

ABSTRAK

Kehadiran Web 2.0 membawa dampak yang besar bagi masyarakat. Salah satunya, adalah munculnya inovasi *user generated content* dalam dunia internet. *User generated content* sendiri diresponi dengan baik oleh masyarakat, dibuktikan dengan berkembangnya personal blog. Di Indonesia, tidak hanya *personal blog* yang berkembang, tetapi juga media-media yang mengusung sistem serupa. Sayangnya, era tersebut tidak bertahan lama. Memasuki tahun 2008, *blog* mulai memasuki masa senjanya, namun justru di tahun tersebut Kompasiana lahir.

Keadaan *blog* yang mulai memasuki era senjakala memaksa Kompasiana untuk menjadi dinamis dan fleksibel untuk bertahan hidup. Kompasiana bahkan harus mengubah identitasnya dari *blog* jurnalis menjadi *blog* umum yang terbuka untuk publik. Banyak tantangan bagi Kompasiana, namun akhirnya, setelah hampir sembilan tahun berdiri, Kompasiana berhasil mematahkan anggapan tersebut dengan berhasil bertahan hingga saat ini dan bahkan menjadi *platform blog* sosial yang paling besar di Indonesia. Kompasiana bahkan mengatakan, bahwa *social blog* seperti Kompasiana bisa menjadi alternatif dari *personal blog*.

Keberhasilan yang didapat oleh Kompasiana tentunya merupakan hasil dari proses manajemen yang panjang, di mana Kompasiana selalu menempatkan pengguna sebagai aspek utama yang dipertimbangkan dalam setiap pengambilan keputusan. Karena keberhasilannya lah, manajemen Kompasiana perlu dipahami secara mendalam sebagai contoh dari *user generated content* yang mampu bertahan di Indonesia. Manajemen dari Kompasiana yang melibatkan pengguna ini akan diteliti menggunakan Teori dari Alan B. Albarran, yang membagi manajemen media ke dalam beberapa fungsi, yaitu perencanaan, pengelolaan, pemberian motivasi, pengontrolan, proses komunikasi, pemberian fasilitas, serta negosiasi.

Kata kunci: *user generated content*, internet, manajemen media, *blog*

ABSTRACT

The development of Web 2.0 in internet brings many impacts to society. One of the impacts is people can easily publish their contents using internet, this invention called user-generated content. One of the products of user generated content is blog, and immediately, blog became one of the internet hype until 2008. In Indonesia, the number of personal blogs in internet was increasing too. Blog also inspire some people to make media using blogs system or configuration, and one of it is Kompasiana.

Kompasiana born when blog era started to lose their fame. This condition forced Kompasiana to being flexible and dynamic to keep living. Kompasiana even changed their identity, from privat journalist blog to public blog. They got many challenges, but they had to prove that blog era is not over by staying alive. And now, after nine years of struggle, Kompasiana proves that social blog can be an alternate to personal blog. Kompasiana even be one of the best and biggest blog platform in Indonesia.

The successful of Kompasiana is a prove that blog can still alive, as long as the management team using the right strategies and making the right decisions. And one of their succesful keys, is because Kompasiana always let their users take parts in many factors. Kompasiana's management is a good example to explain about the important of media management in user generated content. And to understand the case, Alan B. Albarran's theory will be used. The theory divides management into some functions, including planning, organizing, motivating, controlling, communicating, facilitating, and negotiating.

Keywords: user generated content, internet, media management, blog