

Published based on [Rahasia Membuat Blog Populer, Pengantar](#)

Rahasia Membuat Blog Populer, Pengantar

Agak bombastis ya judulnya? Hehehe ...

Terus terang saja, sejauh yang sudah saya amati, menembus sebuah segmen/*niche* dan mengumpulkan masa pengunjung untuk sebuah blog bukanlah urusan yang mudah. Tidak ada *software* bantu yang dapat melakukannya dengan satu kali klik.

Keberhasilan blog banyak ditentukan oleh jumlah *audience* yang dimiliki. Semakin banyak orang yang membaca blog anda secara rutin, maka konten yang anda miliki akan lebih banyak tersebar luas, yang pada gilirannya akan mengembangkan blog/*website* anda lebih besar lagi.

Jadi apa rahasia membuat blog populer dengan pembaca/*traffic* yang banyak? **Penyebarluasan materi** (content dissemination) dan membangun ***audience utama*** (core audience). Itulah jawabannya. Bukan cuma tentang kualitas materi/artikel. Menurut saya kualitas materi ini nomor dua, walaupun penting. Inti dari kunci tadi adalah memiliki saluran distribusi yang luas.

Sekali lagi saya tekankan, pertumbuhan *readership* bukan hanya dipengaruhi kualitas artikel, namun lebih ditentukan oleh jangkauan sirkulasi dan distribusi. Jadi sekali lagi masalah utamanya adalah berapa banyak atensi yang diperoleh blog tersebut.

Mengapa kualitas artikel ditempatkan pada nomor dua?

Jawabannya karena nilai sebuah konten itu subjektif, tergantung pada siapa yang membacanya, dampak yang sesungguhnya dari sebuah tulisan ditentukan oleh distribusi. Sebuah tulisan dengan kualitas terbaik menjadi impoten jika hanya tiga orang yang melihatnya. Sedangkan artikel yang biasa-biasa saja dapat menjadi sangat populer jika ada 100 blogger yang membacanya, lalu membuat artikel balasan tentang tulisan tersebut di blognya masing-masing.

Memiliki orang yang melihat dan dapat mendistribusikan konten blog anda adalah hal yang amat sangat penting untuk mengembangkan *readership*.

Jika anda berhasil mengembangkan saluran distribusi maka selanjutnya tidak sulit bagi anda untuk membangun *perceived authority* dan *brand strength*, keunggulan ini diperoleh karena anda 'bisa ditemukan' di mana-mana. Orang biasanya membicarakan sesuatu yang biasa mereka lihat atau merasa familier, jarang sekali orang bicara tentang sesuatu yang tidak dikenal atau diketahui. Hal ini disebut mindshare.

Dengan memahami yang sudah dijelaskan di atas, sekarang kita telusuri manfaat memiliki *audience* utama dan bagaimana mengembangkan jaringan *audience* seperti itu untuk memperluas jalur distribusi yang sudah anda miliki.

Pentingnya Memiliki Audience Utama

Jika anda ingin membuat *readership* yang luas dan memiliki otoritas (*perceived authority*) pada segmen tertentu maka anda perlu terlebih dulu membangun kelompok *audience* utama. Hal ini penting karena orang-orang ini yang akan membuat blog anda berkembang di luar *readership* yang sudah anda miliki.

Kelompok *audience* utama harus mempunyai syarat berikut :

- Seorang blogger, masing-masing mempunyai *audience*-nya sendiri.
- Mempunyai pengaruh dalam segmen-nya.
- Mampu menghasilkan *traffic*.
- *Loyal reader* yang dapat menghargai konten dan opini anda.
- Memantau blog anda dan membaca sebagian besar yang anda tulis.
- Bisa jadi termasuk sebagai target pembaca yang anda tuju.

Saat anda mempublikasikan artikel, orang-orang inilah yang akan membagikannya dengan *audience* yang mereka miliki. Membawa pengunjung yang terarah (*targeted visitor*) untuk blog anda, di mana sebagian pengunjung baru ini akan berlangganan dan memantau blog anda, sebelum akhirnya menjadi *audience* utama juga.

Dengan membuat artikel bermutu (atau pantas untuk dibicarakan) yang disebarakan melalui *audience* utama yang mampu menghasilkan tautan (link) dan mengarahkan pembaca adalah strategi yang sangat penting untuk memaparkan dan mengembangkan readership blog anda.

Value of Core Audience: Contoh Content Dissemination

Di sini saya akan memberikan contoh bagaimana *core audience* mampu menghasilkan *traffic*.

Kebanyakan *breaking news* di situs Techcrunch mendapat [trackback](#) dan tautan dari banyak blog dan website yang lebih kecil, di mana setiap blog ini mengarahkan pembaca ke sumber aslinya - yaitu Techcrunch - saat mereka menulis artikel tentang berita tersebut.

Contoh lain, Andy Beard adalah blogger pertama yang menulis tentang [penurunan Google Page Rank](#) yang terjadi baru-baru ini. Penemuan yang dia publikasikan dengan cepat diikuti banjir tautan yang mengarah pada blognya. Sebagian tautan dibuat hanya berselang beberapa jam setelah artikelnya dipublikasikan. Ia mendapat lebih dari 190 tautan di mana sebagian berasal dari blog-blog besar.

Andy memiliki lebih dari 1500 *subscriber* dan *loyal reader* saat ia mempublikasikan artikel tersebut.

Pertanyaannya, apakah artikel tersebut akan cepat menyebar (atau bahkan diketahui orang) jika ditulis pada blog baru? Ya, mungkin saja, namun meskipun topiknya '*hot*', blog besar biasanya tidak membuat tautan pada materi yang tidak dikenalnya. Kalaupun ceritanya dikenal, apakah mereka akan begitu saja membuat tautan pada sumber/blogger yang tidak mereka ketahui kredibilitasnya?

Kepercayaan terhadap sumber informasi adalah hal penting.

Tentu saja sebuah blog yang baru berjalan dapat menggunakan jalur [social media](#) seperti Digg untuk mengatasi keterbatasan akibat *image* yang belum dikenal.

Di sisi lain blog yang sudah mapan dapat dengan mudah me-monopoli tautan dengan menulis opini atau versinya sendiri tentang suatu berita. Karena situs besar seperti ini mempunyai pembaca yang banyak sehingga tautan dan traffic melewati sumber aslinya dan mengarah langsung pada blog besar tersebut.

Artikel selanjutnya tentang tiga strategi membangun Core Audience.

Ada masukan, saran, dan pertanyaan? Silakan tinggalkan komentar.

You can also find this article published on [Rahasia Membuat Blog Populer, Pengantar](#), and on the tag pages [Blogging](#), [Branding](#), [Internet Business](#), [Marketing](#), [PR](#).