<i>Have A Sip of Margarita</i>"?</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Mba Margie bagaimana <i>feed back</i> yang diberikan para pembaca blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>”?</li> </ul>
5.	Teori <i>FRED</i>	
	<i>a. Familiarity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana strategi Mba Margie agar blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>” dikenal banyak orang?</li> <li>• Apakah menurut Mba Margie blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>” diketahui atau dikenal banyak orang pengguna internet, khususnya para <i>blogger</i>?</li> <li>• Apakah melalui blog, Mba Margie dapat menjadi terkenal atau mulai dikenal orang banyak?</li> </ul>
	<i>b. Relevance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah melalui blog Mba Margie menemukan komunitas baru?</li> <li>• Bagaimana hubungan Mba Margie dengan komunitas yang terdapat diblog?</li> <li>• Bagaimana strategi Mba Margie menjaga hubungan yang baik dengan komunitas yang selalu mengikuti perkembangan blog Mba Margie?</li> </ul>
	<i>c. Esteem</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apa saja yang diperoleh atau penghargaan yang diterima Mba Margie dari <i>blogging</i>?</li> <li>• Apakah Mba Margie sudah puas dengan penghargaan yang diperoleh sekarang? Mengapa?</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>• Bagaimana Mba Margie menjaga atau meningkatkan kepercayaan yang telah diberikan para pembaca blog Mba Margie?</li></ul>
	<i>d. Differentiation</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Menurut Mba Margie apa yang membuat blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>” lebih menarik atau memiliki nilai lebih dibanding blog lain?</li><li>• Apakah ciri khas yang selalu ada dalam blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>”?</li></ul>



**Draft pertanyaan untuk Enda Nasution (Bapak *Blogger* Indonesia)**

NO	TOPIK	PERTANYAAN
1.	Informasi awal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Anda apakah blog?</li> </ul>
2.	Blog	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Anda apa saja kekurangan dan kelebihan dari <i>blogging</i>?</li> <li>• Bagaimana seorang <i>blogger</i> dapat memanfaatkan blog dengan baik?</li> <li>• Bagaimana pendapat Anda dengan <i>personal branding</i> melalui blog?</li> </ul>
3.	Strategi komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana strategi komunikasi yang baik dalam menggunakan media blog?</li> <li>• Apa yang menjadi indikator kesuksesan sebuah strategi komunikasi?</li> </ul>
4.	Proses branding	
	a. <i>Behaviour</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana karakter yang harus dimunculkan seseorang yang ingin melakukan <i>personal branding</i> melalui blog?</li> </ul>
	b. <i>Expression</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah blog dapat menjadi tempat bagi ungkapan ekspresi suatu hal atau peristiwa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari?</li> <li>• Bagaimana gaya penulisan yang baik untuk mengungkapkan ekspresi dalam blog terhadap suatu masalah atau suatu peristiwa yang terjadi?</li> </ul>
	c. <i>Communication</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana strategi dalam menjalin atau menjaga komunikasi yang baik dengan para pembaca blog?</li> </ul>

5.	Teori <i>FRED</i>	
	a. <i>Familiarity</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bagaimana strategi agar <i>blogger</i> dapat dikenal banyak orang?</li></ul>
	b. <i>Relevance</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bagaimana strategi yang digunakan agar dapat menemukan komunitas baru melalui blog?</li><li>• Bagaimana strategi agar dapat menjalin hubungan baik dengan komunitas yang terdapat di blog?</li></ul>
	c. <i>Esteem</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bagaimana strategi menjaga atau meningkatkan kepercayaan yang telah diberikan para pembaca blog?</li></ul>
	d. <i>Differentiation</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bagaimana membuat sebuah blog lebih menarik atau memiliki nilai lebih dibanding blog lain?</li></ul>

**Draft pertanyaan untuk para pembaca blog “*Have A Sip of Margarita*”**

NO	TOPIK	PERTANYAAN
1.	Informasi awal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah Anda mengetahui blog “ <i>Have A Sip of Margarita</i>”?</li> <li>• Apakah Anda mengenal Margareta Astaman?</li> </ul>
2.	Blog	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah Anda selalu mengikuti perkembangan blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>”?</li> </ul>
3.	Proses <i>branding</i>	
	<i>a. Behaviour</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Anda seperti apakah karakter seorang Margareta Astaman melalui blognya?</li> </ul>
	<i>b. Expression</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Anda bagaimana penilaian dan perasaan Margareta Astaman terhadap suatu hal atau masalah yang dituliskan dalam blognya?</li> </ul>
	<i>c. Communication</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Anda apakah sudah terjalin interaksi antara Margareta Astaman dengan para pengakses atau pembaca blognya?</li> </ul>
5.	Teori <i>FRED</i>	
	<i>a. Familiarity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Anda apakah Margareta Astaman cukup dikenal di dunia blog?</li> <li>• Menurut Anda apakah melalui blognya Margareta Astaman dapat menjadi populer?</li> </ul>
	<i>b. Relevance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dengan blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>” menurut Anda apakah Margareta Astaman dapat menjalin hubungan baik dengan para pengakses blognya?</li> </ul>

	<i>c. Esteem</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Apakah Margareta Astaman cukup kompeten dalam menggunakan blognya?</li><li>• Apakah Margareta Astaman dapat memberikan kepercayaan terhadap para pembaca blognya?</li></ul>
	<i>d. Differentiation</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Menurut Anda apakah ciri khas atau keunikan yang dimiliki blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>” dibandingkan dengan blog lainnya?</li></ul>



**Draft pertanyaan untuk penerbit buku.**

NO	TOPIK	PERTANYAAN
1.	Informasi awal	<ul style="list-style-type: none"><li>• Apakah kriteria yang diperlukan untuk diterbitkannya sebuah buku?</li><li>• Apakah blog menjadi media <i>online</i> yang baik untuk menjadi seorang penulis?</li><li>• Apakah Anda mengenal Margareta Astaman?</li></ul>
2.	Blog	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bagaimana proses seorang <i>blogger</i> dapat menjadi penulis karena blognya?</li><li>• Apa yang menjadikan blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>” pantas untuk diterbitkan menjadi sebuah buku?</li></ul>
3.	Proses <i>branding</i>	
	<i>a. Behaviour</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Menurut Anda apakah karakter kuat yang dimiliki Margareta Astaman menjadikan blognya pantas diterbitkan menjadi buku?</li></ul>
	<i>b. Expression</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Menurut Anda gaya penulisan, penilaian dan perasaan Margareta Astaman terhadap suatu hal atau masalah yang dituliskan dalam blognya menjadi alasan kuat diterbitkan sebagai buku?</li></ul>
	<i>c. Communication</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Menurut Anda apakah terjalinnya interaksi antara Margareta Astaman dengan para pengakses atau pembaca blognya menjadi nilai lebih diterbitkannya blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>” menjadi sebuah buku?</li></ul>

5.	Teori <i>FRED</i>	
	<i>a. Familiarity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Anda apakah Margareta Astaman cukup dikenal di dunia blog?</li> <li>• Menurut Anda apakah kepopuleran seorang <i>blogger</i> menjadikan blognya pantas diterbitkan menjadi buku?</li> </ul>
	<i>b. Relevance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dengan blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>” menurut Anda apakah Margareta Astaman dapat menjalin hubungan baik dengan para pengakses blognya merupakan kelebihan blognya dapat diterbitkan menjadi buku?</li> </ul>
	<i>c. Esteem</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah diterbitkannya blog menjadi buku merupakan penghargaan bagi seorang blogger?</li> </ul>
	<i>d. Differentiation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Anda apakah ciri khas atau keunikan yang dimiliki blog “<i>Have A Sip of Margarita</i>” dibandingkan dengan blog lainnya?</li> </ul>

## **LAMPIRAN 2**

### **TRANSKRIP INTERVIEW**

#### **DATA INTERVIEW MARGARETA ASTAMAN**

**1. Sejak kapan memulai menulis blog?**

Aku mulai nulis blog tahun 2007, waktu itu aku di Singapura memang sekolah di sana sendirian, kebetulan kalau di Singapura sistemnya kan sangat individualis sekali, jadi ga terlalu banyak sisi pertemanan di sana. Jadi temen-temenku kebanyakan di Jakarta atau luar negeri, keluarga waktu itu juga di Jakarta. Jadi pada saat itu ada keinginan untuk berekspresi, pengen ngomong, pengen cerita, pengen memberikan pendapat kok begini kok begitunya dan aku mikir gimana cara supaya bisa ngomongnya, kadang-kadang orang berjauhan dan juga ga ada lagi orang yang dengerin di Singapura, akhirnya aku milih medium di blog itu. Blog itu kan di internet sangat mudah sekali, karena gratis semua orang bisa akses dan menjangkau orang-orang yang jauh dari aku.

**2. Apa yang menjadi motivasi awal membuat blog?**

Pernyataan di atas kurang lebih sudah menjelaskan motivasi awalku membuat blog, selain itu waktu itu aku juga foto jurnalis, banyak foto-foto dan pengen mendisplay foto-foto itu juga. Pada saat itu karena kebetulan banyak sekali fotografer yang pakai multiply untuk mendisplay fotonya, jadi aku ikutan pakai jadi foto-fotonya bisa aku pakai semua dan bisa pakai feature-featurenya. Setelah lama kayanya pengen ngomong nih, jadi aku masuk dalam bentuk tulisannya.

**3. Mengapa memilih blog sebagai media berinteraksi social? Selain blog, media online apa saja yang digunakan?**

Facebook, twitter, instant messenger buat aku adalah media social yang baik sekali untuk berinteraksi dengan orang dan aku juga menggunakan itu juga. Facebook, twitter, Instant

messenger aku juga aktif di sana, untuk Instant messenger aku memang butuh conversation, tapi blog itu menurut aku punya feature kelebihan adalah karena kemampuan menulis yang panjang dan banyak sehingga satu ide yang aku ekspresikan itu menjadi penuh, jadi sepenuhnya itu bisa dibahas dan terekspos di situ. Istilahnya itu masuk ke dalam sebuah macamnya percakapan yang dimana aku ketemu langsung sama orangnya, aku bisa ngomong berjam-jam, dan juga ada feature komentarnya dan juga di feature komentarnya juga bisa sepanjang-panjang itu juga, jadi bisa seperti ada conversation penuh juga di blog itu.

#### **4. Apakah blog menjadi media online yang utama? Mengapa?**

Menurut aku iya, karena sifatnya itu dimana ide itu bisa dibahas secara penuh dan conversation juga dibahas penuh. Twitter, facebook, instant messenger itu medium atau channel untuk orang mengetahui tentang blog itu juga. Jadi terkadang lewat satu conversation, mungkin conversation itu bisa lewat twitter dan karena reachnya dan juga temen-temen aku banyak di twitter juga, tapi disitu conversation yang sepenuhnya bisa terjadi di blog, bisa dibilang begitu.

#### **5. Mengapa menggunakan nama blog “Have A Sip of Margarita”?**

Pertamanya sekali karena cuma curhat-curhatan, nama Margarita itu dipakai karena waktu aku di Singapura ada satu café disana yang jual minuman margarita, kalau setelah tengah malam dia diskon 50% jadi cuma 5 dolar Singapura. Waktu itu minuman Cuma 5 dolar dapat satu mangkuk tortilla hangat itu jarang banget. Adalah aku sama temen aku, anak mahasiswalah, jadi keuangannya terbatas trus kadang-kadang malam duit tinggal sisa 5 dolar, laper tapi pengen gaul. Akhirnya aku nongkrong ditempat itu minum satu gelas dan ngobrolnya sampai pagi dan banyak sekali obrolan-obrolan itu yang akhirnya masuk ke blog. Kedepan-depannya jalan aku makin menempel dengan nama itu, orang mengenal aku dengan nama margarita dan aku tetap mempertahankan nama itu tidak aku

ganti lagi karena merasa sesuai dengan sifatnya minuman margarita yang campur-campur, yang semuanya ada dan kemudian rasanya pahit, tapi manisnya juga ada dan itu yang aku harapkan agar tulisan aku atau hasil karya aku punya sifat seperti margarita : menyentil, kritikal, tapi ringan, santai, selalu bikin orang ketawa, selalu bikin orang ceria, dan bisa campur dengan tema apa aja dan siapa aja.

#### **6. Mengapa memilih fasilitas blog melalui multiply dibanding yang lain?**

Awalnya pada moment itu komunitas fotografi banyak yang menggunakan multiply dan aku pertama kali juga banyak menggunakan akses foto. Multiply punya storage yang bebas dan mudah mengupload foto, ya sudah ikut aja pertama kali sama multiply. Setelah jalan aku ga ingin pindah ke blogspot atau ke yang lainnya karena menurut aku memang sudah ada komunitasnya di situ di dalam multiplyku sendiri. Sudah ada orang yang kenal Margie lewat multiply, jadi aku ga ingin memindahkan itu lagi, mendingan aku mengembangkan lagi yang udah ada biarpun secara feature ga sempurna atau ada komunitas lain yang lebih luas multiply tetap aku pertahankan. Kalau bikin ditempat lain itu akan punya image atau citra yang berbeda.

#### **7. Apakah ada blog yang lain?**

Kompasiana aku sebagai blogger tamunya, sempet gabung Beswan Djarum ada program belajar tentang internet dan social media. Multiply tetap yang utama karena ini yang memang melekat. Kompasiana itu wajah lain Margareta Astaman, itu lebih ke arah lebih politik karena komunitasnya sudah terbentuk dan memang serius, mungkin bawaan dari Kompas jadi ada ekspektasi tertentu disana. Kompasiana dan Beswan Djarum tidak seupdate di multiply.

**8. Apakah setelah membuat blog, Mba Margie merasa kebutuhan sosialisasi terpenuhi?**

Iya sekali, bahkan lebih dari sekedar terpenuhi. Kalau misalnya aku berharap dulu itu supaya cerita itu sampai ke orang-orang yang aku kenal, yang ga bisa aku temuin secara langsung, ternyata cerita-cerita di blog itu mebuat aku sampai dengan orang-orang yang belum aku kenal, mungkin di dunia nyata ga bakal aku temuin. Tiba-tiba ada seorang Dian Sastro yang secara fairly promosiin blog aku, bahkan di dunia nyata mungkin nengok aja engga. Jadi dari segi sosialisasinya jadi berkembang luas sekali. Aku bisa tahu banyak sekali orang dan orang bisa kenal aku, orang-orang yang ada di Belanda, Saudi Arabia...lewat medium yang sangat personal, seolah-olah mereka kenal aku.

**9. Apakah dari blog dapat dikatakan Mba Margie melakukan pengaktualisasian diri?**

Menurut aku itu dah naturenya social media atau internet, karena awalnya aku menggunakan blog sebagai media ekspresi, otomatis itu aktualisasi diri, ini lo saya, ini kegiatan saya, ini pekerjaan saya, saya sukanya apa. Menemukan komunitas blog sendiri merupakan aktualisasi diri. Kemampuan seseorang mengungkapkan sesuatu melalui tulisan itu terjadi dalam blog.

**10. Apa saja yang Mba Margie tuliskan dalam blog?**

Semua harus berasal dari kegiatan sehari-hari, siapa yang aku temuin, pengalaman orang-orang di sekitar aku, apa yang aku lihat, rasain, nilai sehari-hari. Dari situ aku akan bawa cerita tentang apa sih sebenarnya kegiatan sehari-hari tentang kehidupan kita seorang personal, interaksi perkotaan karena aku tinggal di Jakarta dan Singapura, perempuan, lingkungan, dan sebagainya. Jadi akhirnya banyak orang yang bilang blog aku tentang perempuan, isu sara, kehidupan urban, personal dari seorang anak perempuan muda dengan prosa semacam itu, akhirnya terbentuk seperti itu.

**11. Apakah informasi yang Mba Margie tulis dalam blog tidak Mba Margie ceritakan pada orang lain?**

Informasi yang aku tulis biasanya I just talk it out of loud. Misalnya aku ketemu Dera, aku akan cerita yang sama dengan apa yang aku tulis di blog, mungkin setelah ketemu Dera aku... I think about something trus aku tulis di blog. Jadi mungkin ada media penyaluran lain untuk berekspresi, yang aku katakan ke orang yang aku temui itu satu, lewat blog aku bisa katakana kepada orang yang engga aku kenal dengan medium yang lebih luas juga.

**12. Apakah ada beberapa hal yang sengaja tidak Mba Margie tulis dalam blog? Apa saja?**

Awalnya engga karena blog orang itu personal dan memang buat ngobrol dengan orang-orang yang kenal aku. Seiring berjalannya waktu ada ekspetasi tertentu. Blog bukan lagi personal, blog berubah jadi media, jadi harus ada kehati-hatian. Tentunya di media ada aturan yang harus dituruti, harus memikirkan kesensitifan terhadap audiens. Dulunya yang baca cuma si A, ternyata si A kenal si B, dan si B temen deketnya si C. Yang harus diperhatikan itu, pertama masalah privasi, dulunya yang baca cuma satu orang ga masalah, sekarang jadi sebuah masalah karena yang baca banyak orang. Yang kedua sifat blog yang udah jadi media, blog adalah statement. Misalnya aku bilang suatu barang itu jelek dan orang percaya itu bisa jadi defamasi karena memberikan pengaruh ke orang lain untuk berpikir sesuai apa yang ditulis.

**13. Apakah setelah membuat blog Mba Margie semakin terbuka dalam berbagi informasi?**

Pasti, aku orangnya emang suka ngobrol dan berbagi informasi. Blog buat aku bisa berbagi dengan orang yang ga aku kenal dengan masyarakat luas, bahkan ga berbagi informasi dengan orang yang aku kenal dengan santai dan bisa diterima.

**14. Apakah setelah membuat blog, Mba Margie lebih bahagia dan cenderung lebih baik dalam sifat maupun sikap?**

Bahagia iya, karena kenal banyak orang dan kebutuhan didengar terpenuhi, juga ditanggapi bahkan diikuti. Kalau sifat itu menurut aku perceive, personality di orang lain meningkat, mungkin orangnya ga berubah. Tapi orang yang ga pernah lihat aku marah-marah dan cuma baca blogku menganggap aku manusia yang lebih baik, aku lucu.

**15. Apakah yang tertulis dalam blog semua adalah jujur dan tanpa dibuat-buat?**

Iya, blog harus jujur dan personal karena memang itu nilainya, jujur itu resonansi dengan personal. Kalau buat film atau fiksi ekspektasinya ceritanya harus bagus. Tapi kalau blog karena naturenya personal yang diharapkan oleh orang lain adalah sisi personal dari penulis. Jadi tulisan itu bagus engga itu personal, jujur, dan istilahnya itu menurut aku elemen yang harus ada.

**16. Apakah persiapan yang dilakukan Mba Margie untuk membuat blog?**

Sebenarnya ga terlalu, semua itu lebih kea rah aku, karena aku gapte awalnya aku prefer nulis di Microsoft word, tapi negatifnya nulis disitu ga ada yang baca dan bisa hilang kalau komputernya kenapa-kenapa. Jadi setiap tulisan dalam blog biasanya aku tulis dulu di Microsoft word, trus melalui proses editing dari aku sendiri terhadap tulisan yang aku buat. Memang ada proses-proses menulis yang aku lakukan sendiri sebelum tulisan itu jadi.

**17. Apakah terdapat tujuan khusus Mba Margie dalam membuat blog?**

Awalnya engga, tapi aku lihat blog ini berubah. Unsur penggunaannya berubah, kalau dulu untuk media berekspresi, setelah melihat dari blog ini saya bisa ketemu banyak orang, lihat perceive reality tentang saya meningkat, bisa nerbitin buku tanpa perlu approve penerbitnya, dan sebagainya. Blog ini seperti menjadi bagian online profile saya,

bahwa kenyataannya sekarang kita banyak banget hidup di dunia internet, kita ga banyak hidup di dunia nyata sekarang. Kerjaan aja kita banyak balas email, kalau ngobrol lewat messenger, kalau lagi bosan main twitter atau facebook, kalau lagi hobinya nulis blog, dan sebagainya. Itu membuat bahwa apa yang terjadi di online seperti jadi gambaran atau realita yang sebenarnya saat ini. Jadi saya melakukan aktivitas secara online itu satu kegiatan, tapi apa yang saya lakukan secara online itu membangun profile saya. Blog adalah salah satu bagian dari pembangunan profile itu.

**18. Apakah yang Mba Margie lakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam blogging?**

Kalau ditanya persiapan khusus, jujur sampai sekarang itu ga ada, cuma the way saya melihat blog ini berbeda dimana saya harus melihat bahwa blog ini sebagai professional. Saya bilang kalau ada workshop blogging, mereka tanya, “Mba, gimana sih caranya menulis blog yang baik dan sebagainya?”. Aku bilang aturan-aturan menulisnya harus ada intinya, what for the reader itu harus ada, dan itu juga yang aku lakuin dalam menulis, kemudian yang kedua konsistensi karena blog ini sudah berjalan cukup lama, orang-orang sudah mengenalnya sedemikian rupa, konsistensinya itu harus ada. Pertama dari tema, dalam bentuk apa yang dibicarakan, konsistensi si Margie ini orangnya kaya apa, semua itu udah harus ada. Kadang-kadang ada momentnya saat blog ini menjadi sesuatu yang personal, bisa sedih, senang, marah, bisa galak, bisa mellow, dan sebagainya. Sekarang lebih melihat tulisan-tulisan seperti apa sih yang memang lebih bermanfaat buat pembaca blog ini, blog ini bukan milik saya lagi, jadi apa sih yang diharapkan dari pembaca setelah baca blog ini. Pertama dari segi konsistensi, jadi aku tetep pertahanin dari tema-tema itu, ga terlalu sulit karena selalu dekat dengan kehidupan perempuan dan sebagainya. Yang kedua juga dari sisi rutinitas ngeblognya sendiri, disaat udah ada pembaca, disaat udah ada seseorang yang mengharapkan sesuatu, perlu adanya ekspektasi-ekspektasi tertentu bahwa seminggu sekali ada post baru.

**19. Sejak kapan Mba Margie menyadari bahwa blog ini berubah? Apakah setelah diterbitkannya buku dari blog ini?**

Mungkin bahkan sebelum dari adanya buku pertama diterbitkan. Justru tanggung jawab itu muncul begitu Dian Sastro masuk ke blog aku, setelah tiga bulan ngeblog dan ini merupakan satu hal dia promosikan di blognya. Banyak orang dating, ketika audiens itu masuk dan aku mulai mengenal banyak orang itu moment dimana blog ini udah bukan jadi medium komunikasi personal, blog ini dah jadi media massa buat aku.

**20. Apakah punya buku juga merupakan suatu tujuan?**

Ketika menulis engga, karena buat aku sudah mendapatkan kebutuhan untuk bercerita dan didengar lewat blog. Dari nulis blog itu dapat membuat tulisan, bagiku bonus yang menyenangkan sekali dan sebuah kesempatan yang besar. Buat aku bahwa tujuan aku buat blog itu kan adalah supaya pemikiran aku didengar oleh orang, kalau sekarang ada medium lain yang menawarkan pemikiran aku didengar oleh lebih banyak orang. Orang yang ga tahu blog bisa baca lewat buku aku, buat aku kenapa tidak karena tujuannya adalah supaya lebih besar lagi cerita aku.

**21. Setelah tujuan yang diinginkan melalui blog tercapai, apakah yang akan dilakukan lagi?**

Buku jalan trus, karena aka nada lagi buku yang keluar. Aku melihatnya blog ini adalah online profile dan dari situ ini adalah kesempatan. Ini sayanya, saya mau jual saya ke took buku misalnya, dan juga ke pekerjaan. Aku masih lihat masih besar sekali peluang dari blog, dari social media ketika aku membangun sesuatu disitu, akan terbuka kesempatan di berbagai bidang lainnya ga sekedar internet, tapi ke sisi-sisi lain juga.

## **22. Bagaimana cara-cara yang Mba Margie lakukan dalam mengelola blog?**

Personality mungkin ya salah satunya, bahwa ada citra yang aku bentuk disitu dan seperti aku bilang tadi bentuknya harus konsisten. Margienya seperti ini lo, supaya terus-menerus dikuatkan dan memang orang ingat Margie ya seperti ini leat blog. Ya, itu lewat cara-cara menulis. Memang khasnya aku menulis semua pastinya kegiatan sehari-hari, ringan, semua orang pernah mengalaminya, pernah melihatnya. Dari situ ditarik apa sih tentang kisah ini yang benar, tentang kehidupan kita sebenarnya dan memang harus ringan, tema-temanya ini, tapi ada something for the reader.

## **23. Apakah yang menjadi indicator tercapainya tujuan yang diinginkan?**

Sebenarnya di beberapa bulan ada beberapa orang ga dikenal bilang sekarang saya pulang ke Indonesia setelah baca blog ini, saya sadar sebenarnya saya ga suka tinggal di tempat ini, saya mau pulang ke Indonesia karena cita-cita saya sudah tercapai. Itu buat aku sih udah tercapai, tapi kalau kita ngomong tujuan itu kan on going terus-menerus, setelah tercapai ya itu masih berjalan, harus ada banyak lagi orang yang bilang seperti itu kepada saya bahwa tulisan ini mengubah apa yang saya lakukan, tulisan ini mempengaruhi saya, dan sebagainya. Dan kesempatannya terbuka, terbuka, dan lebih terbuka. Istilahnya program jangka panjangnya itu masih jalan terus. Pasti setiap orang dalam hidup kan punya tujuan masing-masing dan apa-apa yang mereka lihat dari dunia ini dan apa yang mereka lihat dari diri mereka, mereka mau lihat dari orang lain, kedepannya pasti kita akan berusaha untuk membuat tujuan itu tercapai, kebetulan salah satunya adalah lewat blog.

## **24. Karakter seperti apakah yang Mba Margie ingin tampilkan dalam blog?**

Aku berusaha menekankan profile aku : perempuan, anak muda kota Jakarta, masih muda. Itu karakter yang aku buat di sini, yang mau aku tunjukkan adalah melawan atau mempertanyakan stereotype yang selalu berkembang tentang si karakter itu. Misalnya,

biasanya perempuan itu begini begitu. Itu aku selalu tanya kenapa harus begini? Ga masalah sih kalau perempuan itu memang begini, cuma kita harus tahu apanya? Kenapa anak muda itu begini, anak muda ga pernah refleksi, anak muda ga pernah mikir, anak muda itu santai, dan sebagainya. Kenapa begitu? Kadang-kadang bahwa mungkin stereotype itu salah bahwa perempuan santai, anak muda Jakarta ini bisa berprestasi, bisa mempengaruhi, bisa melakukan perubahan yang lebih cepat, bisa mikir, bisa refleksi. Karakter biasa yang seperti ini bisa membuat perubahan. Apa ya istilahnya bisa membuat perubahan dan itu yang aku harapkan karakter-karakter biasa yang baca blog aku juga merasakan hal yang sama, mereka percaya dan bisa membuat perubahan.

**25. Bagaimana cara Mba Margie untuk mencapai pembentukan karakter yang diinginkan?**

Mungkin bisa dibilang tulisannya itu persuasive, entah bagaimana caranya, bagaimana modelnya, gaya tulisannya, and at the end of writing, aku akan berusaha orang-orang yang baca tulisannya akan setuju sama aku. Walaupun mereka ga setuju, mereka memberikan bantahannya, dan menyadari apa yang mereka bantahkan itu, setidaknya mereka aware terhadap hal itu.

**26. Bagaimana gaya penulisan yang mewakili perasaan Mba Margie dalam blog terhadap suatu masalah atau peristiwa yang terjadi?**

Pernah ada yang mereview tulisan aku. Ooo...gaya penulisannya seperti ini. Aku sendiri ga pernah tahu gaya penulisan aku. Nanti aku kasih artikel tentang ulasan gaya penulisan aku, ada di majalah Tempo. Kalau menurut aku sendiri, gaya penulisannya harus conversational, kalau aku ngomongnya seperti ini ya seperti ini, kalau “gue”, “elo” ya “gue”, “elo”. Jadi terkesan ringan, harus mudah ditangkap oleh orang yang mendengarnya secara langsung, santai, banyak candaannya.

**27. Apa yang Mba Margie lakukan untuk menjalin atau menjaga komunikasi yang baik dengan para pembaca blog “Have A Sip of Margarita”?**

Aku juga menggunakan channel komunikasi yang juga digunakan oleh para pembacaku, supaya lebih mudah berkomunikasi, ga semua pembaca aku punya multiply, tapi kebanyakan pembaca aku punya facebook, twitter, dan itu juga alat komunikasi aku dengan mereka, kadang-kadang apa yang mereka baca di blog commentnya di facebook atau twitter, atau mungkin kompasiana. Kalau untuk twitter aku ga terlalu aktif karena buat aku 160 karakter ga cukup ya...karena aku bawel, jadi itu ga cukup buat aku, cuma itu harus ada untuk memberikan kesempatan orang lain berkomunikasi dan menyalurkan komunikasi ke orang lain.

**28. Menurut Mba Margie bagaimana dengan feed back yang diberikan para pembaca blog “Have A Sip of Margarita”?**

Itu keuntungan internet menurut aku semua orang bisa ngomong dan semua orang bebas memilih apa yang dia mau dengarkan. Kalau aku bilang ada orang yang ga suka blog aku, mereka ga akan baca, sehingga yang terbentuk disana adalah orang-orang yang percaya sama blog aku, yang suka sama blog aku. Jadi kalau ditanya komentar positif atau negative, pasti positif. Kalaupun ada yang negative, ada satu atau dua orang mereka akan space dan ga akan baca, dan komunitas orang yang positif, istilahnya mereka akan ngebelain, mungkin dari prose situ dia jadi nanggung, “Ooo...begini ya maksudnya Margie.” Akhirnya jadi suka atau kalau engga suka ya jadi bagian dari komunitas itu.

**29. Apa yang Mba Margie lakukan agar blog “Have A Sip of Margarita” dikenal banyak orang?**

Ketika awalnya bener-bener aku bukan orang, sekarang aku memberikan tips bagaimana supaya blognya dibaca orang. Sejujurnya pada saat pertama kali banget aku bahkan hanya nulis untuk orang-orang terdekat yang aku harapkan baca aja, aku ga kasih linknya.

Akhirnya mereka temuin sendiri, ini Margie lagi ngapain ya, trus mereka browsing di internet. Eh, ternyata dia punya blog, trus akhirnya mereka baca. Pertama awalnya dari situ dan itu keuntungannya lagi adalah semua orang bebas menyuarakan pendapatnya dan semua orang bebas mendengarkan apa yang mereka mau, mudah sekali aksesnya, demokrasi sekali sistemnya. Malah kenapa sebetulnya banyak sekali orang yang baca karena Dian Sastro, ketika dia buka dan promosikan, orang-orang yang baca blog aku dan dari situ firell jadinya bentuknya. Dan salah satu yang baca Dian Sastro ternyata adalah seorang produser rekaman dan sebagainya. Itu berkembang lagi terus-menerus seperti itu, jadi perkembangannya firell. Yang jadi buat aku seperti sekarang ini, mungkin di...karena kita, kalau ngomong social media, kita jadi ngomong tentang founding team leader. Penting adalah untuk dikenal orang-orang dengan orang-orang yang sudah punya kapasitas untuk melakukan perubahan ini, beberapa orang memang yang kenal komunitas dan setelah itu namanya firell. Blog juga selalu aku mention ke dalam public application semuanya, just in case yang udah baca bukunya trus ingin baca lebih lanjut. di blog, juga selalu aku mention ke dalam kegiatan. Memang blog sesuatu yang selalu aku bawa karena sifat hubungan yang kompleks, ketemuanya Cuma sekali, trus besoknya ga kontak lagi, jadi kelanjutannya lewat blog.

**30. Apakah menurut Mba Margie blog “Have A Sip of Margarita” diketahui atau dikenal banyak orang pengguna internet, khususnya para blogger?**

Sangat susah sekali untuk measure keterkenalan sebuah blog. Kalau menurut aku karena itu tadi demokratis banget kan, lebar sekali. Aku sangat ga setuju kalau ada yang bilang dia blogger nomor satu atau dia blogger ngetop Indonesia semacam itu karena apa yang disebut blogger ngetop mungkin adalah ngetop pada satu kalangan tertentu yang bias akses ke tempat dia. Sedangkan ada blogger yang lebih ngetop lagi, followernya lebih banyak lagi, tapi tidak dikenali di kalangan itu akhirnya jadi tidak ngetop. Kalau dibilang terkenal atau engga sih, boleh ga sih bilang Margie itu blogger seleb `dan sebagainya.

Aku kalau termnya sendiri aku kurang suka , tapi buat aku sendiri blog itu sudah cukup untuk membuat aku kenal dengan addict the number of person, blog people, the right people, dan memenuhi buat buku, juga buat profil di internet.

**31. Apakah melalui blog, Mba Margie dapat menjadi terkenal atau mulai dikenal orang banyak?**

Lebih banyak orang yang mengenal, orang-orang yang tadinya ga mengenal sama sekali akhirnya sekarang tahu, orang-orang yang tadinya ga memberikan pekerjaan pada aku akhirnya memberikan pekerjaan, kadang tanpa interviewpun tanpa perlu ada proses seleksi karena sudah merasa kenal. Balik lagi ya karena mungkin aku terkenal gara-gara, kalau sombong terkenalnya itu adalah lewat media internet bukan di media tradisional, bukan di TV, bukan di radio, bukan... tapi di internet dan terkenalnya itu ditentukan sama Mbah Google istilahnya kan... Buat orang dengan ketertarikan yang spesifikasinya tertentu dengan komunitas tertentu, dengan spesifikasi komunitas tertentu, nama aku akan muncul paling atas pada saat mereka membicarakan sesuatu, tapi kalau dengan orang yang spesifikasinya berbeda, ketertarikan berbeda, mereka tetap ga akan kenal aku. Sifat terkenal itu buat aku relative.

**32. Apakah melalui blog Mba Margie menemukan komunitas baru?**

Ooo...iya pasti, pasti banget, salah satu juga yang aku tulis juga dalam buku yang judulnya Linimasa tentang social media, eaglenya adalah online melting port. Online melting port itu apa? Aku buka dengan kata-kata begini, "Seandainya saya dan Mas Sofyar kenal di dunia nyata mungkin kita dah jambak-jambakan sampai gampar-gamparan." Mas Sofyar itu siapa, dia adalah seorang muslim yang tinggalnya di Bandung dan memang punya ketertarikan tentang agama, istilahnya sangat kuat, mungkin pemikirannya sangat konservatif dibandingkan aku yang tinggal di Jakarta, aku yang moderat, gila-gilaan, dan sebagainya. Blog membuat aku bisa ketemu sama Mas Sofyar

ini, bertukar pendapat dan ternyata kita bisa hidup akur. Jadi, blog atau social media sekarang ini memungkinkan memberikan medium seseorang untuk berkembang, ketemu orang-orang yang awalnya kita ga kenal dan bersalaman dengan orang yang ga kita kenal, ya mungkin kalau ketemu langsung cuma salaman aja, basa-basi, nah, trus pergi. Itu aku memikirkan suatu interaksi terjadi, jadi ketemu komunitas itu pasti.

**33. Bagaimana Mba Margie menjaga hubungan dengan komunitas yang ada?**

Buat aku sendiri sekarang ini di Multiply. Buat aku ada lima cara untuk tetap berhubungan erat dengan komunitas itu. Intinya kita harus buat komunitas itu seneng sama kita, supaya tetep seneng sama kita. Pertama memberikan informasi yang dibutuhkan, di blog itu te saat aku berhenti ngasih informasi yang dibutuhkan, di blog itu tetap on going, komunitasnya akan lepas gitu aja. Kedua, media dan partner, tradisional media dan partner yang di luar blog itu membantu menjaring komunitas yang ada, bahwa sekarang saya punya banyak lagi reach untuk berhubungan dengan komunitas itu entah social media (radio, workshop), baik secara online berupa komentar, message, menanggapi dan juga offline berupa workshop, promo buku, misalnya, saya lagi di Makassar. Yuk, ketemuan.

**34. Apa saja yang diperoleh atau penghargaan yang diterima Mba Margie dalam hal blogging?**

Banyak, empat buku mau lima. Pekerjaan, pertama sebagai Country Editor MSN selama dua tahun, salah satunya saya bilang saya seorang blogger di Indonesia. Jumlah follower saya segini, pembaca saya setiap harinya sekian banyak, saya punya pengalaman berinteraksi dengan masyarakat Indonesia dan pembaca Indonesia. Kedua, di Multiply sebagai Assistant Vice President (AVP). Penghargaan banyak yang datangnya seperti itu, tanpa ada effort lain, blogging itu harus dikuatkan. Selain itu, workshop, keliling di Indonesia untuk menyebarkan tentang ilmu, blogging, sharing kegiatan internet, cara

membuat profil online yang baik di internet supaya sebagai individu kita punya perceive reality yang baik di mata orang yang berkepentingan. Mungkin karena syuting rollnya udah agak dianggap punya pengaruh di komunitas masing-masing. Influencer, sekarang tradisional media masih kuat, tapi sudah mulai saingan sama Facebook, twitter, blog. Banyak kesempatan diulas di media seperti majalah, radio. Majalah Chic lumayan banyak karena memang mereka suka memonitor internet. Kompas, sebagian dari penerbit, hubungannya sama buku. Kalau blog itu ada Tempo, Cosmogirl, Oke Zone, Cosmopolitan, Area, Majalah Jakarta. Mungkin bisa dibilang dampak exposure disitu.

**35. Apakah Mba Margie sudah puas dengan penghargaan yang diperoleh sekarang?**

**Alasannya?**

Kalau dibilang puas, mungkin ga ada puasnya, karena balik lagi ke measurement. Blogging ini pasti akan banyak orang baru yang aku temuin, akan banyak cerita baru yang aku bagi, akan selalu ada kegiatan-kegiatan dan kesempatan baru dibawa dari blog ini. Aku akan selalu terbuka kedepannya.

**36. Menurut Mba Margie apa yang membuat blog “Have A Sip of Margarita” lebih menarik atau memiliki nilai lebih dibanding blog lain?**

Buat aku sendiri, mungkin ga cuma berlaku buat blog aku sendiri, tapi buat semua blog yang ada, karena blog itu personal jadi sisi personal harus kuat dan buat aku sendiri itu dah jadi modal awal. Bahwa aku sendiri orang yang berbeda dari Raditya Dika atau Enda Nasution akan membawa view yang berbeda. Kalau apanya itu mungkin adalah profil perempuan Kota Jakarta yang hidupnya biasa sekali, tapi berusaha. Yang ternyata buat aku, yang biasa lebih banyak daripada yang ga biasa. Jadi orang yang teresonansi dengan yang terjadi lebih banyak.

**37. Apakah ciri khas yang selalu ada dalam blog “Have A Sip of Margarita”?**

Harus ringan, tapi ada humor, di satu sisi harus membawa tema-tema tertentu.

## **HASIL WAWANCARA ENDA NASUTION**

### **1. Menurut Anda apakah blog?**

Definisi simpelnya media personal, kebutuhan umumnya itu berbagi dan berekspresi, jadi tidak tergantung pada alatnya, tapi justru...kalo sekarang aku print, tulis sendiri di kertas trus aku bagi-bagi dan itu isinya tentang diriku, yaitu namanya blog juga menurutku. Yang penting adalah media personal, voicenya personal voice.

Walaupun dia corporate blog, harus tetap diisi ada personality di dalamnya. Jadi ya kalau dulu yang membedakan banget adalah yaitu dimiliki oleh orang per orang, bukan organisasi, tetep tone dan mannernya harus personal kalau yang namanya blog. Kalau didalamnya udah resmi dan udah bahasa marketing atau bahasa resmi-resmi, namanya itu udah bukan blog lagi menurut saya.

Bukan masalah berat atau engga, tapi lebih ke personal perspektif gitu. Jadi ada opini campur dengan fakta tapi kebanyakan opini. Jadi yang namanya blog ini dia kaya titik puppet, kita melihat dunia seperti apa, jadi betul-betul dari perspektif diri kita sendiri, karena itu jadinya berbeda, tidak mewakili organisasi, tidak mewakili orang lain. Mungkin ada kepentingan, tapi bener-bener dilihat dari kacamata si pribadi tadi. Kacamatanya pribadi, jadi cara kita melihat lingkungan, dunia luar, trus juga dunia luar melihat kita. Jadi semuanya titik pertukaran antara informasi itu.

### **2. Menurut Anda apa saja kelebihan dan kelemahan dari blogging?**

Yang membedakan itu ada dua hal yang secara revolusioner berubah, ketika orang akhirnya pakai blog. Pertama, tidak ada, hilangnya biaya untuk memproduksi dan hilangnya biaya untuk mendistribusi (cost of production dan cost of distribution). Jadi bayangan kalo dulu kamu mau satu tulisan dibaca oleh 10 orang, dibandingkan mau dibaca oleh satu juta orang, maka biaya yang kamu keluarin juga meningkat sejalan dengan seberapa banyak audiens yang ingin kamu raih. Dan biayanya selain memfoto copy juga mendistribusi. Sekarang misalnya katakanlah 1 halaman A4 difoto copy 100x

untuk 100 orang, kemudian kalo dikirim pakai Tiki gitu aja, harus membayar 100x biaya distribusi tersebut. Itu kalo 100, kalo 1000, kali 1000, kalo sejuta kali trus ada skala yang juga naik. Nah, dua cost itu production dan distribution itu hilang ketika kita pakai teknologi digital dan kita menempelkannya di blog. Mau dibaca oleh 10 orang, satu juta orang, kita ga keluar biaya sama sekali kan. Nah, hilangnya biaya itu menurunkan batasan orang untuk memproduksi sesuatu. Jadi kalo dulu ada karena cost tadi, cost itu dijustifikasi, “Oh, saya ngeluarin satu juta rupiah untuk memproduksi informasi ini, minimal saya harus mendapat sesuatu yang saya dapat balik.” Nah, ketika cost itu hilang, maka semua orang bisa bikin, iya kan... tidak harus secara professional, secara amatir pun bisa. Secara amatir bisa memproduksi sehingga muncul generasi baru yang namanya pro M, professional and mature, ataupun disebutnya sekarang prosumer. Jadi selain kita mengkonsumsi informasi, kita juga produsen informasi tersebut. Nah, pada gilirannya kekurangan dan kelebihan jadi banyak karena kita membandingkan informasi yang diproduksi secara professional dan informasi yang diproduksi secara amatir. Ini sama aja kaya membandingkan barang yang diproduksi secara massal atau professional dan atau yang secara amatir. Dan perbandingannya kurang lebihnya sama dan kalau ini massive, jumlahnya besar dan harus ada justifikasi ekonominya. Kemudian tidak personal, karena itu buatnya sekali banyak, massive.

Sedangkan kalo yang personal ya one on one, kemudian sifatnya juga lebih mengedepankan hubungan atau relationshipnya daripada informasinya dan ada hal-hal lain yang samalah kalo kita bandingkan mana yang amatir mana yang professional, termasuk juga yang ini ada concern di interest karena dia mewakili organisasi, yang ini saya ga ada interest sama sekali, yang penting saya cuma mau ngomong doang misalnya. Nah, selain itu juga ada perkembangan teknologinya memungkinkan si yang amatir ini sekarang punya informasi yang sifatnya dua arah, interaktif, multi participant malah... sedangkan broadcast, kalo dulu yang professional ini masih satu arah, paradigmanya

karena kami professional kami yang paling ahli, kalian yang harus mendengar. Sedangkan disini ga ada arogansi itu, kita sama-sama. Saya butuh informasi, tapi saya juga punya informasi saya sendiri. Nah, jadi memang sama seperti semua perbandingan, baik professional maupun amatir. Dalam arti blog itu informasi yang diproduksi oleh orang-orang yang tidak melakukannya secara professional. Nah, nanti dalam perkembangannya jadi macem-macem ya... ada memang yang dibayar untuk ngeblog. Ada fulltime blogger, misalnya kaya gitu-gitu emang pekerjaannya blog dan dalam kapasitas itu juga udah dilevel professional juga, cuma dia pakai tools miliknya para amatir itu, tapi pada prinsipnya sebenarnya yang membedakan dunia professional dan amatir. Nah, blogger mungkin melakukan, eee.... Peran-peran jurnalistik, tapi kembali dengan definisi professional dan amatir itu. Kalo seorang jurnalis adalah orang yang secara professional dibayar dan memang profesinya memang jurnalis memproduksi informasi. Kalo di blogger melakukannya tanpa dibayar dan tanpa keharusan juga, karena melakukannya secara amatir kan... tapi apakah perannya sama? Bisa jadi sama, tapi yang sama tetep perbedaannya yang satu professional, yang satu amatir.

### **3. Seperti apakah blog yang bagus dan blog yang tidak bagus?**

Kembali... karena ini media personal, kita bicara personalitynya. Ya kan... blog itu biasanya cerminan siapa orangnya. Nah, artinya kalau kita bilang ada blog yang bagus dan ada blog yang engga bagus, kalau dia sifatnya media personal, maka artinya sama juga menilai orang bagus apa engga. Jadi, kalau buat saya ga ada kaya kriteria khusus, ooo... blog bagus itu harus gini atau gimana, saya akan mencoba memilahnya dari blog yang ada gunanya atau gak ada gunanya. Berguna untuk orang banyak atau engga. Nah, yang berguna untuk orang banyak itu kembali balik ke isinya, yang berguna untuk orang banyak itu :

- Dia informative.
- Spesifik dan lengkap.

Contoh:

Ada masalah ga sih kalo setiap hari kita ngeblognya tentang apa yang kita makan. Bagus atau engga blog yang seperti itu? Tentu kita ga bisa nilai kan, yang mungkin buat sebagian orang bagus, buat sebagian orang lagi ga ada gunanya. Tapi yang berguna adalah jika, ini ada 2 orang, masing-masing ngeblog tentang apa yang dia makan tiap hari. Yang satu nulisnya Cuma hari ini makannya enak banget, besok mau lagi, Cuma gitu doang. Dengan yang satu, dia ada fotonya, hari ini saya makan tahu goreng satu dengan empal satu dengan sayur gudeg, saya makannya di warung ini, saya habis makan ini harus bayar sekian. Dan buat saya ini lebih enak daripada gudeg yang saya makan di warung sebelah, alamat gudeg ini di jalan ini, ada petanya, lengkap, informative, dan spesifik. Gunanya apa? Begitu orang lagi mencari informasi tersebut. Mana yang lebih berguna. Blog yang ini atau blog yang sebelumnya, yang ini jauh lebih berguna dan jauh lebih spesifik, lebih lengkap. Jadi kriteria lainnya buat blog yang berguna, topiknya boleh apa aja, keseharian boleh, tentang pacaran, cerita tentang dirinya sendiri boleh, selama itu tadi informative, spesifik, lengkap, dan komprehensif.

#### **4. Apa kiat-kiat membuat blog yang bagus?**

Dengan kriteria tadi itu udah kriteria dasar. Begitu kita posting atau apa selalu sebisa mungkin lengkap, sebisa mungkin spesifik, spesifik itu kan artinya umum, generalis atau general yang ga jelas ini ngomongin apa dan informatif sehingga informasinya juga bisa digunakan oleh orang lain. Nah, kriteria lain yang dianggap bagus atau dianggap berguna adalah biasanya akhirnya yang memang bergantung pada kemampuan menulis si bloggernya, bisa ga dia menyajikan tulisan yang persuasive, bisa dibilang karena gini, informasinya akan berguna ketika dia diterima dengan baik, bukan hanya berguna taoui teringat lebih lama, memorable, dan juga ingin disebarakan lagi. Dari pengalaman saya sih tulisan yang mendorong kita untuk menyebarkan ke orang lain ataupun yang membuat kita teringat ataupun yang bisa kita terima adalah informasi yang punya layer emosi yang

bagus juga, jadi walaupun kita melaporkan fakta atau informasi yang sifatnya fakta di dalam, tapi ketika dia dibungkus dalam sebuah cerita yang punya nilai emosional, itu yang membuat orang mau membagikan ke orang lain, jadi misalnya gini, ini ada es krim, es krim ini enak, harganya Rp 5000,00, bisa didapat disini, sini, sini... informasinya betul, betul. Tepat, tepat. Tapi begitu saya makan es krim mengingatkan saya pada masa kecil saya, waktu itu saya pengen makan es krim ga bisa. Temen-temen saya semua makan es krim, saya ga bisa karena ga punya uang. Sekarang ada cerita di sekeliling itu. Itu yang membuat kita membagikan ke orang lain atau mengingat lebih panjang dari informasi yang sekedar es krim aja. Dan ini memungkinkan karena sebagai blogger sebenarnya kekayaan content yang kita miliki sebenarnya juga dari pengalaman hidup kita. Kita paling pengen tahu cerita hidup orang lain, apalagi yang disuguhkan dalam bentuk yang menarik dan membangkitkan emosi-emosi tertentu. Blog juga memungkinkan kita terconnect ke orang lain, karena kita pernah punya pengalaman yang sama atau sedang mengalami hal yang pernah dialami oleh orang lain. Jadi ujung-ujungnya adalah personal relationship ya... saya merasa dekat sama orang ini, karena saya sama-sama perantauan dan dia bercerita tentang pengalaman dia merantau dan sekarang saya sedang merantau, ada kedekatan dan persamaan pengalaman dengan dia. Saya seorang ayah, saya bercerita tentang anak saya, sama dia juga seorang ayah. Kan kita selalu mencari kesamaan diri kita dengan orang lain. Tadi misalnya, saya dari Solo, dia juga. Ketika itu diceritakan di blog dan kita sharing pengalaman kita, kehidupan kita, itu membuka kemungkinan untuk terjadi koneksi-koneksi lain yang temen-temen atau pembaca yang punya pengalaman yang sama atau sedang mengalami hal yang sama. Nah, itu buat saya nilai lebih lagi, jadi banyak kejadian kita belum pernah ketemu, tapi kita tahu jalan cerita kehidupannya, ketemu pacarnya, kemudian nikahnya, punya anak, bahkan cerainya. Padahal kita belum pernah ketemu sama sekali dan kita punya kedekatan yang lebih karena mengikuti cerita kehidupan itu. Dan itu yang dimiliki blog

persis karena dia adalah media personal yang sifatnya amatir dan jika itu dilakukan dulu ga mungkin, sebelum ada teknologi internet karena akan butuh modal, butuh biaya sendiri untuk melakukan itu. Dan sekarang dimungkinkan karena praktis, ga ada biaya banyak yang dikeluarkan untuk melakukan itu. Makanya tambaha banyak cerita-cerita yang bermunculan.

**5. Menurut Anda apa saja yang bisa dituliskan dalam blog?**

Semuanya.

**6. Informasi apa yang paling sering ditulis dalam blog?**

Umumnya kehidupan sehari-hari, jadi karena kembali balik lagi karena itu media personal, maka ya topic yang paling menarik adalah tentang saya. Tentang diri si blogger itu sendiri, makanya itu tadi, itu dunia yang dilihat dari perspektif saya, apa yang saya lakukan, apa yang saya impikan, apa yang saya rencanakan, apa yang saya lakukan, apa yang saya makan, ketemu dengan siapa, beli apa, ngapain aja, itu adalah topik umum yang central temanya tentang saya.

**7. Menurut Anda apakah ada beberapa hal yang sengaja tidak ditulis dalam blog?**

**Apa contohnya?**

Itu sih tergantung bloggernya itu sendiri. Sekarang ada yang kecenderungannya, ada yang di satu titik ekstrim over sharing, semua di-share, apalagi sekarang ada Twitter, Facebook. Lagi minum kopi, lagi mau makan, lagi ke toilet, semua bisa ditulis, over sharing kan intinya. Sama juga kaya di blog, kita bisa certain segala sesuatu yang paling memalukan sampai gelap atau sesuatu yang paling apa. Akhirnya balik ke kebijaksanaan si bloggernya lagi... sejauh mana dia mau membuka diri ke audiens yang ga dia kenal. Kalo curhat selama ini kan sama temen, sama orang yang udah kita kenal, kalo di blog bisa juga, artinya ada orang yang punya media personal itu terbatas hanya untuk orang-orang tertentu aja, dia ga kasih tahu dan dia ga publish secara umum. Tapi ada yang memang, saya mau ditulis buat semua orang, semua orang boleh baca, cuman ada yang

pernah saya baca itu tipsnya, “tunjukkan imajinasi kamu”, bukan apa yang kamu tahu, tapi apa yang penting apa, mungkin satu sisi adalah pengalamannya iya, tapi apa yang kamu ambil, hikmahnya dari situ sehingga orang-orang mendapat manfaat dari situ, bisa juga seperti itu. Dan sejauh mana apa yang ingin kamu share, balik lagi ke diri kamu ga ada panduan atau ga ada aturan juga. Dari yang paling detail ke yang paling umum, tapi kalo paling umum biasanya ga menarik. Jadi kangennya harus dari yang agak detail ke yang lebih ga detail.

**8. Menurut Anda apakah blogger dapat bahagia dan cenderung lebih baik dalam sifat maupun sikap karena membuat blog?**

Ga ada ini ya, terlalu jauh kalo diambil kesimpulan seperti itu, cuman kelebihanannya itu ada beberapa untuk dimiliki si blogger. Kalau memang dia ngeblog secara baik.

- Punya ke-PD-an lebih untuk cerita

Karena kebanyakan orang itu ga punya ke-PD-an untuk menceritakan kehidupannya atau untuk bercerita tentang apapun juga engga PD, banyak blogger dimulai dengan... “mohon maaf, blog saya jangan dibaca, saya ini orang biasa...” iya kan? Jadi udah harus punya lebih ke-PD-an dan ini knapa saya piker ngajak orang untuk ngeblog penting

- a) Dia udah lebih PD
- b) Dia harus punya skill untuk bercerita, ya kan? Ga harus nulis bagus atau sastra, tapi minimal bertutur secara sistematis. Ada proses berpikir di situ, itu kan akhirnya itu niali lebih. Jadi kalau dia seorang blogger yang udah berjalan, dia punya ke-PD-an, dia bisa bercerita dengan baik, ya tentu bisa juga engga ya... tapi maksudnya minimal dia berlatih ke sana.
- c) Dia punya minimum skill menggunakan internet, minimal dia punya email, dia bisa punya login account, dan dia bisa agak utak-atik apa yang di, ga gptek bangetlah, itu aja sebenarnya yang lebih dari.

Selain itu ngeblog juga, ga ada buktinya ya...Cuma buat saya mendorong orang untuk berpikir lebih terbuka, karena pada prosesnya itu dia cerita tentang sesuatu, dia harus mengakumulasi pengetahuan yang lain. Untuk ngomong tentang A, maka saya harus lebih sedikit belajar tentang si A itu. Untuk ngomong politik, tentunya saya harus belajar tentang politiknya itu dan kemudian ketika itu ditambah dengan pendapat atau opini dia sendiri, maka dia sudah menimbang-nimbang, nih ada opini A, ada opini B. Oow...saya kayanya kira-kira setuju dengan opini A, tapi kenapa? Karena gini, gini, gini... sehingga ada proses berpikir disitu. Nah, sehingga apa... sehingga pertama, berpikir terbuka, dua, terbiasa bertukar pikiran. Karena begitu dipasang di blog, ada besar kemungkinan orang ga setuju dengan apa yang dia pikirkan, sehingga dia juga harus berani membuka diri menerima kritik dari apa yang dia pikirkan itu. Terlepas dari topik blognya tentang apa...mungkin tentang pacaran, tentang makanan. Tapi menurut saya enak, menurut saya ga enak. Ga semua orang bisa menerima pendapat yang berbeda. Jadi berpikir lebih terbuka dan juga bisa terbiasa bertukar pikiran dengan baik. Dan ini juga kenapa saya piker ngeblog itu penting terutama buat anak-anak muda di Indonesia, karena generasi-generasi sebelumnya ga terbiasa mengungkapkan apa yang kita pikirkan. Bertukar pikiran aja. Bertukar pikiran itu umum. Percaya diri ini ide saya, ide kamu apa? Nah dengan bertumbuhnya generasi muda untuk ngeblog, untuk ngomong, kedepannya saya pikir dengan jumlahnya semakin banyak juga, kalo terbiasa menggunakan teknologi digital, kalo ga tahu Tanya google atau Tanya atau cari di Wikipedia. Ga lagi percaya sama hal-hal sifatnya klenik atau harus nanya dukun atau minta petuah atau ilham. Itu positif buat saya, makanya ngeblog dan kegiatan media sosial itu penting buat Indonesia secara keseluruhan.

**9. Menurut Anda apakah yang tertulis dalam blog, semua adalah jujur dan tanpa dibuat-buat?**

Memang terkadang terutama kalo tulisan kita dibaca sama orang, ada kaya semacam beban, apalagi namanya kadang-kadang seringkali ga pantes, kamu misalnya seorang perempuan berpikir seperti ini atau anak kuliah berpikir seperti ini, ada banyak stigma yang diberikan apakah kita membaca atau kita beragama, dari sisi agama juga ga cocok orang yang Islam berpikir seperti ini dan lain sebagainya. Nah, ini kembali balik lagi ke kita dalam arti selalu kebijaksanaan. Best policy sih selalu jujur pada diri sendiri ya... berpura-pura jadi orang lain atau seseorang yang kita bukan itu selalu ujung-ujungnya ga bagus. Jadi kita diberi medium, landasan, platform untuk bicara apa adanya sesuai apa yang kita pikir, tanpa perlu harus arogan atau tanpa perlu merasa tahu semua, dengan seluruh kekurangan yang kita punya, tapi saya sudah coba cari tahu ternyata kesimpulan saya seperti ini gitu... ga harus pura-pura jadi apa namanya, kalo perempuan itu isunya selalu jadi wanita karier dan ibu rumah tangga, selalu gitu... wah, apa namanya... kadang itu banyak perdebatan yang ibu rumah tangga ngotot, ibu rumah tangga juga adalah sebuah pekerjaan rumah tangga full time harus dihargai sepenuhnya, bukannya tanpa pengorbanan atau tanpa kerja keras, itu kerja keras juga. Di satu sisi seperti itu, di sisi lain ada yang bilang wanita karier juga sama pengorbanannya, dia juga, bahkan harus ngurusin dua hal, karier dan keluarganya juga, kan ga bisa lepas juga. Nah, diperdebatan-perdebatan seperti itu kadang kala muncul kasus adanya seseorang yang berpura-pura menjadi seseorang yang bukan dirinya, blog juga membuka kesempatan kita untuk membuka banyak personalisasi sebenarnya. Tidak perlu harus...walaupun best policy-nya diri kita apa adanya, tapi banyak juga yang mempergunakan kesempatan untuk menjadi lebih baik dari dirinya yang sebenarnya di dunia offline.

#### **10. Apa yang menjadi indikator kesuksesan sebuah blog?**

Tergantung, kembali kita ngomongin ini adalah sebuah, eee....bukan usaha., ini adalah sebuah kegiatan amatir ya kan... saya ga tahu berapa, tapi mungkin 80% orang bikin blog bukan karena pekerjaannya, tapi karena hobinya. Nah, dari sisi itu tergantung kesuksesan mau dilihat dari mana sesuai tujuan masing-masing. Kalo dihubungkan dengan personal branding artinya kita pakai blog memang untuk membangun personal branding kita, kalau memang dalam itu artinya memang perlu diukur apakah value dari personal branding nambah atau engga dari memiliki sebuah blog.

#### **11. Jadi apakah yang dilakukan Margareta Astaman merupakan self disclosure yang beruntung saja atautkah merupakan personal branding?**

Kembali, banyak hal yang dilakukan. Dalam arti gini, banyak yang ngeblog sebagai batu loncatan untuk sesuatu yang dia inginkan, apakah jadi penulis novel misalnya gitu...apakah atau dapat pekerjaan lebih baik atau jadi film maker, jadi banyak hal yang bisa ditunjukkan, dan itu sah. Dalam arti gini, justru memang walaupun ada penghasilan atau walaupun ada materi yang kita terima atau yang kita harapkan, itu datangnya biasanya bukan dari blognya, umumnya atau kebanyakan tapi karena blognya. Dalam arti gini, kalo dari blognya, maka blognya sendiri yang menghasilkan penghasilan gitu, iklan, dan lain-lain. Bisa...bisa...tapi umumnya engga, yang paling menghasilkan justru karena blognya, orang baca blog kita, maka kita diversif terhadap suatu masalah sehingga orang meminta kita untuk menjadi konsultankah? Atau meminta kita berbicara di workshop atau seminarkah atau bahkan membuat buku tentang area itu, gitu... Nah, itu justru yang bisa terjadi gara-gara kita punya blog tersebut.

Saya ga tahu kalo Margie ya, tapi ada beberapa temen blogger yang menerbitkan bukunya seringkali blog itu jadi semacam etalase terhadap kehidupan kita, jadi kaya semacam toko, apa etalase atau display took, kamu bisa apa sih? Kalo dulu kan kita Cuma bermodalkan CV gitu kan, CV itu kan bukan contoh pekerjaan, cuma list aja, kerja apa

yang sudah kita lakukan, tapi bukan etalase. Orang kembali bisa melihat. Oh, Dera nih kalo nulis bagus atau ketertarikan kamu tentang topik apa sehingga kalo saya mau hiyer deh seorang ini, atau kalo engga, tulisan ini bagus kalo dijadikan buku, palagi kalo jadi penulis buku, itu kan udah langsung contoh tulisannya udah ada disitu. Tapi juga bisa ke lini-lini pekerjaan yang lain, oh...dia nulis tentang kepemimpinan, dia tahu banyak tentang kepemimpinan, mungkin perlu dihiyer untuk posisi management. Hal-hal yang seperti itu, jadi punya fungsi seperti etalase juga.

## **12. Apakah blog Mba Margie merupakan blog yang bagus atau tidak?**

Blog Margie bagus ya...dalam arti... Saya justru malah blognya blom pernah baca, tapi bukunya udah pernah baca dan yang menarik dari dia, orang kan kembali lagi ke personality-nya kan... Kembali ke orangnya, dia orang keturunan Chinese yang dilihat dari tulisannya justru malah semacam buta ras, jadi dia sama sekali ga melihat adanya perbedaan ras, buat dia hamper semua orang sama. Nah, di awal-awal di bukunya yang pertama itu lebih ke pengalaman dia kuliah di Singapura. Saya pikir apa sih ini, kadang-kadang ada cerita cintanya dan lain-lain. Tapi kebelakang banyak hal ya...ada kehidupan dia di Singapura yang ternyata tidka segemerlap yang dibayangin orang gitu kan. Trus juga justru dari perspektif dia yang keturunan Chinese yang kemudian jadi menarik karena saya ga pernah bisa membayangkan atau ga pernah ada di posisi seperti itu. Dari sisi itu sih ya kalau, ya saya ga tahu apakah itu diambil dari blognya ya... Kalau memang blognya isinya seperti itu ya menarik.

## **13. Apakah personal branding melalui blog?**

Nah, kalo personal branding itu ka nada beberapa unsure, pertama merk (namanya) sendiri sehingga yang namanya Margie dibandingin yang namanya biasa-biasa aja tentu punya nilai yang lebih karena dirinya lebih gampang diinget, di sisi lain sebenarnya juga, personal branding menurut saya bisa diraih ketika ada suatu konsistensi atau suatu topic yang dia ngrasa ini loh... Kalo saya ngomong tentang ini, memang ada beberapa level

tentang personal branding ya...mulai dari luar : nama, wajah, dari seluruh avatar mukanya dia, segala macam kemasannya disitu, tapi kemudian di dalamnya dia itu punya kaya semacam satu area dimana kalo saya akan ngomongin soal ini dari perspektif, knapa begitu karena namanya personal branding begitu orang teringat tentang topik itu yang orang inget adalah si pembuat personal branding itu. Nah, itu sehingga si brandnya itu bisa di-carry over ke berbagai tempat gitu kan... Ga peduli dimana kapan, tapi begitu orang ngomongin tentang topic itu orang ingetnya dia. Nah, itu kalau menurut pendapat saya Margie ga, tidak, belum mengambil satu area khusus. Misalnya dia bisa aja ngomongin soal apa namanya, kultur dan ras, semua tulisan dia atau semua topik yang dia atau semua topik yang dia bicarakan tentang asimilasi atau seorang keturunan Chinese di Indonesia sehingga berikutnya ada diskusi, berikutnya ada topik, dia jadi seorang pakar yang selalu didengar ketika bicara soal itu. Itu personal branding. Nah, buat saya sih belum ngelihat Margie dah sejauh itu, yang dia lakukan adalah dia bercerita dari sudut pandang dia semua pengalaman yang dia alami, yaitu tentang Singapura atau tentang belajar dan mendapatkan scholarship disana. Eee...tapi misalnya kalau mau tentang scholarship, yaudah dia tentang scholarship terus... Itu adalah personal branding di scholarship. Tentang Singapura, segala hal tentang Singapura dia cerita. Nah, itu berarti personal branding dia di sisi Singapura. Nah, yang bener-bener say abaca baru satu buku itu dan kalo dari satu buku itu memang masih ada personal branding dia, dalam arti masih ngambil sisinya dia dari sisi sebagai penulis tanpa menancapkan spesifikasi area dimana dia mau dianggap sebagai ahli.

**14. Karena topik Mba Margie masih umum berarti dapat dikatakan merupakan self disclosure?**

Nah, mungkin kita perlu juga lihat proses dia selanjutnya gitu, kan pasti ada proses berpikir dan lain sebagainya. Di awalnya sih sering kali memang penulis yang bagus itu memang ada sesuatu yang disampaikan, "have something to do say". Dalam kasus

Margie waktu itu adalah tentang pengalamannya dia, sekolah dan hidup di Singapura sebagai orang yang dapat beasiswa. Nah, kita perlu lihat lagi, setelah ini dia nulis tentang apalagi gitu. Aditya Mulya misalnya, dia sekarang selalu nulisnya tentang masa mahasiswa. Nah, berikutnya ada orang yang mau diskusi tentang gaya hidup mahasiswa, dia bisa jadi orang yang dipanggil untuk cerita gitu karena dianggap sebagai orang yang paling mencermati bercandanya mahasiswa dan lain sebagainya.

#### **15. Bagaimana tujuan Mba Margie dalam menekankan nasionalisme?**

Ada sih, saya nangkap ada pesan itu. Cuma yang namanya personal branding kan perlu dibangun terus, ya kan... Ga bisa Cuma satu udah gitu selesai. Harus secara konsisten dibangun terus, kayanya memang kedepan-kedepannya kita harus lihat, dia konsisten ga ke tema nasionalisme itu, dan kalo memang itu yang ingin dia ambil menurut saya sih bagus banget ya karena ya itu, personality-nya dia yang bukan dari keturunan pribumi. Nah, yang menarik dari blog juga kita kadang ga tahu apa yang kita mau, jadi blog juga sebagai alat pencarian kaya topic apa sih yang saya minati. Kita ga pernah tahu, jarang banget orang yang mulai ngeblog itu udah tahu saya mau nulis ini, jarang... Tapi biasanya nulis dulu, tapi kok lama-lama saya selalu balik lagi ke topic itu ya, kemudian ketemu, oya...berarti saya memang pengen bicara tentang hal tersebut. Nah, dari situ ada beberapa kemungkinan kadang-kadang ada yang berusaha memisahkan blog yang khusus tentang topik itu atau ada yang tetap ngeblog disitu. Kalo Margie bisa jadi awalnya dia pengen cerita, tapi lama-lama dia, oh...kayanya topic nasionalisme tadi atau misalnya tentang kebanggaan Indonesia dan lain sebagainya itu sesuatu yang perlu diangkat dan buat dia itulah saya akan ngomong tentang itu. Tapi kembali kita harus lihat lagi, tiba-tiba buku berikutnya tentang hal lain, berarti dia udah harus ganti lagi si personal brandingnya dia. Sebagai contoh, Coca Cola, Coca Cola selalu ngomong tentang freshness, kesegaran. This girl macam komunikasinya dia baik dalam bentuk visual, maupun tulisan selalu tentang kesegaran. Itu ga setahun dua tahun dibangunnya, udah puluhan tahun dan dia ga

akan berubah menjadi minuman bergizi. Coca Cola ga akan dikenal atau berubah komunikasinya sebagai minuman sehat karena selama ini brandnya Coca Cola memang minuman yang bikin orang seger dan itu investasinya ga sebentar dan memang puluhan tahun untuk punya brand yang kuat.

**16. Jadi intinya personal branding atau bukan apa yang dilakukan Mba Margie?**

Ada, bisa jadi ini tahap awal ya kan... Jadi gini, ada orang yang secara sadar by design, personal branding, membangun reputasi diri. Misalnya, sebagai pakar komunikasi massa, sebagai pakar IT, ada yang secara sadar diri dan karena itu menjual diri juga kan...di kartu nama, ditulisan di media massa, dimana-mana. Ada yang secara sadar melakukan itu, ada yang melihat ini dalam proses yang lebih santai, jadi mengalir saja. Tapi mengapa orang memanggil saya ahli sexology misalnya, karena memang itu profesinya dan lain sebagainya. Eee...mungkin akan menarik jika kalau buat saya Margie bukan orang yang secara sadar membangun sesuatu si personal branding itu. Kadang-kadang personal brand sesuatu yang ditempelkan orang lain ke orang tersebut, bahwa kamu tu selalu ngomongin ini. Sama sih ini sebenarnya kaya reputasi diri. Oh, si Iwan ini pemakan, itu kan juga personal brand, jadi tiap orang mau makan kemana tanya aja sama dia. Atau misalnya si B, si Agus ini playboy sehingga kalo ditanya tentang nasehat tentang hubungan pria wanita dia valid, tapi kalo ditanya tentang makanan ya belum tentu. Nah, itu tadi kemungkinannya, ada yang secara sengaja membangun reputasi disitu atau ada yang reputasi itu sesuatu yang dilihat dari luar dan diberikan sama dia.

**17. Pernyataan Mba Margie yang mulai berubah karena adanya promosi dari Dian Sastro dan readers yang meningkat?**

Lah, makanya berarti kan prosesnya berjalan itu, entah tiba-tiba dia punya audiens yang cukup besar. Oh, iya saya harus milih nih...atau dia nemuin topic yang kayanya dah pas banget sama saya. Kalau buat saya sih namanya personal branding, "always on process", selalu karena ya samapi orangnya mati ya terus berjalan. Ya memang kadang butuh mata

atau orang kedua ya buat ngasih masukan atau pendapat tentang dirinya dia ya, termasuk juga apakah sudah melakukan dengan benar atau belum.

**18. Dari jawaban di atas berarti blog Mba Margie dapat dikatakan masih proses dan perlu ditekankan lagi untuk personal branding?**

Kalau kata saya sih iya. Artinya, ya coba sekarang soal nasionalisme, kamu langsung kepikiran siapa kalo anak muda? Kalo saya sih sekarang Pandji, iya kan? Karena dia memang selalu secara konsisten dan strategis, dan lewat acaranya dia di radio maupun di TV selalu bicara soal nasionalisme, selalu gitu... dan itu kan satu personal branding dan itupun dia belum selesai. Begitu nanti, orang akan liat dia konsisten ga. Kalo ternyata dia pindah topik berarti hilang personal brandingnya.

**19. Bagaimana karakter yang harus dimunculkan seseorang yang ingin melakukan personal branding melalui blog?**

Kembali ke orangnya lagi, ga ada yang spesifik harus gimana, mungkin harus lebih ke ada yang melakukannya secara malu-malu atau ada yang melakukan secara sadar atau ga dan ada juga yang jual diri terlalu agresif, juga biasanya orang malah merasa terganggu. Tapi banyak cara sih sebenarnya yang kita lakukan untuk melakukan proses personal branding tadi. Misalnya, berkreasi dalam bentuk musik, book, tulisan, buku, pemikiran, blogpost yang konsisten. Kedua, misalnya berkontribusi baik kepada komunitas, misalnya mengorganisir acara atau membantu dari hal-hal yang paling gampanglah, misalnya jadi ketua panitia, sekretaris panitia. Berkontribusi balik mengorganize orang-orang supaya datang yang kaya gitu-gitu juga udah termasuk pembentukan personal branding juga ujung-ujungnya.

**20. Bagaimana gaya penulisan yang baik untuk mengungkapkan ekspresi dalam blog terhadap suatu masalah atau suatu peristiwa yang terjadi?**

Ga ada sih, kalo itu sih saya balik lagi ke tadi, selama pesannya tercapai dan jika ada gunanya buat orang lain.

**21. Bagaimana blogger menjalin atau menjaga komunikasi yang baik dengan para pembaca blog?**

Tergantung, balik lagi ke dianya masing-masing, ada yang memang sangat perhatian sama pembacanya. Ada yang misalnya di twitter itu ada selebriti yang kalo ditanya orang atau dimention orang selalu bilang terima kasih, selalu bilang atau selalu bahas lagi dan lain sebagainya. Tapi ada juga yang cuek, jadi ya tergantung gaya masing-masing. kalo ditanya mana yang lebih bagus ya ga tahu juga yang mana yang lebih bagus, masing-masing punya kelebihan dan kekurangan sendiri-sendiri juga.

**22. Apakah blog masih memiliki peran besar di media online?**

Nah, yang menarik adalah sebenarnya...dalam perjalanannya si blog ini sebenarnya jadi semakin dewasa, bukan lebih dewasa, lebih matang. Kalo sebelum tahun 2009 siapapun yang mau nerekspresi di dunia online mau ga mau harus bikin blog karena ga ada lagi cara yang lain. Ya ada friendster, ada yang lain, tapi cara paling gampang adalah bikin blog. Lalu muncul komunitas-komunitas blog dari Aceh ada, Medan, trus sampai Makassar, Jakarta, Yogya, dan lain sebagainya. Begitu muncul ada Facebook, ada twitter, kalo dulu orang mau berbagi nih, buat punya blog orang masih mikir-mikir, entah karena pengen gaul banget atau karena memang tahu orang akhirnya bikin blog, tapi misalnya bikin blog disini sekarang tu punya akun facebook atau twitter atau ngetweet kan lebih gampang kan jadi ada disini. Kalo orang dulu kan seolah-olah jadi turun gitu, tapi kalo orang yang baru yang selama ini ga tahu atau ga pernah ngeblog tahunya facebook atau twitter, ini seperti kaya udah lulus facebook atau twitter atau ngerasa facebook atau twitter udah ga cukup lagi buat dia, baru kemudian pindah ke blog.

**23. Dapat dikatakan blog merupakan media utama daripada media yang lain?**

Betul, karena apa... karena pertama, bukan pilihan. Ada juga pertanyaan, "Mas Enda, saya sebaiknya ngeblog atau punya account atau ngetweet? Jawaban saya ya semuanya. Kalo dulu pertanyaannya kalo aku bikin blog siapa yang mau baca? Sekarang pertanyaan

itu udah terjawab karena kalo kita punya jejaring sosial kita di facebook atau twitter, setiap kali kita punya posting blog baru dengan gampang bisa kita sebarin di tweet atau di status update aja di facebook. Kita misalnya punya 1000 teman, kasih tahu aja ini saya baru update posting blog, tolong dibaca dong. Seribu orang menerima pesan itu kan, jadi masing-masing kita punya audiens kita sendiri-sendiri yang relevan dengan kita karena umurnya mungkin sama atau latar belakangnya sama, pernah satu sekolah, dan lain sebagainya. Jadi kalau sekarang temen-temen yang masih aktif ngeblog itu entah udah lulus dari twitter atau facebook, atau twitter atau facebook masih ada kekurangan yang ga bisa diisi dari twitter atau facebook atau temen-temen yang cukup punya waktu dan skill untuk ngeblog. Jadi kalau dulu tu saya bilang semua orang pada suatu saat akan punya blog, tahun 2005 atau 2006, sekarang pada kenyataannya memang ga semua, blog itu bukan untuk semua orang. Justru blog itu hanya untuk orang yang lebih special yang masih punya waktu, masih punya pemikiran, cukup percaya diri, cukup pengetahuan, dan ingin ada sesuatu yang disampaikan, cukup sadar lingkungan sehingga dia bisa menulis tentang lingkungannya dia. Jadi memang dia agak istimewa nih, temen-temen blogger jadi lebih penting lagi dari sebelumnya karena ga semua orang bisa punya. Semua orang bisa punya facebook account, tapi ga semua orang bisa ngeblog, di twitter aja kebanyakan tweet itu bukan ide orisinal, lebih banyak merespon sesuatu. Jadi kalo ada pertanyaan, coba deh tanya sesuatu, kalo nanya sesuatu biasanya responnya lebih banyak daripada nulis sesuatu karena lebih gampang jawab pertanyaan orang, dijawabnya bener atau engga.

## HASIL INTERVIEW PENERBIT BUKU

**1. Apakah kriteria yang diperlukan untuk diterbitkannya sebuah buku?**

- a. Konten dan Konteks naskah
- b. Provokatif dan “Enak” untuk dibaca
- c. Punya nilai “jual”

**2. Apakah blog menjadi media *online* yang baik untuk menjadi seorang penulis?**

Iya karena penulis lebih bebas untuk mengungkapkan pemikiran, opini, maupun mengekspresikan perasaannya.

**3. Bagaimana proses seorang *blogger* dapat menjadi penulis karena blognya?**

Pertama, *blogger* kontinu menuliskan blognya, konten yang ditulis menarik untuk dibaca dan direspon, blognya dikenal banyak orang, kemudian menjadi hits dan terbuka kemungkinan dibaca penerbit.

**4. Apakah Anda mengetahui blog “*Have A Sip of Margarita*”?**

Iya.

**5. Apakah Anda mengenal Margareta Astaman sebelumnya?**

Tidak, sebelum saya membaca blog-nya.

**6. Apakah Anda selalu mengikuti perkembangan blog “*Have A Sip of Margarita*”?**

Iya

**7. Apa yang menjadikan blog “*Have A Sip of Margarita*” pantas untuk diterbitkan menjadi sebuah buku?**

- a. Penulis blog kontinu menulis blog sehingga terbentuk suatu “ciri khas”.
- b. Tulisan dalam blog cerdas, enak dibaca, lucu, ringan, inspiratif, dan sarat makna.
- c. Penulis blog sudah punya “nilai jual” secara karya maupun personal.

**8. Informasi apakah yang paling menarik dalam blog “*Have A Sip of Margarita*”?**

Informasi tentang kehidupan perempuan (penulis) dan bagaimana dia menyikapi hidup dan peristiwa di sekelilingnya dengan caranya yang unik.

**9. Menurut Anda apakah yang tertulis dalam blog semua adalah jujur dan tanpa dibuat-buat?**

Terlihat jujur dan apa adanya sesuai dengan apa yang penulis lihat dan rasakan.

**10. Menurut Anda apakah karakter kuat yang dimiliki Margareta Astaman menjadikan blognya pantas diterbitkan menjadi buku? Karakter seperti apakah yang ditunjukkan Margareta Astaman melalui blognya?**

Cerdas, Feminis, Kreatif, dan *Out of the Box* (diluar kebiasaan).

Cerdas, feminis, kreatif, rasional, terkadang terkesan dangkal dan manja, lucu, ceplas-ceplos, dan bebas.

**11. Menurut Anda bagaimana gaya penulisan, penilaian, dan perasaan Margareta Astaman terhadap suatu hal atau masalah yang dituliskan dalam blognya?**

Gaya penulisan yang menggunakan bahasa yang akrab dipakai sehari-hari sehingga pembaca merasa dekat dengan si pencerita (penulis) yang memungkinkan terjadi ikatan antara pembaca dengan penulis.

Penulis terlihat jujur, objektif, dan rasional mengungkapkan (menulis) suatu topik dari apa yg dilihat dan dirasakan melalui blognya.

**12. Menurut Anda apakah gaya penulisan, penilaian dan perasaan Margareta Astaman terhadap suatu hal atau masalah yang dituliskan dalam blognya menjadi alasan kuat diterbitkan sebagai buku?**

Iya.

**13. Menurut Anda apakah sudah terjalin interaksi yang baik antara Margareta Astaman dengan para pengakses atau pembaca blognya?**

Iya, terlihat dari banyaknya respon dari pembaca blog yang tentu saja direspon kembali oleh Margareta.

**14. Menurut Anda apakah terjalinnya interaksi antara Margareta Astaman dengan para pengakses atau pembaca blognya menjadi nilai lebih diterbitkannya blog “Have A Sip of Margarita” menjadi sebuah buku?**

Iya, kedekatan antara penulis dan pembaca menjadi nilai lebih dari sebuah buku.

**15. Menurut Anda apakah Margareta Astaman cukup dikenal di dunia penulis buku?**

Saat buku Have a Sip of Margareta terbit mungkin belum, tetapi sekarang Margareta Astaman telah dikenal sebagai penulis.

**16. Menurut Anda apakah kepopuleran seorang *blogger* menjadikan blognya pantas diterbitkan menjadi buku?**

Iya, kepopuleran dapat menjadi daya tarik tersendiri dan tentu saja mempunyai nilai jual.

**17. Melalui blog “*Have A Sip of Margarita*” menurut Anda apakah Margareta Astaman sudah menjalin hubungan baik dengan para pengakses blognya?**

Iya.

**18. Dengan blog “*Have A Sip of Margarita*” menurut Anda apakah Margareta Astaman dapat menjalin hubungan baik dengan para pengakses blognya merupakan kelebihan blognya dapat diterbitkan menjadi buku?**

Iya.

**19. Apakah diterbitkannya blog menjadi buku merupakan penghargaan bagi seorang *blogger*?**

Iya.

**20. Menurut Anda apakah ciri khas atau keunikan yang dimiliki blog “*Have A Sip of Margarita*” dibandingkan dengan blog lainnya?**

Konten tulisan dalam blog menggambarkan sosok seorang perempuan muda yang dinamis, *stylish*, cerdas, inspiratif, ceplas-ceplos, bebas, pemikirannya sedikit “nyentil”, *out of the box*, lucu, walaupun terkesan dangkal tetapi sebenarnya sarat makna.

### **LAMPIRAN 3**

### **FOTO-FOTO**



**Interview Margareta Astaman**



**Bersama dengan bapak Enda Nasution**



**Interview Penerbit Kompas**