



# Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



## Bimbingan Teknisi Pembuatan Blog Kepada Siswa Ekstrakurikuler IT Club SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan

Baginda Harahap<sup>1</sup>, Bay Haqki<sup>2</sup>, Dinur Syahputra<sup>3</sup>, Roy Nuary Singarimbun<sup>4</sup>, AtikaAini Nasution<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi, Universitas Battuta

<sup>2</sup>Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Battuta

<sup>3</sup>Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi, Universitas Battuta

<sup>4</sup>Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Teknologi, Universitas Battuta

<sup>5</sup>Program Studi Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Battuta

### Keywords:

Blogger;  
Kreativitas; Siswa  
SMA Kemala  
Bhayangkari 1  
Medan.

**Abstract.** *In this activity we choose PKM-Informatics Study Program Lecturers and Students where our goal is to develop the interests and creativity of extracurricular students in creating blogs that can add experience and motivate us in developing innovations and creations. One of them is with this blog. Maybe this is something new to us, we often hear and maybe it is familiar to our ears. We often see this blog on Google as a tool for information, be it digital marketing, media and others. Most of the people, especially those who are not familiar with the benefits of this blog, assume that the use of this blog is only limited to a means of publishing information, even though it has many benefits such as sharing knowledge, honing writing skills, learning to make money online and others.*

Corresponding author\*

Email: [1profesionalbaginda@gmail.com](mailto:1profesionalbaginda@gmail.com)

### 1. PENDAHULUAN

*Blog* adalah sarana yang sangat mudah digunakan untuk menulis dan mempublikasikan apapun di internet. Dengan *blog*, setiap orang dapat menyampaikan segala hal dalam bentuk tulisan, gambar, dan video secara gratis. Konten yang disampaikan tidak terbatas. Setiap orang bisa menyampaikan isi pikiran yang sederhana seperti diari hingga menulis berita secara individu (*citizen journalism*). *Citizen journalism* mengacu kepada partisipasi aktif masyarakat dalam memberikan tanggapan, hingga mempublikasikan konten, berita dan sebagainya di media seperti menjadi blogger atau menjadi kontributor media massa. Sebagaimana dalam buku *The Encyclopedia of Journalism: A-C, Volume 1, citizen journalism* dapat didefinisikan sebagai berikut; "...*citizen journalists can be individuals making a single contribution (a fact, correction, photo, etc.), bloggers, or professionals editing citizen content for "professional-amateur" (pro-am) sites which*



# Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



*integrates the works of professional staff and citizen contributors.*"<sup>1</sup> Budaya citizen journalism di Indonesia sendiri telah marak sejak peristiwa bencana tsunami di Aceh. Saat itu banyak berita dan laporan yang dipublikasikan oleh warga dan terbukti berita langsung dari korban dapat mengalahkan berita yang dibuat oleh jurnalis profesional.

Sejak itu banyak muncul situs berisi berita maupun tulisan yang diproduksi secara bebas oleh masyarakat secara individu. Sarana internet, khususnya blog membuat siapapun leluasa memproduksi konten apapun dengan mudah. Apapun yang dipublikasikan melalui *blog*, akan dilihat dan dibaca oleh pengguna internet yang jumlahnya bisa mencapai jutaan bahkan lebih. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo), dalam situs resminya [kominfo.go.id](http://kominfo.go.id), di Indonesia sendiri, pengguna internet mencapai 82 juta orang pada tahun 2013. Jumlah tersebut merupakan urutan terbesar ke-8 terbanyak di dunia.

Bahkan di tahun 2014, sudah menduduki urutan ke-6 dengan jumlah pengguna internet sebanyak 83,7 juta orang. Ini merupakan perkembangan yang sangat cepat. Sebagaimana dikutip dari [kompas.com](http://kompas.com), *e-marketers* memperkirakan pada tahun 2017, pengguna internet akan mencapai 112 juta orang, yaitu menduduki peringkat ke-5 di dunia.

Terakhir, di tahun 2015, Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) telah merilis hasil riset nasional terkait jumlah pengguna dan penetrasi internet di Indonesia berjumlah 88,1 juta orang. Potensi tersebut kemudian menumbuhkan budaya blogging (aktivitas menulis dan mengelola *blog*) di masyarakat. Banyak orang terkenal berawal dari aktivitas *blogging* ini. Misalnya Raditya Dika yang mempublikasikan cerita-cerita komedi melalui blognya [kambingjantan.com](http://kambingjantan.com). Tulisan-tulisannya kemudian membuatnya terkenal di jagat maya. Lalu ia semakin dikenal setelah menjadikan tulisannya menjadi novel komedi, yang akhirnya mengangkatnya menjadi orang terkenal ke layar televisi dan layar lebar. *Blogger* lainnya seperti Cosa Aranda yang terkenal di dunia maya karena kesuksesan karirnya sebagai *blogger*. Cosa Aranda memiliki sejumlah *blog* yang menjadikannya terkenal sebagai profesional *blogger* dan menjadikan *blog* sebagai mata pencahariannya. Selain Cosa Aranda dan Raditya Dika, banyak *blogger* lainnya yang memanfaatkan *blog* sebagai sarana berbagai hal. Tidak hanya ajang eksistensi diri, tetapi juga menjadikan *blog* sebagai mata pencaharian. Namun, pengguna *blog* bisa mengoptimalkan *blog*nya ini karena dapat menguasai keterampilan *blogging*. Tidak hanya teknik tetapi juga mampu mengisinya dengan konten-konten yang berkualitas. Program Studi (prodi) Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) di Institut Agama Islam Negeri Purwokerto merupakan prodi yang dapat mengantarkan mahasiswa.

## 2. METODE

Metode kegiatan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah metode presentasi, diskusi, tanya jawab, pelatihan berdasarkan modul yang telah disiapkan dan pendampingan. Presentasi yang dilakukan disertai dengan demonstrasi bagaimana cara membuat *blog* dengan mudah, dan aman agar semua peserta dapat mengikuti jalannya pelatihan dengan baik.



# Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Tentu bimbingan secara teknis ini memberikan suatu pengetahuan yang baru di peroleh oleh siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan sebagai peserta ekstrakurikuler IT Club untuk semakin kreatif siswa dalam mengembangkan kompetensi mereka. Pada dasarnya juga PkM ini dibuat karna di SMA pembelajaran TIK itu sangat terbatas, makanya dibuat pelatihan ini berdasarkan permintaan dari guru pelatih ekstrakurikuler IT Club.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil dan pembahasan ini menjelaskan tentang hasil atau luaran pengabdian bisa berupa peningkatan pengetahuan, keterampilan atau berupa produk. Hasil juga mengemukakan tingkat ketercapaian target kegiatan.



**Gambar 1. Foto Kegiatan**

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terhadap SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan dalam kegiatan ekstrakurikuler IT Club sebagai bentuk wujud untuk memperhatikan kepada siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan dimana perlu untuk mesosialisasikan bahwa *smarphone* yang kita miliki sangatlah bermanfaat jika digunakan dengan berbagai kegiatan positif.

*Smarphone* yang di fasilitasi dengan layanan internet dapat memberikan kreatifitas kepada siswa siswi dan bahkan bisa sebagai ladang bisnis jika hal tersebut diarahkan, maka dengan demikian pada pengabdian kepada masyarakat ini sebagai ilmu yang disosialisasikan sebagai berikut:



# Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



## 1. Gambaran Rancangan Pembuatan *Blog*



**Gambar 2. Rancangan Pembuatan *Blog***

Dengan mempertimbangkan keunggulan *WordPress*, kali ini kami akan menggunakan platform tersebut untuk tutorial cara membuat *blog* pribadi. Berikut adalah 8 langkah yang bisa Anda lakukan untuk membuat *blog* yang menarik:

- a. Memilih *niche blog*
- b. Pilih layanan dan jenis *hosting* yang tepat
- c. Menentukan nama *domain*
- d. Instalasi *WordPress*
- e. Atur konfigurasi *WordPress*
- f. Instal tema *WordPress*
- g. Buat postingan *blog*
- h. Instal *Plugin WordPress*

## 2. Layanan dan Jenis *Hosting*



**Gambar 3. Layanan dan Jenis *Hosting***



# Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



*Hosting* adalah tempat di mana semua *file blog* kita akan disimpan dan dapat diakses melalui internet. Karena kita akan menggunakan *WordPress.org* (ingat ya, bukan *WordPress.com*) untuk

cara membuat blog, maka diperlukan layanan *hosting* secara mandiri. Dalam memilih layanan *hosting* tidak boleh sembarangan, karena akan berpengaruh pada performa *blog*. Jadi, sebisa mungkin pilih layanan *hosting* yang terpercaya. Ada beberapa jenis *hosting* yang dapat Anda gunakan sebagai cara membuat *blog* yang menarik, yaitu:

- a. *Shared hosting*, jenis *hosting* yang paling terjangkau dan mudah penggunaannya;
- b. *Cloud hosting*, jenis *hosting* dengan fasilitas VPS dan kemudahan *shared hosting*;
- c. *VPS hosting*, memiliki kapasitas *server* yang besar dan membutuhkan keterampilan teknis.

### 3. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari sabtu tanggal 15 Juni 2024 bertempat di laboratorium komputer SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan.

### 4. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran yang dipilih adalah siswa peserta ekstrakurikuler SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan.

### 5. Penentuan Blog

- a. Tentukan *niche*
- b. Pilih *web hosting* yang tepat
- c. Daftarkan nama *domain*
- d. Install platform pengelolaan *blog*
- e. Publikasikan konten dan kembangkan *blog*
- f. Promosikan *blog*
- g. Mulai hasilkan uang melalui *blog*

### 6. Alat-Alat Kegiatan

- a. *Evernote* dapat digunakan untuk mengatur bisnis Anda
- b. Momentum
- c. *Self Control App*
- d. *Mindmeister*
- e. *Meistertask*
- f. *Trello*
- g. *Google Calender*
- h. *Focus Booster*

### 7. Hasil Kegiatan

Meningkatkan pengetahuan siswa peserta ekstrakurikuler SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan terhadap *blog*.

Meningkatkan kesadaran siswa peserta ekstrakurikuler SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan, bahwa perlunya *blog* sebagai alat media.



# Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Meningkatkan kreativitas siswa peserta ekstrakurikuler SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan terhadap pembuatan *blog*.

*Blog* merupakan kependekan dari “*Weblog*” yang berarti salah satu jenis *website* atau jurnal *online* yang memuat tampilan informasi dari berbagai sumber serta memuat konten seperti artikel, teks, foto, video, dan *link* (tautan). Saat ini, banyak cara yang dapat anda gunakan untuk membuat halaman artikel sendiri dengan mudah dan cepat. Anda dapat menggunakan *platform* seperti *WordPress* atau *Blogger (Blogspot)* tanpa harus memahami bahasa pemrograman secara *expert*. Terkait dengan struktur *blog* dapat bervariasi menyesuaikan dengan pengguna. Namun, secara umum dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a. *Navbar*  
Merupakan bagian penting dari struktur *website* untuk membantu user dapat memilih konten dan memudahkan dalam kebutuhan navigasi tiap halaman *blog* terkait.
- b. *Header*  
Header memuat judul, deskripsi, serta menu pada halaman artikel yang anda buat.
- c. *Main Blog*  
Main *blog* memuat *section* atau konten utama yang berisi informasi penting dalam bentuk artikel disertai dengan dukungan gambar, video, serta *link* sebuah *website*.
- d. *Sidebar*  
*Sidebar* biasanya dapat memuat beberapa rekomendasi artikel terbaru yang terkait dengan halaman *blog* utama.
- e. *Footer*  
*Footer* berisi informasi seputar penulis, kontak, dan form *subscription* untuk mengisikan alamat *email*.

## 8. Jenis-Jenis *Blog*

*Blog* menjadi media yang paling sering digunakan sebagai sumber informasi, contoh *blog* yang sering kali didengar adalah *blog* pribadi. Namun, dalam perkembangannya terdapat beberapa jenis *blog* lainnya yang mudah untuk dikelola. Berikut merupakan jenis-jenis dari *blog*.

- a. *Blog Pribadi*  
*Blog* jenis ini dapat dimanfaatkan oleh setiap orang untuk hanya sekedar memberikan informasi terbaru berdasarkan pengalaman atau menambahkan kutipan dari narasumber terpercaya. Selain itu, *blog* pribadi juga tidak terikat oleh aturan dan anda bebas untuk mengekspresikan atau menuangkan buah pikiran anda dengan tepat.
- b. *Blog Bisnis*  
Kedua, jenis ini cenderung mengarah pada pembuatan konten artikel yang mencakup pemasaran digital atau biasa disebut dengan *content marketing*. Jadi, anda dapat memanfaatkan teknik *SEO* secara tepat untuk dapat menunjang kualitas konten serta mampu meningkatkan posisi ranking halaman pada situs pencarian *Google*.
- c. *Blog Profesional*  
Dan yang terakhir, anda juga dapat membangun *blog* untuk meningkatkan branding sesuai dengan



# Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

## Eka Prasetya



kemampuan dan skill anda. Cara ini terbukti cukup efektif, namun memiliki beberapa batasan tertentu sebelum mempublikasikan konten artikel kepada pembaca. Misalnya saja, anda



# Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



dapat membuat konten yang berhubungan dengan keahlian masing – masing individu. Apabila memiliki hobi atau pekerjaan di bidang pengembangan *website*, maka dapat mencoba dengan membuat artikel seputar proses teknis, *tools* dan tahapan *development*.

## 9. Fungsi Blog

Setelah mengetahui pengertian, jenis dan strukturnya, selanjutnya masuk pada pembahasan mengenai manfaat dan fungsi dari pembuatan *blog*. Ketahui beberapa fungsi blog sebagai berikut:

### a. Meningkatkan *Brand Awareness*

Pertama, dengan mengembangkan berbagai artikel melalui proses *SEO writing* yang tepat, maka anda dapat meningkatkan *brand awareness* dari produk situs anda. Sehingga, anda mampu mendapatkan dukungan trafik yang tinggi dan sesuai dengan kampanye bisnis atau personal branding anda.

### b. Sebagai Sarana Media Publikasi

Selanjutnya fungsi lain dari blog adalah sebagai media publikasi yang terbilang cukup efektif tanpa harus mengeluarkan biaya yang mahal. Jenis publikasi ini cenderung mengutamakan terhadap peningkatan pengunjung melalui metode *organic search* tanpa harus memasang iklan maupun menggunakan teknik SEM (*Search Engine Marketing*).

### c. Untuk Menampilkan Informasi Teraktual

Fungsi *blog* ketiga yaitu mampu untuk menampilkan informasi dan *update* berita terbaru secara cepat dan menjangkau target *user* yang lebih luas. Yang mana, akan berkorelasi dengan peningkatan kesadaran terhadap merek produk atau personal *identity* yang anda miliki.

## 10. Cara Membuat Blog Menarik Untuk Menghasilkan Uang

Membuat *blog* adalah salah satu cara menulis yang dapat menghasilkan uang. Namun, dalam penulisan blog tidak hanya sekedar memperhatikan struktur kepenulisan, terdapat beberapa strategi dan cara menulis untuk menghasilkan blog informatif yang menarik.

Bagaimanakah langkah – langkah untuk mendapatkan profit atau keuntungan dari pembuatan blog? Berikut ini terdapat beberapa tips yang dapat anda gunakan lebih lanjut.

### a. Melakukan Riset terkait Kompetitor Bisnis dan *Keyword*

Hal yang harus anda lakukan terlebih dahulu adalah melakukan *keyword research* untuk mempermudah anda dalam mencapai trafik sesuai dengan topik bahasan yang ingin anda kerjakan. Selain itu, pastikan juga kompetitor *blog* anda untuk mengetahui *outline* dan dapat membuat artikel lebih optimal dan berkualitas.

### b. Menentukan Topik dan Merancang Struktur Konten

Selanjutnya, jangan lupa untuk menentukan topik sesuai dengan minat dan keahlian anda. Kemudian, gunakan struktur konten yang baik dan menarik agar pembaca tidak merasa bosan dan dapat memahami isi dari konten yang anda sajikan.



# Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

## Eka Prasetya



c. Menggunakan Teknik SEO yang Tepat

Langkah selanjutnya dari membuat *blog* adalah dengan menggunakan teknik SEO yang tepat. SEO merupakan teknik yang paling efektif untuk menunjang halaman web dapat muncul di top page 1 *Google Search Engine*. Anda perlu untuk belajar mengenai *SEO On Page* dan *Off Page* agar performa *blog* anda dapat bersaing dengan kompetitor yang lain.

d. Mengunggah Artikel secara Konsisten

Dan terakhir, pastikan untuk selalu aktif dan konsisten dalam mempublish artikel secara kontinu (berkelanjutan) agar meningkatkan jumlah pengunjung pada halaman *blog* anda. Selain itu, juga dapat membantu dalam meningkatkan *authority* dari web anda. Jika anda menggunakan CMS (*Content Management System*) seperti *WordPress* atau *Blogspot*, akan sangat mudah dalam memonitoring dan mengelola artikel yang anda buat.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan untuk penyuluhan/konsultasi bimbingan teknis pembuatan blog dengan baik dan bijak guna meningkatkan kreatifitas siswa siswi peserta ekstrakurikuler SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan sangat antusias dan tertarik untuk mengembangkan ide dan gagasannya melalui sosial media, hanya saja terkadang bimbingan serta arahan untuk siswa siswi itu belum berjalan sesuai dengan apa yang kita harapkan, sehingga masih banyak terjadi dikalangan siswa siswi menggunakan *blog* itu hanya sebagai alat telekomunikasi dan sosial saja, bahkan terkadang dijadikan sebagai sarana negatif dalam dunia maya. Maka dengan hal itu pengabdian kepada masyarakat ini memberikan pemahaman kepada siswa siswi bagaimana menggunakan *blog* dengan bijak dan benar untuk menunjang kreatifitas, dan *interpreneur*. Mengingat besarnya manfaat kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, maka selanjutnya perlu : Masyarakat atau guru dan siswa siswi perlu mengembangkan bakat dan sering mengikuti pelatihan ataupun bisa melihat tutorial dari youtube dan media lainnya tentang cara membuat sesuatu agar bakat tersebut bisa dijual melalui *blog* dan tidak perlu membuka toko yang mungkin memberatkan/membebani masyarakat dan, Mengadakan pelatihan serupa dengan tema yang berbeda untuk memberikan Pengetahuan dan Wawasan kembali kepada Masyarakat tentang Teknologi apa saja yang bisa digunakan untuk masyarakat agar dapat meningkatkan perekonomian sehari-hari. Terdapat peningkatan pengetahuan dan pemahaman siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan yang mengikuti ekstrakurikuler IT Club terhadap *blog*. Terdapat peningkatan keinginan siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan untuk menjadi seorang *blogger*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, N., Liu, H., Tang, L., & Yu, P. S. (2012). Modeling blogger influence in a community. *Social Network Analysis and Mining*, 2, 139–162.
- Alsaleh, D. (2017). Understanding the role of blogger recommendations on consumer purchasing behavior. *The Journal of Business Inquiry*, 17(1), 23–40.



# Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

## Eka Prasetya



- Burger, J. D., & Henderson, J. C. (2006). An Exploration of Observable Features Related to Blogger Age. *AAAI Spring Symposium: Computational Approaches to Analyzing Weblogs*, 15–20.
- Chen, G. M. (2013). Don't call me that: A techno-feminist critique of the term mommy blogger. *Mass Communication and Society*, 16(4), 510–532.
- Chu, S.-C., & Kamal, S. (2008). The effect of perceived blogger credibility and argument quality on message elaboration and brand attitudes: An exploratory study. *Journal of Interactive Advertising*, 8(2), 26–37.
- Dennen, V. P. (2014). Becoming a blogger: Trajectories, norms, and activities in a community of practice. *Computers in Human Behavior*, 36, 350–358.
- Fan, T.-K., & Chang, C.-H. (2009). Blogger-centric contextual advertising. *Proceedings of the 18th ACM Conference on Information and Knowledge Management*, 1803–1806.
- Germic, E. R., Eckert, S., & Vultee, F. (2021). The impact of Instagram mommy blogger content on the perceived self-efficacy of mothers. *Social Media+ Society*, 7(3), 20563051211041650.
- GÜRÇAYIR TEKE, S. (2014). Dönü{c{s}}en anneli{u{g}}e yönelik netnografik bir analiz: Blogger anneler. *Milli Folklor*, 26(103).
- Harahap, B. (2021a). K-Means Analysis in Grouping Abilities of Battuta University Informatics Study Program Students. *INFOKUM*, 10(1), 351–359.
- Harahap, B. (2021b). Pelatihan Fardhu Kifayah Berbasis Multimedia Pada Serikat Tolong Menolong Istiqomah (STMI). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 1(1), 1–6.
- Harahap, B. (2022). Sosialisasi bimbingan teknis advokasi kepatuhan koperasi bagi gerakan koperasi kota dan kabupaten. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 5–10.
- Harahap, B., Hasibuan, E. H., Rambe, A., Singarimbun, R. N., & Syahputra, D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 di Masjid Muhammad Jayak. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 22–29.
- Hsu, C.-L., Lin, J. C.-C., & Chiang, H.-S. (2013). The effects of blogger recommendations on customers' online shopping intentions. *Internet Research*, 23(1), 69–88.
- Huffaker, D. (2005). The educated blogger: Using weblogs to promote literacy in the classroom. *AACE Review (Formerly AACE Journal)*, 13(2), 91–98.
- Imawati, A. V., Solihah, A. W., & Shihab, M. (2016). Analisis personal branding fashion blogger Diana Rikasari. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 5(3).
- Ing, G. P., & Ming, T. (2018). Antecedents of consumer attitude towards blogger recommendations and its impact on purchase intention. *Asian Journal of Business and Accounting*, 11(1), 293–323.
- Istiani, A. N. (2015). Konstruksi makna hijab fashion bagi Moslem fashion blogger. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(1), 48–55.
- Jenkins, H. (2008). Fan, blogger e videogamers. *L'emergere Delle Culture Partecipative Nell'era Digitale*, 28.
- Kraidy, M. M. (2016). *The naked blogger of Cairo*. Harvard University Press.
- Maggiore, G., Lo Presti, L., Orłowski, M., & Morvillo, A. (2022). In the travel bloggers' wonderland: mechanisms of the blogger--follower relationship in tourism and hospitality management--a systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(7), 2747–2772.



# Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



- Mishne, G., Glance, N. S., & others. (2006). Predicting movie sales from blogger sentiment. *AAAI Spring Symposium: Computational Approaches to Analyzing Weblogs*, 155–158.
- Nasution, A. A., Harahap, B., Harahap, R. A., Wahdi, N., & others. (2022). Socialization of the Use of Multimedia as a Learning Tool to Improve the Skills of MAS Darul Ilmi Students. *IJCS: International Journal of Community Service*, 1(1), 48–61.
- Sari, D. Y. (2023). Pengaruh Expertise dan Trustworthiness Terhadap Information Credibility Food Blogger Akun Media Sosial Instagram Kuliner di Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 70–79.
- Siles, I. (2012). Web technologies of the self: The arising of the “blogger” identity. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(4), 408–421.
- Singer, J. B. (2005). The political j-blogger: ‘Normalizing’ a new media form to fit old norms and practices. *Journalism*, 6(2), 173–198.
- Smith, B. G. (2010). The evolution of the blogger: Blogger considerations of public relations-sponsored content in the blogosphere. *Public Relations Review*, 36(2), 175–177.
- Sya’ban, W. (2010). *Build Your Blogger XML Template*. Penerbit Andi.
- Syahbani, M. F., & Widodo, A. (2017). Food blogger instagram: Promotion through social media. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 46–58.