

## Social Media (3) : Social Media Formats

Written by Pitoyo Amrih

Tuesday, 05 July 2011 16:13 - Last Updated Wednesday, 06 July 2011 09:21

---

(Bagian ketiga dari lima artikel bersambung tentang Social Media [↩](#)

[lanjutan tulisan sebelumnya](index.php?option=com_content&view=article&id=270:social-media-2-social-media-tools&catid=42:seri-bisnis-di-internet&Itemid=75))

Melanjutkan pembicaraan kita pada artikel sebelumnya, sekarang mari kita coba analogikan dunia internet, ketika membangun social media dalam rangka SEO (Search Engine Optimization) ataupun SMM (Social Media Marketing), dengan sesuatu yang mudah misalnya kita akan membangun rumah. Yang disebut rumah sendiri, seumpama itulah Social Media. Sementara yang kita sebut Social Media Tools adalah alat-alat yang dibutuhkan untuk membangun rumah. Yang saya contohkan pada artikel sebelumnya bisa kita analogikan sebagai serok-pasirnya, palu, obeng, ember-semen, dan lain sebagainya.

Nah, sebuah rumah untuk dibangun pastilah butuh bahan. Ada semen, batu-bata, kayu, paku, keramik, dan sebagainya. Analogi bahan dalam social media bisa kita dekati dengan terminologi **Format**. Karena bagaimana pun juga, bahan penyusun social media adalah berupa perangkat lunak, maka yang menjadi pembeda adalah bagaimana tampilan file perangkat lunak itu. Itulah yang saya maksud sebagai format.

Saya akan coba buat daftar dengan penjelasan singkat apa saja format yang saat ini dipakai. Termasuk juga pemahaman kita, paling tidak pengertian awal akan pentingnya kompatibilitas format. Karena secara detail teknis hal ini memang membutuhkan telaahan yang cukup mendalam, dan para praktisinya memang butuh kompetensi minimal untuk mengaplikasikannya. Pilihan format itu kurang lebih bisa saya jabarkan sebagai berikut:

**Picture** atau gambar

Era digital merubah segalanya. Dahulu ketika orang berusaha membuat sebuah gambar, apa yang harus disediakan terasa rumit dan mahal. Kalau kita mau menggambar, butuh kertas atau kanvas, kemudian pensil, cat, kuas, dan sebagainya. Atau kalau mau memotret, butuh film, kemudian harus melalui proses cetak yang tidak mudah dilakukan oleh sembarang orang. Saat ini hampir setiap individu punya kemampuan memotret, dari yang profesional dengan alat fotografi mahal dan canggih, ataupun sekedar amatir memanfaatkan HP sekaligus alat foto. Atau mungkin menggambar di komputer dengan photoshop, corel dan semacamnya. Dengan mudah dicetak, ataupun diunggah ke PC, dengan mudah berada di belantara internet.

Gambar mengatakan ribuan kalimat, begitu kata pepatah.

Terkadang sebuah gambar dari tangan profesional, atau pun amatiran yang mungkin dibuat saking lugunya, bisa menggantikan tulisan banyak kalimat. Format gambar inilah yang kemudian menjadi semacam **bahasa** untuk dikomunikasikan dalam social media. Anda bisa mengalokasikan server sendiri untuk gambar-gambar anda, tapi justru yang efektif anda memanfaatkan **functioned-engine-web** yang melayani penyimpanan gambar ini seperti missal Picasa.com. Inilah yang disebut orang dengan teknologi **cloud-computing**, segala data tak perlu kita siapkan hardware server sendiri untuk menyimpannya, tinggal kita manfaatkan para penyedia disesuaikan formatnya. Seolah menyimpan data di awan.

Selain ekonomis, memanfaatkan web semacam picasa.com ini juga memudahkan kita untuk mengkonfigurasi tools yang ingin kita pakai. Mau gambar yang kita simpan itu terpampang di wall Facebook, tinggal manfaatkan tombol **share fb** yang sudah disiapkan di picasa. Atau misal gambar itu bisa terpampang di web kita, mereka juga sudah siapkan kode embedding yang praktis. Sehingga kita tak perlu menyimpan gambar yang bisa

jadi memakan memori besar di web-server kita sendiri. Bahkan web semacam picasa.com ini, saat ini juga menyediakan editing sederhana terhadap gambar, dibuat hitam-putih, tambah ketajaman gambar, dibuat blur, edit terang-gelap, semua tersedia.

**Audio Video**

Sebuah format film, yang umumnya tidak dibuat panjang, yang penting pesan tersampaikan atau paling tidak bisa sebagai prolog untuk membawa ke halaman konten yang memuat info lebih lengkap. Dan bila kita berniat mengalokasikan sendiri web-server untuk menyimpan video kita, masalah format video adalah hal yang paling krusial. Karena video audio, pastilah sesuatu yang harus mengkompromikan antara kualitas gambar suara dengan besar file dan streaming untuk menampilkannya. Hal inilah kemudian yang membuat layanan semacam Youtube.com justru menjadi pilihan utama bila ingin mengkomunikasikan sesuatu hal dalam bentuk film. Youtube mampu menerima format apa saja, dan bisa melakukan re-formatting sehingga best-view-streaming. Selain tentunya fungsi standard, semacam dialog box, embedding, sharing, dan sebagainya.

**Presentation Slide-show**

Sebuah ide atau gagasan banyak yang dituangkan dalam bentuk slide-show yang biasa juga digunakan dalam presentasi. Pengalaman saya, malah justru membutuhkan pemrograman flash yang tidak sederhana bila kita menyimpan file presentasi di server kita sendiri dan menampilkannya suatu saat menjadi bagian dari blog ataupun misalnya wall di FB.

Hal ini akan amat sangat mudah justru bila kita menitipkan saja file-file presentasi ini ke function-engine-web yang memang menyediakan layanan jasa **cloud computing** khusus file presentasi, misal yang selalu saya pakai adalah slideshare.com. Dan apapun format presentasinya, apakah ppt, pdf, open-office, dan lainnya, sejak kita upload ke sana, maka saat itu juga presentasi kita akan langsung dirubah format menjadi flash sehingga **internet-environment-friendly**. Kapanpun kita ber-social media, entah melalui tool micro-blogging (tuliskan tweet di twitter misalnya), atau chatting, maka dengan mudah file tersebut kita bendel didalamnya. Dan bisa dua arah, bila dari halaman presentasi, biasanya sudah disediakan tool sharing ke FB atau twitter yang kebetulan paling populer, atau tombol RSS yang juga tersedia di sana. Atau bila dari halaman social network anda tinggal embed halaman itu, dan slide tersebut langsung tertempel.

Akhir-akhir ini anda mungkin banyak mendengar istilah Webinar atau singkatan dari web-seminar. Sebuah seminar yang dilakukan melalui internet sehingga bisa menjangkau seluruh belahan dunia yang terhubung internet dalam waktu real-time. Webinar bisa berformat video yang dibuat live streaming misal melalui skype.com, sambil dalam waktu bersamaan bila ada file presentasi didalamnya, file tersebut yang sudah diupload tentunya- bisa terhubung pada saat webinar tersebut sehingga pengguna internet bisa mengikuti materi presentasi. Dimana file presentasi bisa berisi product launching, product knowledge, know-how, advertising atau apa pun.

**E-book, E-leaflet, E-brochure** atau diperluas istilahnya menjadi **E-Document**

Anda pasti paham apa itu buku, leaflet ataupun brosure, ataupun mungkin bisa diperluas menjadi product-catalog, product-knowledge, dan sebagainya. Nah, bila semua hal itu dalam bentuk format cetak di rubah menjadi soft copy, kemudian diformat menjadi yang paling umum- pdf, maka jadilah e-book. Leaflet cetak menjadi e-leaflet. Brosure menjadi e-brochure. Ada layanan eksklusif berbayar dimana kita bisa menyimpan (cloud-computing) semua dokumen itu sehingga bisa mudah diakses, di-embed

dan sebagainya. Ada juga yang gratisan dengan segala keterbatasannya.

**Wiki-format**

Anda mungkin tahu Wikipedia, dimana berisi informasi yang dimaksudkan sebagai ensiklopedi sehingga betul-betul difiltrasi obyektifitasnya oleh banyak orang, dan tersedia secara mudah di internet. Nah, dengan semangat serupa kita bisa juga melakukannya. Terutama bagi perusahaan yang misalnya memiliki produk yang jumlahnya ratusan, dan harus menyertakan informasi teknis obyektif bagi calon pembelinya. Perusahaan suku cadang misalnya. Informasi obyektif inilah yang bisa kita setarakan dengan format wiki dimana sebuah perusahaan bisa kemudian memindahkan semua informasi catalog produknya di internet melalui server sendiri, ataupun memanfaatkan web yang layanannya berbasis wiki ini. Apalagi bila perusahaan ini berbasis dimana saja di dunia, sehingga karyawannya dimanapun dengan otorisasi tertentu bisa saling bantu melengkapi info produk itu. Di pihak lain informasi ini bisa menjadi materi yang dengan mudah bisa diakses isinya oleh pengguna internet siapa saja, dan dengan mudah bisa di-share.

Anda menemukan Wiki ini juga sebagai tools, juga bisa sebagai salah satu format. Memang demikianlah keadaannya, tinggal sampai sejauh mana kita bisa menggunakan kreatifitas kita memanfaatkan itu semua. Seperti analogi membangun rumah, anda menggunakan palu sebagai tools, dengan kreatifitas anda mungkin bisa juga memajang palu untuk hiasan dinding.

**Event and Location**

Layanan Google-earth telah memberi banyak kemudahan. Bila anda punya produk, kemudian memiliki lokasi dimana-pun juga dibelahan bumi ini, tempat bisa mengakses produk tersebut, atau misal punya event dalam rangka promosi produk tersebut, anda bisa tempatkan informasi bisa berupa foto, video atau apa pun di peta google-earth. Kemudian lokasi dengan koordinat ini anda bisa share entah di-blog anda, atau di social network.

**Review and Rating**

Dulu, setiap orang berkomentar terhadap sebuah produk, atau mungkin memberi skor pada produk tersebut, maka butuh upaya ekstra untuk mendata-base kan itu semua, sehingga ketika orang kemudian pengin tahu tentang produk dan pendapat orang lain tentang produk tersebut, maka semua itu akan langsung terpampang di depan orang itu.

Kini, format **review and rating** bisa membuat segalanya dengan mudah terdata-base dengan sendirinya, dengan mudah orang dengan sukarela memberikan testimoni maupun penilaian, dengan mudah pula orang lain bisa melihat atau mengonfirmasikan hal itu kepada pemberi review. Bayangkan anda punya produk, kemudian anda pasang pada halaman yang menyediakan layanan review and rating, FB ads-page misalnya. Kemudian anda informasikan ke banyak pelanggan anda, pasti ada diantara mereka yang akan secara sukarela memberikan review dan rating pada produk tersebut. Informasi ini selamanya **selama** FB masih memberikan layanan itu tentunya- akan tertempel di produk anda. Akan selalu bertambah dengan bertambahnya waktu. Anda pun bisa mengelola agar review yang positif bisa selalu terpampang, sementara review negative bisa anda beri tanda sehingga hanya anda saja yang bisa melihatnya sebagai feed-back terhadap produk anda. Ketika kemudian anda setiap kali melakukan share akan info produk tersebut, maka informasi review dan rating akan selalu mengikutinya. Konon katanya, keputusan seseorang dalam membeli sebuah produk lebih banyak oleh faktor emosional tinimbang rasional, dan faktor emosional yang banyak berpengaruh adalah **influence** dari orang lain terutama teman.

Dan masih banyak lagi

### Social Media (3) : Social Media Formats

Written by Pitoyo Amrih

Tuesday, 05 July 2011 16:13 - Last Updated Wednesday, 06 July 2011 09:21

---

format yang secara kreatif dikembangkan orang dan banyak tersebar di belantara internet. Tinggal kejelian kita bisa melihat dan memanfaatkannya. Dan bisa jadi kita pun boleh mengembangkan sendiri format-format yang bisa menyusun bangunan rumah social media kita. (bersambung)

5 Juli 2011

Pitoyo Amrih