

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan data yang disajikan pada tahun 2025 di platform (*similar.com*) posisi *Detik.com* berada pada peringkat pertama sebagai penerbit berita dan media di Indonesia. Kemudian menduduki peringkat negara di urutan sembilan. Trafik *Detik.com* mengalami kenaikan jumlah visit yang cukup drastis, ditinjau dari bulan Februari yang semula berjumlah 170,6 juta menjadi 182,9 di bulan Maret. Komposisi minat audiens pengunjung *Detik.com* 57,63% laki-laki dan 42,64% perempuan. Kelompok umur pengunjung terbesar adalah 25-34 tahun. Data keseluruhan dapat berubah, dapat di cek secara berkala melalui *web similar.com*.

Menurut Hatika (2018:4) strategi pemberitaan adalah metode atau langkah-langkah yang diterapkan oleh suatu organisasi atau kelompok dalam rangkaian proses produksi berita, mulai dari peliputan peristiwa, penulisan, pengeditan, sampai dengan publikasi berita. Strategi pemberitaan bisa dimanfaatkan oleh pemimpin untuk memperoleh kepercayaan dari para pembaca sebagai bagian dari pencapaian suatu organisasi.

Sebagai salah satu portal berita terkemuka di Indonesia, *Detik.com* berperan penting dalam menyajikan informasi aktual dan relevan kepada audiens. Awalnya, *Detik.com* berfokus pada pemberitaan peristiwa terkini, namun seiring berjalannya waktu, *platform* ini juga memperluas cakupan

informasinya ke berbagai bidang seperti bisnis dan keuangan, gaya hidup serta hiburan, olahraga, kesehatan, dan tips seputar makanan.

Media *Detik.com* memproduksi berita yang diklasifikasikan berdasarkan kategori, guna memudahkan *newsreader* untuk menyaring serta menentukan informasi yang diperlukan, diantaranya adalah *detikNews*, *detikInet*, *detikSport*, *detikOto*, *detikFood*, *Wolipop*, *20Detik*, *detikEdu*, *detikProperti*, *detikFinance*, *detikHot*, *sepakbola*, *detiktravel*, *detikHealth*, *DetikX*, *detikFoto*, *detikHikmah*, dan *detikPop*.

Sebelum berita dipublikasikan pada situs *website*, tim *Detik.com* terlebih dahulu menyusun perencanaan atau strategi bersama seluruh anggota redaksi. Hal ini dilakukan karena, baik media konvensional maupun media daring, strategi merupakan unsur penting yang wajib diterapkan. Tujuan utama dari strategi adalah merancang langkah-langkah terstruktur demi mencapai target yang sejalan dengan visi serta misi media tersebut. Dalam hal ini, strategi dibutuhkan guna membantu untuk mendorong peningkatan jumlah pembaca melalui kualitas berita yang disajikan.

Di sisi lain, dinamika persaingan pada ranah digital yang semakin *intens* menuntut perhatian khusus. Keberhasilan suatu berita tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten, tetapi juga pada sejauh mana konten berita mampu menjaring trafik secara organik. Maka dari itu, penerapan *SEO* (*Search Engine optimization*) menjadi langkah penting dalam mendorong peningkatan kunjungan ke *platform* media daring. *SEO* adalah upaya untuk menyempurnakan

situs *web* serta mempromosikannya agar tampil di mesin pencari, dengan tujuan meningkatkan peringkat dan jumlah pengunjungnya (Jaya, *et.al.*, 2023:3).

Tingkat kunjungan atau trafik ke situs berita *online* menjadi indikator penting dalam menilai performa portal berita. Semakin banyak pengunjung yang mengakses situs tersebut, semakin besar pula pengaruhnya terhadap pendapatan iklan serta keberhasilan situs secara menyeluruh. Dalam konteks ini, upaya optimalisasi mesin pencari (*SEO*) menjadi strategi utama untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan posisi situs *web* pada hasil pencarian.

Teknik *SEO* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *SEO On Page*. Menurut Nazar dalam Septiani & Kurniawan (2020:85) *On Page SEO* adalah suatu Teknik mengoptimalisasi halaman website dengan menerapkan beberapa dasar *keyword* yang ditargetkan kedalamnya. Keuntungan dari *On Page SEO* yaitu situs akan lebih dinilai relevan oleh mesin pencari. Jika halaman tersebut hanya mendapatkan sedikit *black link* bisa dipastikan dengan mudah mendapatkan urutan pertama pada mesin pencari. Ada beberapa dasar yang harus diterapkan dalam *On Page SEO* diantaranya adalah *Title Tag*, *Meta Description*, *URL (Uniform Result Locator)*, *Heading*, *Image & Image Alt tag*, dan *Link to Authory Site*.

Penelitian tentang penerapan *SEO On Page* pada media *Detik.com* merupakan upaya yang sangat penting dalam konteks perkembangan industri berita digital saat ini. Pada era di mana informasi digital menjadi semakin dominan dan persaingan di ranah online semakin ketat, situs web berita seperti media *Detik.com* perlu memastikan bahwa mereka tidak hanya menghasilkan

konten berkualitas, tetapi juga memastikan konten tersebut mudah ditemukan oleh pembaca potensial melalui mesin pencari.

Seorang jurnalis wajib untuk terus menerus *update* dan *upgrade* diri mengenai ilmu-ilmu digital seperti pengoperasian *SEO on page*, disamping perlunya terampil berbahasa. Keterampilan berbahasa memiliki empat komponen, yaitu keterampilan menyimak (*listening skill*), keterampilan berbicara (*speaking skills*), keterampilan membaca (*reading skills*), dan keterampilan menulis (*writing skills*) (Sumadiria, 2006:5).

Kontribusi penelitian ini bukan hanya terbatas pada pemahaman praktis tentang *SEO*, tetapi juga pada pengembangan metodologi penelitian yang lebih canggih. Dengan memperdalam pemahaman tentang bagaimana faktor-faktor *on-page* mempengaruhi kinerja *SEO* pada situs web berita rubrik DetikNews yang juga sebagai top rubrik dengan posisi daftar kata kunci teratas yang banyak dikunjungi berdasarkan data yang tersaji di (*Similarweb*). penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan praktik dan panduan untuk praktisi *SEO* dan peneliti di masa depan.

Dengan demikian, penelitian tentang penerapan *SEO* pada media *Detik.com* dengan metode *on page* memiliki nilai urgensi, baik dari segi akademik maupun praktis. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap pengembangan kajian ilmiah di bidang *SEO* dan media digital, sekaligus menjadi referensi aplikatif bagi para praktisi media, khususnya para jurnalis.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini didukung dengan pertanyaan berikut:

1. Bagaimana proses pemilihan *keyword* pada penerapan *SEO On Page* pada rubrik Detiknews?
2. Bagaimana proses pengoptimalan konten pada penerapan *SEO On Page* di rubrik Detiknews?
3. Bagaimana proses pengukuran keberhasilan pada penerapan *SEO On Page* di rubrik Detiknews?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang disajikan, maka peneliti bermaksud untuk mengkaji tiga poin yang dijadikan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis proses pemilihan *keyword* dalam penerapan *SEO On Page* di rubrik Detiknews
2. Untuk mengidentifikasi proses pengoptimalan konten dalam penerapan *SEO On Page* di rubrik Detiknews
3. Untuk mengetahui pengukuran keberhasilan *SEO On Page* di rubrik Detiknews

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis, tentang optimasi mesin pencari dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi proses produksi berita. Dengan menggunakan Teori Determinisme Teknologi, penelitian ini akan

memberikan kerangka teoritis yang bisa digunakan untuk memahami dinamika antara teknologi dan praktik jurnalistik dalam konteks media online.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menebar faedah kepada para praktisi media online, serta memiliki potensi meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam produksi konten berita di era digital.

1.5 Kerangka Konseptual

1.5.3.1 *SEO (Search Engine Optimization)*

SEO merupakan sebuah cara, teknik dan juga bisa dikatakan sebuah seni yang digunakan dalam hal mendesain, mengembangkan, memodifikasi dan membangun sebuah halaman *website* yang memiliki Tingkat visibilitas serta peringkat tinggi dalam hasil pencarian. Hasil pencariannya disajikan dalam bentuk daftar yang sering disebut sebagai *Search Engine Result Pages* (SERP), dikutip dari Sohail dalam (Himawan, Arisanto, & Saefullah, 2017:784).

Menurut Artanto & Nurdiansyah (2017:2) tujuan dari *SEO* adalah supaya web atau blog selalu berada pada halaman terdepan dan teratas dari suatu *Search Engine*, yang mana hal tersebut sangat memungkinkan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan web. Teknik *SEO*, secara garis besar ada dua jenis yaitu *SEO On Page* yang berfokus pada pengoptimalan internal *website* dan *SEO Of Page* yang mengoptimalkan di luar halaman *website*.

SEO On Page merupakan metode *SEO* yang dikerjakan secara langsung pada blog atau web itu sendiri dan hasilnya serta efeknya bisa dirasakan langsung oleh pengunjung blog dengan melihat secara grafis (Sutanto, 2015). Untuk teknismya

berfokus pada faktor-faktor yang dapat dikontrol secara langsung oleh pemilik atau pengelola situs web. Menurut Pramudita, Huzalni, & Solihin (2019) *SEO on page* dapat membantu untuk mendapatkan peringkat yang bagus dalam hal mesin pencari dan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Menurut Masruri (2022:43) penerapan *SEO on page*, melibatkan beberapa komponen penting website yang terdiri dari *page titles*, *meta tags*, *URL naming*, *heading*, *keyword research*, *content*, *image seo*, *robots file*, *sitemaps* dan *internal link*.

- 1) *Page Title*, merupakan judul dari sebuah halaman *website*. Pengguna akan menyukai judul yang mendeskripsikan isi.
- 2) *Meta Tags*, merupakan identitas website yang terdapat di dalam struktur html `<head> meta tags </head/>`. Sing (dalam Masruri, 2022) mengatakan bahwa meta description tidak boleh melebihi 160 karakter karena akan mengakibatkan *bad-seo*.
- 3) *URL Naming* (penamaan *URL*), harus disesuaikan dengan kata kunci dan judul halaman *website*.
- 4) *Headings*, digunakan untuk menjelaskan tema sebuah konten, didalamnya memberikan informasi kepada mesin pencari mengenai struktur halaman website. Ada 6 tahapan penerapan *heading*, yaitu diterapkan pada judul halaman website, diterapkan pada sub judul, diterapkan pada judul konten/artikel, diterapkan pada subjudul konten, diterapkan pada nama brand/author, terakhir, diterapkan pada penekanan konten/artikel.

- 5) *Keyword Research*, mencari kata-kata yang sering dimasukkan oleh pengguna internet.
- 6) *Content*, sajikan konten yang berkualitas.
- 7) *Image SEO*, optimasi gambar agar sesuai dengan kaidah *SEO*, dengan cara memberikan tag ALT dan tag TITLE.
- 8) *Robots*, file ini berisi instruksi langsung ke mesin pencari tentang halaman website yang diperbolehkan maupun dilarang untuk ditelusuri oleh Bot atau spider mesin pencari untuk ditambahkan ke database mesin pencarian.
- 9) *Sitemap*, merupakan daftar tautan yang ada didalam website untuk mempermudah robot yang dimiliki mesin pencari.
- 10) *Internal Link*, merupakan tautan internal yang menghubungkan berbagai konten yang berbeda di dalam satu website yang memudahkan pengunjung melakukan navigasi.

Dari 10 komponen *SEO On Page* diatas, penulis menyederhanakannya menjadi tiga kategori :

- 1) Optimasi struktur halaman, didalamnya mencakup elemen-elemen yang berperan dalam membangun kerangka halaman *website* agar lebih optimal bagi mesin pencari dan pengguna. Komponen didalamnya ada *page title*, *meta tags*, *URL naming*, dan *headings*.
- 2) Optimasi Konten, didalamnya berfokus pada kualitas dan relevansi konten agar sesuai dengan pencarian pengguna dan algoritma mesin pencari. Komponennya meliputi *keyword*, *content*, dan *image SEO*.

3) Optimasi Teknis, didalamnya berisi aspek teknis yang memengaruhi kemampuan mesin pencari dalam mengindeks *website*. Komponennya yaitu *robots*, *sitemaps*, dan *internal link*.

1.5.3.2 Rubrik Berita Online

Menurut Onong Uchjana Effendy (dalam Astuti & Suyono, 2018:13) rubrik berasal dari bahasa Belanda yaitu "*rubriek*" yang berarti ruangan pada halaman surat kabar, majalah atau media cetak lainnya mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat. Adanya rubrik dalam berita online membantu klasifikasi jenis berita, guna mempermudah khalayak ketika mencari informasi berdasarkan topik yang dimaksud. Detiknews merupakan salahsatu rubrik media *Detik.com* yang didalamnya berisi sajian informasi terkini tentang isu-isu politik dan peristiwa hangat yang terjadi.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Kantor *Detik.com* Gedung transmídia Jl. Kapten Tendean kav. 12-14A, Jakarta Selatan, DKI 12740. Peneliti melangsungkan wawancara secara online melalui *Google Meet*. Alasan dijadikannya kantor *Detik.com* sebagai lokasi penelitian, yakni sesuai dengan riset peneliti bahwasannya media ini telah menggunakan teknologi *SEO* khususnya *on page* pada publikasi pemberitaan.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Menurut Mulyana (Ummanailo, 2019) paradigma merupakan cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya mengenai apa yang harus dilakukan tanpa perlu

melakukan pertimbangan eksistensi atau epistemologis yang panjang. Pada penelitian ini, menggunakan paradigma konstruktivistik untuk mendukung eksplorasi penerapan *SEO on page* pada media *Detik.com* pada rubrik *detikNews*. Menurut Patton (Umanilo, 2019) strategi konstruktivistik menyarankan cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut.

Pendekatan yang dilakukan adalah kualitatif. Menurut Cresswell (dalam Mashuri, 2020:56) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Menurut (Surahman, 2016:31) analisis deskriptif kualitatif merupakan metode pengkajian yang digunakan dengan tujuan mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variable, dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan, dan menyuguhkan apa adanya. Dalam penelitian kualitatif deskriptif, menyajikan hasil data apa adanya tanpa proses manipulasi atau perlakuan lain (Mulyani, 2021).

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sugiyono (Saleh, 2017) mengemukakan bahwa data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya

dapat diinformasikan kepada orang lain. Peneliti menggunakan data yang diperoleh dari hasil wawancara serta observasi non partisipan.

1.6.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer. Data primer yaitu data yang berasal langsung dari objek penelitian atau responden, baik individu maupun kelompok (Amruddin, *et al.*, 2022:212). Penggunaan data primer dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai penerapan *SEO* di *Detik.com* dan yang menjadi sumber objeknya adalah tim spesialis *SEO Detik.com*.

1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

Setelah memasuki lapangan, proses penelitian kualitatif dimulai dengan menetapkan seorang informan kunci “*key informant*” yang merupakan informan berwibawa dan dipercaya mampu “membukakan pintu” kepada peneliti untuk memasuki obyek penelitian (Sugiyono, 2013:253). Diharapkan informan membantu peneliti memahami latar belakang strategi *SEO*, tantangan yang dihadapi, dan dampak yang didapat.

Penentuan unit penelitian sangat diperlukan, agar peneliti mendapat data yang relevan serta mendukung tujuan penelitian. Jenis unit yang digunakan dalam penelitian ini adalah fokus pada struktur (*structure focused*) karena didalamnya berfokus pada program cara kerja *SEO on page* di media *Detik.com* Jabar yang berpengaruh terhadap trafik berita.

Teknik yang digunakannya adalah *Purposive Sampling*. Menurut (Adiputra, *et al.*, 2021:131) *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber

data dengan pertimbangan tertentu. Penulis, menentukan kriteria sumber data yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan pemaparan mengenai penentuan unit dan teknik penelitian diatas, informan yang dibutuhkan terbagi menjadi tiga kategori, diantaranya:

- 1) Informan kunci adalah *Section Head SEO Content* yang memiliki tanggung jawab untuk mengelola strategi, perencanaan, dan pengaplikasian konten berbasis *SEO*.
- 2) Informan utama yang dipilih adalah *SEO Spesialis* yang terlibat secara langsung dalam pengimplementasian dan pemantauan *SEO on page* di media *Detik.com*.
- 3) Informan tambahan yang dipilih merupakan informan pendukung, yaitu *SEO writer* pada rubrik *Detiknews*.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti diantaranya:

1.6.6.1 Observasi

Menurut Sutrisno Hadi (Sugiyono, 2013:145) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Penulis mengamati langsung objek penelitian seputar cara kerja *SEO on page* di media *Detik.com*. Penelitian dilakukan secara non-partisipatif dengan hanya mengamati melalui media digital. Peneliti membutuhkan waktu selama 3 bulan.

1.6.6.2 Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan adalah semi terstruktur . Menurut Esterberg (Sugiyono, 2013:233) jenis wawancara ini termasuk dalam kategori *in-dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan

wawancara terstruktur dan peneliti perlu mendengarkan secara teliti serta mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

1.6.6.3 Studi Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:240) studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Studi dokumentasi dilakukan untuk mendukung dan memperkuat informasi yang diperoleh dari observasi. Dalam hal ini, penulis melakukan studi kepustakaan dengan mencari informasi dari dokumen-dokumen penelitian sebelumnya yang relevan.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik yang digunakan untuk memvalidasi keabsahan data dalam penelitian kualitatif ini adalah triangulasi, yang melibatkan perbandingan dan penggabungan berbagai sumber data, metode, teori, atau pendekatan penelitian. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2013:241). Tujuannya untuk mengurangi bias serta memastikan bahwa hasil data bisa diandalkan. Berikut tiga teknik triangulasi menurut (Sugiyono, 2013:274) :

1.6.7.1 Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Setelah data didapatkan dari berbagai sumber, langkah selanjutnya data dideskripsikan, dikategorikan, serta dilihat tentang pandangan yang sama, yang berbeda, termasuk yang spesifik dari berbagai sumber tersebut.

1.6.7.2 Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Pada teknik ini, data yang dikumpulkan berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.

1.6.7.3 Triangulasi Waktu

Pada teknik ini, kredibilitas data dipengaruhi oleh waktu wawancara. Apabila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga ditemukan kepastian datanya.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Setelah data dan fakta berhasil terkumpul dari observasi dan wawancara kepada tim redaksi media *Detik.com*, kemudian data dideskripsikan dengan tujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono 2013:246), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, hingga datanya sudah jenuh. Penelitian kualitatif berisi data yang berwujud kata-kata dan dikumpulkan dengan cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) pandangan Miles dan Huberman (dalam Mariyadi 2019). Secara umum, gambarannya yaitu :

1.6.8.1 Reduksi Data

Informasi dari hasil wawancara, observasi, atau dokumentasi dikumpulkan dan diklasifikasi. Data yang kurang lengkap atau tidak memadai akan diperbaiki melalui wawancara tambahan, dan yang tidak relevan akan dihilangkan, hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan fokus penelitian.

1.6.8.2 Penyajian Data

Miles dan Huberman membatasi suatu “penyajian” sebagai Kumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan Kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penulis mengolah data yang sudah diklasifikasi, kemudian disajikan dalam bentuk tulisan atau uraian terstruktur. Pada tahap ini membantu mengorganisir informasi yang diperoleh agar lebih mudah dipahami dan dianalisis.

1.6.8.3 Menarik Kesimpulan/ Verifikasi

Penarikan Kesimpulan dalam pandangan Miles dan Huberman, hanyalah sebagian dari satu kegiatan dan konfigurasi yang utuh serta diverifikasi selama penelitian berlangsung. Makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya.

Peneliti merumuskan hasil penelitian secara detail dan ringkas. Di dalamnya diperlukan verifikasi berulang, guna memastikan bahwa tidak ada kesalahan atau ketidaksesuaian antara judul penelitian, metodologi penelitian yang digunakan, dan hasil capaian.