

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Transformasi media membawa pengaruh signifikan khususnya dalam hal target audiens. Sebelumnya, media konvensional berfokus pada satu jenis audiens, yakni manusia sebagai, pendengar, pembaca, atau pemirsa. Saat ini, media *online* tidak hanya menasar manusia sebagai audiens, tetapi juga mempunyai audiens tambahan, yakni mesin pencari. Hal ini menjadi tantangan baru bagi media *online* untuk tidak hanya mampu menghadirkan informasi yang cepat dan akurat, tetapi juga mudah ditemukan oleh pembaca potensial melalui rekomendasi mesin pencari.

Melihat fenomena dualitas target audiens, media *online* perlu mengadopsi strategi efektif untuk mengoptimalkan kontennya, salah satunya *Search Engine Optimization* (SEO). *Search Engine Optimization* (SEO) dapat dijelaskan sebagai teknik untuk meningkatkan visibilitas konten pada mesin pencari, lebih tepatnya untuk pencarian organik. Pencarian organik terjadi ketika pengguna memasukkan *keyword* yang ditargetkan pada mesin pencari. *Keyword* adalah kata-kata yang digunakan pengguna untuk menemukan informasi dari mesin pencari (Rahman, 2017:54). Selain ditentukan dari *keyword* yang ditargetkan, terdapat dua area optimasi yakni SEO *On-Page* dan *Off-Page*. Setiap media *online* memiliki kebijakan masing-masing dalam menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) ke dalam produksi kontennya. Hal ini disesuaikan oleh berbagai faktor, seperti target pasar, jenis konten, dan tujuan bisnis media.

Selain meningkatkan peluang *website* untuk tampil di hasil pencarian, *Search Engine Optimization* (SEO) berfungsi sebagai alat promosi dan metode ekonomis untuk memenangkan persaingan situs berita *online* di mesin pencari. Media *online* meraih pendapatan dari seberapa banyak pembaca yang berkunjung. Semakin banyak kunjungan yang masuk ke dalam situs berita *online*, maka semakin besar pula peluang situs berita *online* untuk mencapai lebih banyak pengunjung, memperluas jangkauan bisnis, sehingga meningkatkan daya saing di ranah media *online*. Dengan demikian, *Search Engine Optimization* (SEO) berguna sebagai alat untuk memenangkan persaingan kompetitif di industri media.

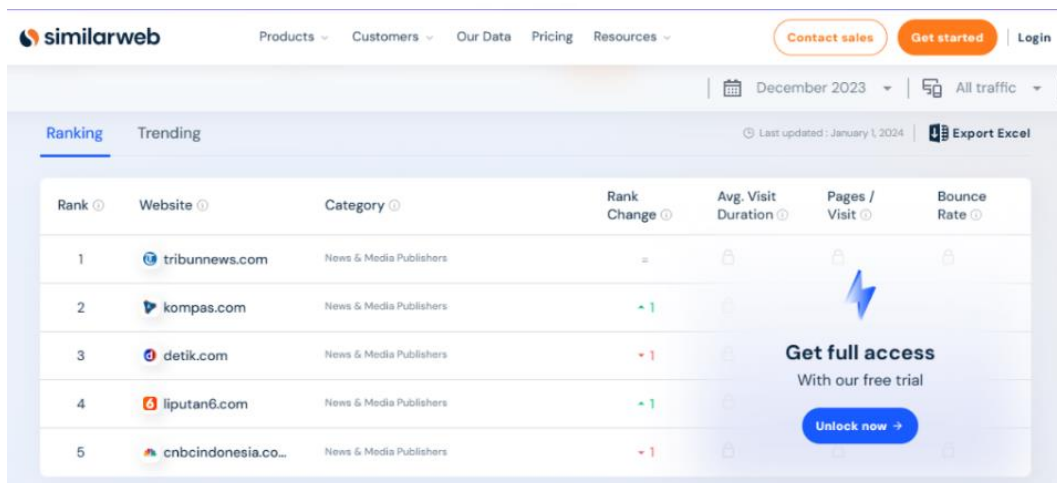
Berdasarkan perannya, media memiliki peran ganda, yakni sebagai institusi sosial dan ekonomi. Media sebagai institusi sosial berfungsi memberikan informasi kepada masyarakat dan menjadi *watchdog* yang mengawasi kebijakan pemerintah sehingga media dianggap sebagai pilar demokrasi setelah eksekutif, yudikatif, dan legislatif (Wibawa, 2020:137). Selain itu, media juga menjadi institusi ekonomi yang menciptakan, mengelola, dan mempertahankan sumber daya finansial untuk kelangsungan hidupnya. Setiap media berupaya untuk memenuhi perubahan tuntutan pasar dan mengoptimalkan penghasilan dengan membangun fondasi keuangan yang kuat. Menurut Herman dan Chomsky, media sebagai alat atau fasilitas yang efisien dalam menciptakan dan menyebarkan berita (*news manufacture*) sehingga mampu menghasilkan keuntungan besar dari sisi ekonomi (Usman Ks, 2009:27). Oleh karena itu, media harus memiliki strategi konten untuk meningkatkan daya saing dalam mempertahankan eksistensinya, tak terkecuali bagi media *online*. Terlebih lagi jika melihat sajian data Dewan Pers melalui Siaran Pers

No. 26/SP/DP/XII/2023 yang menyatakan bahwa jumlah media di Indonesia yang berhasil melalui proses verifikasi mencapai 1.798 (Dewan Pers, 2023: 1-2). Jumlah media tersebut menunjukkan media *online* menempati posisi pertama sebagai media terverifikasi dengan jumlah sebanyak 970. Lalu diikuti oleh media cetak sebanyak 434, media televisi sebanyak 376, dan media radio sebanyak 18.

Berdasarkan data jumlah media tersebut, diketahui semakin banyaknya media yang beroperasi, tingkat persaingan untuk mendapatkan perhatian pembaca menjadi semakin ketat. Persaingan media *online* di Indonesia dapat dilihat melalui laman *Similarweb*, sebuah *platform* analisis yang menyajikan jumlah total *traffic* dan memberikan peringkat *website*. Melansir dari laman *SimilarWeb*, estimasi data sampai Desember 2023, hasil menunjukkan *Top 5 Ranking* situs berita *online* di Indonesia adalah *Tribunnews.com* menempati peringkat pertama, diikuti oleh *Kompas.com* pada peringkat kedua, *Detik.com* di peringkat ketiga, *Liputan6.com* pada peringkat keempat, dan *Cnbcindonesia.com* di peringkat kelima.

Gambar 1. 1

Data Top 5 Ranking Website



Rank	Website	Category	Rank Change	Avg. Visit Duration	Pages / Visit	Bounce Rate
1	tribunnews.com	News & Media Publishers	=			
2	kompas.com	News & Media Publishers	+1			
3	detik.com	News & Media Publishers	+1			
4	liputan6.com	News & Media Publishers	+1			
5	cnbcindonesia.co...	News & Media Publishers	+1			

Sumber: Website *SimilarWeb*

Berdasarkan hasil analisis *website* yang disajikan di atas, *Detik.com* berhasil menempati posisi ketiga pada pemeringkatan *website* dengan menggunakan teknik SEO. Oleh karena itu, peneliti berminat melakukan penelitian terkait strategi penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) pada salah satu kanal di bawah naungan *Detik.com* yakni *Detik Jabar* dalam meningkatkan visibilitas di mesin pencari. *Detik Jabar* merupakan salah satu kanal regional unggul yang berfokus pada publikasi konten harian dan konten SEO, sehingga selalu bertahan pada posisi teratas dari penilaian tahunan pada jumlah *traffic* keseluruhan *Detik.com*

Penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan karena dalam praktiknya jurnalis memiliki kedudukan dan kewajiban yang sama dengan media untuk beradaptasi dengan berbagai aspek di ranah digital. Dengan demikian, baik reporter maupun pengelola media *online* wajib memiliki pemahaman dalam menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) dalam membuat tulisan untuk media *online*.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penelitian ini berfokus kepada strategi penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) dalam meningkatkan visibilitas di mesin pencari. Maka, pertanyaan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses pemilihan *keyword* pada penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) di situs berita *online Detik Jabar*?
2. Bagaimana proses pengoptimalan konten pada penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) di situs berita *online Detik Jabar*?
3. Bagaimana proses pengukuran keberhasilan pada penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) di situs berita *online Detik Jabar*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengkaji proses pemilihan *keyword* pada penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) di situs berita *online Detik Jabar*.
2. Untuk mengkaji proses pengoptimalan konten pada penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) di situs berita *online Detik Jabar*.
3. Untuk mengkaji proses pengukuran keberhasilan pada penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) di situs berita *online Detik Jabar*.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Secara Akademis

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan penelitian yang ditinjau secara akademis adalah:

1. Memperkaya literatur akademis tentang strategi penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) untuk produksi konten di media *online*.
2. Menjadi referensi bagi mahasiswa, peneliti, akademisi, dan pengelola media untuk mempelajari bidang terkait.

1.4.2. Secara Praktis

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan penelitian yang ditinjau secara praktis adalah:

1. Menjadi panduan praktis bagi pengelola media dalam membuat konten dengan teknik *Search Engine Optimization* (SEO).

2. Memberikan alternatif strategi bagi pengelola media yang ingin meningkatkan visibilitas *website* di mesin pencari.

1.5. Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti menentukan beberapa penelitian sebelumnya yang relevan sehingga bisa menjadi pembeda antara penelitian yang dilaksanakan peneliti dengan beberapa peneliti sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini di antaranya adalah:

Pertama, Muhammad Rezaldy Putera (2022) melakukan penelitian untuk skripsi yang berjudul “Penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) di *Jurnalgarut.pikiran-rakyat.com* dalam Meningkatkan Daya Saing di Mesin Pencarian”, yang bertujuan untuk memahami cara Jurnal Garut dalam menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) *On page* dan *Off page*, serta melihat daya saing di mesin pencari. Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini sehingga menyimpulkan bahwa Jurnal Garut menerapkan SEO *On page* dengan mengamati posisi *keyword* dalam judul, meta deskripsi, 3 paragraf pertama, penggunaan tautan internal, dan standar minimal 15 paragraf. Di sisi lain, untuk aktivitas SEO *Off page*, Jurnal Garut hanya terlibat dalam promosi melalui platform social *bookmarking* seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Persamaan antara penelitian ini dan peneliti adalah bahwa keduanya terlibat dalam aktivitas penelitian tentang SEO untuk situs berita *online*. Sementara untuk perbedaan terletak pada objek penelitian, yakni jika penelitian ini meneliti *Jurnalgarut.pikiran-rakyat.com*, sedangkan peneliti ingin meneliti pada situs berita *online Detik Jabar*.

Kedua, Rais Maulana Ihsan (2023) melakukan penelitian untuk skripsi yang berjudul “Optimalisasi Konten Artikel di Media *Online* (Studi Kasus Penerapan *Search Engine Optimization (SEO) On Page* dan *Off Page* di *Sabilia.id*)” dengan metode penelitian deskriptif dari pendekatan kualitatif Cresswell. Tujuan penelitian ini untuk mengeksplorasi penerapan teknik *SEO On-Page* dan *Off-Page* pada penulisan konten artikel di *Sabilia.id*. Hasil temuan menyajikan *Sabilia.id* menggunakan *SEO On Page* dengan memberikan prioritas pada kata kunci sebagai titik awal dalam proses produksi artikel. Persamaan dari penelitian ini dengan milik peneliti adalah meneliti tentang *SEO* untuk halaman *website*, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian. Jika penelitian ini mengambil objek *website Sabilia.id* yang berfokus pada konten artikel, sementara peneliti ingin meneliti pada situs berita *online Detik Jabar*.

Ketiga, Raygie Ramadhan (2018) melakukan penelitian untuk skripsi yang berjudul “Peran *Search Engine Optimizin (SEO)* dalam Meningkatkan *Brand Awarness* (Studi Pada PT Inbound ID Jakarta)” dengan tujuan melakukan penelitian adalah untuk mengetahui strategi, peran, faktor penghambat dan pendukung dari penerapan *SEO* dalam meningkatkan *Brand Awarness* di PT Amarthia Zwara Guna (InboundID). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, untuk meningkatkan *brand awareness*, PT Amarthia Zwara Guna (InboundID) menerapkan 11 strategi untuk melalui *SEO*, perannya bisa dilihat melalui tiga aspek, yakni *brand recognition*, *brand recall*, dan *top of mind*. Lebih lanjut, faktor pendukung tersebut adalah kualitas komunikasi yang terjalin antara perusahaan dengan klien. Sementara faktor

penghambatnya adalah ketidakstabilan koneksi internet di perusahaan, juga perbedaan sistem SEO antara Google dan PT Inbound ID Jakarta. Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti adalah sama-sama melakukan aktivitas penelitian tentang SEO dan ingin mengetahui tentang strateginya. Sementara perbedaannya pada tujuan dan objek penelitian, yakni penelitian ini mengkaji tentang strategi meningkatkan *brand awareness* di PT Amartha Zwara Guna (InboundID), sedangkan peneliti ingin melakukan penelitian terkait strategi meningkatkan visibilitas di situs berita *online Detik Jabar*.

Keempat, Urmila, Erwan Sastrawan, dan Harnida Wahyuni Adda (2023) melakukan penelitian untuk jurnal yang berjudul “Penerapan Teknik SEO (*Search Engine Optimization*) pada *Website PikiranRakyat.Com* dalam Strategi Pemasaran” dengan tujuannya adalah menerapkan teknik Optimisasi Mesin Pencari dalam strategi pemasaran untuk mengoptimalkan situs web *Pikiran-rakyat.com* dan meningkatkan jumlah pengunjung. Dalam penelitian ini, digunakan Metodologi Desain Web SEO pada kriteria SEO *On-Page* dan SEO *Off-Page*. Penggunaan teknik SEO pada *Pikiran-rakyat.com* berhasil mencapai posisi teratas di hasil pencarian Google, sehingga menunjukkan optimalitas pada halaman pertama. Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang SEO dan penerapannya untuk situs berita *online*. Sedangkan terdapat perbedaan yang terletak pada objek penelitian yakni situs berita *online Pikiran-rakyat.com* sebagai objeknya, sedangkan peneliti ingin meneliti situs berita *online Detik Jabar*.

Kelima, Nova Tri Cahyono, Joko Triyono, Suwanto Raharjo (2013) melakukan penelitian untuk jurnal dengan judul “Penerapan Teknik SEO (*Search Engine*

Optimization) Pada Blog (Studi Kasus: *Nova13.com*) dengan tujuan penelitiannya adalah untuk menerapkan teknik SEO agar meraih peringkat teratas di hasil pencarian Google SERP. Metode yang digunakan adalah SEO *On-Page* dan SEO *Off-Page*. Hasil yang didapatkan adalah perbedaan kondisi blog sebelum dan sesudah menggunakan *SEO* yang perlahan membaik, sehingga menyimpulkan bahwa penerapan teknik SEO terbukti berjalan efektif. Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang SEO, namun perbedaannya terletak pada objeknya. Jika dalam penelitian ini meneliti blog *Nova13.com*, sedangkan peneliti ingin meneliti tentang strategi penerapan SEO untuk situs berita online *Detik Jabar*.



Tabel 1. 1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Penulis/Judul	Metodologi	Hasil	Persamaan dan Perbedaan	Relevansi
1	Muhammad Rezaldy Putera (2022). Penerapan <i>Search Engine Optimization</i> (SEO) di <i>Jurnalgarut.pikiran-rakyat.com</i> Dalam Meningkatkan Daya Saing di Mesin Pencarian.	Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Penerapan <i>SEO On-page</i> Jurnal Garut dengan penempatan <i>keyword</i> pada judul, <i>meta deskripsi</i> , 3 paragraf pertama, <i>internal link</i> , dan mematuhi standar minimal 15 paragraf. Penerapan <i>SEO Off-page</i> , Jurnal Garut terlibat melalui platform <i>social bookmarking</i> .	Persamaan: Keduanya membahas penggunaan teknik SEO dalam situs berita media <i>online</i> . Perbedaan: Terletak pada objek penelitian, yakni jika penelitian ini meneliti <i>Jurnalgarut.pikiran-rakyat.com</i> , sedangkan peneliti ingin meneliti tentang situs berita <i>online Detik Jabar</i> .	Relevansi antara penelitian penerapan SEO di <i>Jurnalgarut.pikiran-rakyat.com</i> dan penelitian tentang strategi SEO di situs berita <i>online Detik Jabar</i> terletak pada fokus yang sama, yaitu meningkatkan visibilitas dan daya saing melalui teknik SEO. Meskipun objek penelitian berbeda, keduanya menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memberikan wawasan yang berbeda terkait strategi SEO di situs berita <i>online</i> yang berbeda.
2	Rais Maulana Ihsan (2023). Optimalisasi Konten Artikel di Media <i>Online</i> (Studi Kasus Penerapan <i>Search Engine Optimization</i> (SEO) On Page dan Off Page di <i>Sabilia.id</i>).	Metode penelitian deksriptif dari pendekatan kualitatif Cresswell	<i>Sabilia.id</i> menggunakan <i>SEO On-Page</i> dengan memberikan prioritas pada kata kunci sebagai titik awal dalam proses pembuatan artikel, dan memperhatikan kualitas dari isi kontennya.	Persamaan: Keduanya meneliti penerapan SEO pada <i>website</i> Perbedaan: Terletak pada objek penelitian. Jika objek penelitian ini adalah <i>Sabilia.id</i> , peneliti mengambil objek <i>website Detik Jabar</i> .	Meskipun objek penelitian berbeda, penelitian ini tetap relevan dengan milik peneliti karena mempunyai kesamaan dalam hal fokus penelitian, yakni memahami dan menganalisis penerapan teknik SEO bagi optimalisasi visibilitas pada media <i>online</i> .

3	Raygie Ramadhan (2018). Peran <i>Search Engine Optimization</i> (SEO) Dalam Meningkatkan <i>Brand Awarness</i> (Studi Pada PT Inbound ID Jakarta)	Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus	Untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> , PT Inbound ID Jakarta menerapkan 11 strategi SEO, perannya pada tiga aspek, yakni <i>brand recognition</i> , <i>brand recall</i> , dan <i>top of mind</i> . Faktor pendukung adalah kualitas komunikasi antara perusahaan dengan klien dan faktor penghambatnya adalah ketidakstabilan koneksi internet di perusahaan, juga perbedaan sistem SEO antara Google dan PT Inbound ID Jakarta.	Persamaan: Meneliti tentang SEO dan tujuannya ingin mengetahui tentang strateginya. Perbedaan: Terletak pada objek dan tujuan penelitian, yakni penelitian ini mengkaji tentang strategi meningkatkan <i>brand awareness</i> di PT Amartha Zwara Guna (InboundID), sedangkan peneliti ingin melakukan penelitian terkait strategi meningkatkan visibilitas di situs berita <i>online Detik Jabar</i> .	Meskipun objek penelitian dan tujuan akhir keduanya berbeda, yaitu penelitian di <i>Detik Jabar</i> lebih fokus pada meningkatkan visibilitas situs berita <i>online</i> , sementara penelitian Inbound ID berkaitan dengan meningkatkan <i>brand awareness</i> melalui SEO, relevansi tetap terlihat dalam konsep penerapan SEO sebagai strategi. Keduanya memusatkan perhatian pada strategi SEO, mencari pemahaman terperinci tentang bagaimana SEO dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan mereka masing-masing. Persamaan ini menunjukkan bahwa terlepas dari tujuan akhir yang berbeda, penggunaan SEO sebagai strategi pemasaran dapat meningkatkan <i>online presence</i> di mesin pencari.
4	Urmila Urmila, Erwan Sastrawan, dan Harnida Wahyuni Adda	Metodologi Desain Web SEO dengan fokus pada kriteria	Penggunaan teknik SEO pada <i>Pikiran-rakyat.com</i> sebagai situs berita <i>online</i> tersebut berhasil mencapai	Persamaan: Meneliti tentang bagaimana penerapan SEO untuk situs berita <i>online</i> .	Relevansi antara rujukan penelitian ini dengan milik peneliti bisa dilihat pada fokusnya terhadap penerapan

	(2023). Penerapan Teknik SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) pada Website <i>PikiranRakyat.com</i> dalam Strategi Pemasaran.	SEO <i>On-Page</i> dan SEO <i>Off-Page</i> .	posisi teratas di hasil pencarian Google, sehingga menunjukkan optimalitas dalam penempatan pada halaman pertama.	Perbedaan: Terletak pada objek penelitian, yang mana penelitian ini menggunakan situs berita <i>online Pikiran-rakyat.com</i> sebagai objeknya, sedangkan peneliti ingin meneliti situs berita <i>online Detik Jabar</i> .	SEO untuk meningkatkan kinerja situs berita <i>online</i> . Penelitian ini dapat menjadi salah satu acuan bahwa penggunaan teknik SEO yang benar dapat membuat suatu situs berita <i>online</i> mencapai posisi atas di halaman mesin pencari.
5	Nova Tri Cahyono, Joko Triyono, Suwanto Raharjo (2013). Penerapan Teknik SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) Pada Blog (Studi Kasus: Nova13.com).	Metode SEO <i>On-Page</i> dan SEO <i>Off-Page</i> sebagai dukungan untuk meningkatkan efektivitas teknik SEO.	Perbedaan kondisi blog sebelum dan sesudah menggunakan SEO yang perlahan membaik, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan teknik SEO terbukti berjalan efektif	Persamaan: Terlibat dalam aktivitas penelitian tentang SEO pada situs web. Perbedaan: Terletak pada objeknya. Jika dalam penelitian ini meneliti blog <i>Nova13.com</i> , sedangkan peneliti ingin meneliti tentang strategi penerapan SEO untuk situs berita <i>online Detik Jabar</i> .	Penelitian ini dianggap relevan untuk dijadikan referensi penelitian, karena berpusat pada strategi SEO sebagai sarana untuk meningkatkan efektivitas dan visibilitas di dunia <i>online</i> . Meskipun objek penelitiannya berbeda, tetapi hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pemahaman mendalam tentang dampak suatu <i>website</i> saat sebelum dan sesudah menerapkan teknik SEO.
6	Farsya Sabila Shalihah. (2024). Strategi Penerapan <i>Search Engine Optimization</i> (SEO) Dalam	Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk mengkaji proses pemilihan <i>keyword</i> , proses	Strategi <i>Detik Jabar</i> dalam menerapkan SEO pada produksi konten dimulai dari proses pemilihan <i>keyword</i> dengan menggunakan rekomendasi	Perbedaan penelitian ini dengan kelima penelitian terdahulu yang menjadi referensi terletak pada proses pengukuran keberhasilan. Penelitian	Penelitian sebelumnya memiliki keterbatasan dalam memaparkan hasil penelitian sampai kepada implementasi SEO sehingga tidak mengungkapkan cara pengelola

	Meningkatkan Visibilitas di Mesin Pencari (Studi Deskriptif pada Situs Berita <i>Online Detik Jabar</i>)	pengoptimalan konten, dan proses pengukuran keberhasilan.	dari Tim SEO Jakarta atau melakukan riset sendiri. <i>Keyword</i> yang telah dirumuskan akan diintegrasikan ke dalam beberapa elemen, seperti judul, meta deskripsi, konten, gambar + caption, <i>table of content</i> , dan <i>internal link</i> bacajuga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Detik Jabar</i> berhasil melakukan penerapan SEO yang dilihat dari stabilitas lalu lintas dan posisi di halaman pencarian pada beberapa konten.	sebelumnya hanya menjabarkan implementasi SEO, namun tidak menunjukkan hasil penerapan strategi tersebut. Penelitian ini mengandung kebaruan dengan memberikan beragam jenis metrik yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi sehingga dapat menjadi panduan bagi peneliti, akademisi, dan praktisi dalam melihat keberhasilan SEO di konten media <i>online</i> .	media dalam mengukur keberhasilan SEO tersebut. Penelitian sebelumnya menggunakan metrik umum seperti jumlah kunjungan atau peringkat di hasil pencarian, tanpa menyelami metrik yang lebih spesifik dan relevan seperti metrik <i>unique visitors</i> . Penelitian ini menyajikan beragam metrik yang digunakan untuk mengukur keberhasilan SEO tersebut sehingga bisa menjadi panduan praktis untuk peneliti, akademisi, dan praktisi dalam melihat keberhasilan SEO di konten media <i>online</i>
--	---	---	---	--	--

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

1.6. Landasan Pemikiran

1.6.1. Landasan Teoretis

Sehubungan dengan topik penelitian, maka peneliti mengadopsi teori *gatekeeping*. Menurut Shoemaker (2009:2), teori *gatekeeping* menjelaskan proses peristiwa dipilih atau ditutup dari perhatian publik melalui "gerbang". Gerbang adalah titik keputusan yang diambil oleh seorang *gatekeepers*. *Gatekeepers* atau penjaga gerbang adalah eksekutif media yang bertindak sebagai mediator dengan kemampuan untuk membatasi dan memutuskan informasi mana saja yang boleh disampaikan kepada penerima (Shoemaker & Vos, 2009:32).

Menurut Shoemaker, kategori dari proses *gatekeeping* menjadi lima level analisis, yakni sebagai berikut:

- 1) Level Individual, karakteristik, wawasan, sikap, dan perilaku individu media memengaruhi *gatekeeping* (Shoemaker & Vos, 2009:46).
- 2) Level Rutinitas Media, pola atau norma yang memandu pilihan individu media menentukan keputusan informasi (Shoemaker & Vos, 2009:70).
- 3) Level Organisasi, strategi pengambilan keputusan kelompok memengaruhi pilihan *gatekeepers*. (Shoemaker & Vos, 2009:82).
- 4) Level Institusi Sosial, berbagai pihak di luar media yakni pasar, audiens, pengiklan, sumber, media lainnya (Shoemaker & Vos, 2009:99)
- 5) Level Sistem Sosial, sistem sosial, struktur sosial, ideologi, dan budaya dapat menjelaskan pemilihan dan pembentukan pesan media. (Shoemaker & Vos, 2009:125)

1.6.2. Kerangka Konseptual

1) Strategi SEO

Strategi merupakan istilah dari Bahasa Yunani *strategia*, yakni gabungan dari padanan kata *stratos* (militer) dan *ag* (memimpin), berarti ilmu atau seni untuk menjadi seorang jenderal. Strategi merupakan konsep yang digunakan dalam berbagai bidang, termasuk bisnis, militer, politik, pemasaran, bahkan kehidupan pribadi untuk menciptakan rencana agar mencapai keberhasilan dan tujuan tertentu. Menurut Hunger & Wheelen (2011:16), strategi adalah serangkaian perencanaan tentang cara perusahaan dalam meraih misi dan tujuan. Strategi membantu perusahaan untuk menggunakan kompetensi inti dalam meraih keunggulan bersaing, terutama bagi media *online* yang beroperasi di era digital. Salah satu strategi yang digunakan media *online* untuk meningkatkan daya saingnya di mesin pencari adalah penerapan *Search Engine Optimization* (SEO).

Search Engine Optimization (SEO) adalah susunan teknik sistematis yang berfungsi untuk meningkatkan jumlah dan kualitas lalu lintas ke *website* melalui mesin pencari, khususnya hasil pencarian organik (Yohan, 2011:1). Pencarian organik terjadi ketika pengguna memasukkan *keyword* ke mesin pencari Google. Kemudian Google menunjukkan peringkat teratas halaman *website* di hasil pencarian yang berkaitan dengan *keyword* tertentu.

Berkaitan dengan hal itu, proses penerapan teknik SEO dimulai dari proses pemilihan *keyword*, proses pengoptimalan konten, dan proses pengukuran keberhasilan untuk situs berita *online*.

(1) Proses Pemilihan *Keyword*

Menurut Rahman (2017:46), pemilihan *keyword* dapat dilakukan dengan mengombinasikan alternatif *keyword* menjadi *keyword global* (umum) dan *keyword targeted* (spesifik). Selain menggunakan dua variasi teknik tersebut, riset *keyword* juga bisa dilakukan dengan menggabungkan antara *keyword* populer dan tidak populer serta membandingkan dalam hasil pencarian Google.

(2) Proses Pengoptimalan Konten

Setelah menentukan variasi *keyword*, langkah selanjutnya adalah mengoptimalkan konten *website* dengan dua area SEO, yakni *On-Page* dan *Off-Page*. SEO *On-page* adalah teknik optimasi di dalam halaman *website* dengan menitikberatkan pada konten. Sedangkan SEO *Off-page* adalah teknik optimasi di luar *website* yang meliputi *link building*, *social media marketing*, *influencer outreach*.

(3) Proses Pengukuran Keberhasilan

Proses pengukuran keberhasilan melibatkan serangkaian langkah untuk mengevaluasi efektivitas strategi penerapan SEO. Adapun hal yang diperhatikan dalam melihat keberhasilan SEO adalah melakukan evaluasi relevansi *keyword* yang berkaitan dengan *website*. Pengelola media dapat melihat *keyword* yang berhasil membidik pencari informasi dan melakukan perbaikan untuk membuat *website* bisa tampil lebih baik di mesin pencari. Selain itu, keberhasilan SEO juga diukur dari tren

kunjungan dan aktivitas pengunjung dengan melihat seberapa lama pengunjung menghabiskan waktu pada situs berita *online* tertentu.

2) Visibilitas

Visibilitas adalah kemampuan keterlihatan dari sebuah objek. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan arti dari visibilitas yakni kemampuan untuk bisa dilihat dan diamati, contohnya kondisi cuaca. Istilah visibilitas biasanya digunakan dalam berbagai bidang yang mengacu pada tingkat keterlihatan atau kesadaran tentang suatu hal, entitas, atau fenomena. Arti visibilitas dalam konteks SEO merujuk pada seberapa terlihatnya suatu *website* di mesin pencari ketika pengguna mencari produk, layanan, atau informasi terkait. Optimalisasi visibilitas dalam *website* dinilai penting karena dapat memengaruhi lalu lintas organik dan membantu menarik pengunjung dengan kata kunci yang ditargetkan.

3) Situs Berita *Online*

Kemunculan *new media* menghadirkan bentuk baru dalam praktik jurnalisme, yakni jurnalisme *online*. Jurnalisme *online* memiliki kesamaan fungsi dengan jurnalisme konvensional, yakni untuk menyampaikan berita, informasi, maupun laporan kepada masyarakat. Hanya saja, dalam bentuk baru jurnalisme *online* ini informasi dipublikasikan melalui platform digital dengan memanfaatkan jaringan internet. Terdapat empat jenis jurnalisme *online*, salah satunya adalah situs berita *online*. Menurut Romli (2018:35), situs berita *online* adalah *website* yang menyediakan informasi melalui jaringan internet.

Situs berita *online* termasuk klasifikasi media *online* yang menyediakan informasi melalui *website* dan aplikasi dengan jaringan internet. Media *online* saat ini telah menjadi sumber utama bagi masyarakat dalam memperoleh berita dan informasi. Hal itu karena media *online* menawarkan kecepatan penyampaian berita aktual yang disajikan dalam beragam format seperti teks, gambar, video, dan interaktivitas yang membuat pembaca berpartisipasi dalam berbagai cara, seperti memberikan komentar atau berbagi berita melalui media sosial. Sejak munculnya jaringan internet, akses ke situs berita *online* menjadi lebih mudah sehingga masyarakat dapat semakin informatif terhadap isu terkini.

4) Mesin Pencari

Mesin pencari adalah program komputer yang bertugas mencari dan menemukan informasi berdasarkan *keyword* yang dimasukkan melalui bar pencarian (*search bar*) di internet (Adelheid, 2012:3). Cara kerja mesin pencari melibatkan penyimpanan informasi dari berbagai halaman web yang diperoleh langsung dari *World Wide Web* (WWW) menggunakan *Web Crawler* (Yohan, 2011:29). Mesin pencari menyimpan dan memberikan informasi tentang hasil pencarian yang disajikan dalam bentuk daftar yaitu SERP (*Search Engine Result Pages*).

Sebelumnya, mesin pencari memiliki banyak kelemahan, salah satunya adalah ketika mengindeks *website* dengan *link* dan *keyword* yang tidak berkaitan dengan *keyword* yang dicari. Namun, sejak tahun 2000, mesin pencari mulai melakukan perbaikan dengan memunculkan versi terbaru,

yakni Google. Google adalah raksasa mesin pencari yang menawarkan jumlah penggunaan, fitur, kemudahan, desain, dan hasil pencarian. Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite, Google adalah mesin pencari atau *search engine* terpopuler dalam ranah global dengan angka pangsa pasar mencapai 92,21% per Januari 2023.

1.7. Langkah-langkah Penelitian

1.7.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor *Detik Jabar* yang beralamat di Jl. Supratman, Sukamaju, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Terpilihnya *Detik Jabar* sebagai lokasi untuk melaksanakan penelitian didasarkan pada hasil pengamatan peneliti, yakni *Detik Jabar* merupakan perusahaan media yang berfokus di publikasi berita secara *online* dan menggunakan teknik SEO untuk meningkatkan visibilitasnya dalam mesin pencari.

1.7.2. Paradigma Penelitian

Menurut Denzin dan Lincoln, paradigma adalah sebuah keyakinan yang mengandung prinsip pokok tentang realitas yang mengarahkan cara mengeksplorasi realitas tersebut (Kriyantono, 2020:20). Paradigma penelitian diklasifikasikan menjadi lima jenis, yaitu paradigma positivisme atau naturalisme, post-positivisme, teori kritik, konstruktivisme, dan partisipatoris.

Peneliti mengambil jenis paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini. Paradigma konstruktivisme memandang realitas diciptakan dari pikiran individu dan beragam pemaknaan konstruksi (Kriyantono, 2020:29). Paradigma konstruktivisme bertujuan untuk mengeksplorasi visibilitas situs berita *online* yang

bukan dipengaruhi oleh penggunaan teknik saja, tetapi juga cara pengelola media dalam mengonstruksi pemaknaan terkait kontennya. Penerapan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) adalah hal mudah, namun untuk mengimplementasikan sehingga menjadi mumpuni dan mencapai keberhasilan visibilitas di mesin pencari membutuhkan waktu dan pengalaman (Rahman, 2017:2).

1.7.3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah rancangan peneliti dalam melakukan penelitian tertentu. Berdasarkan jenis paradigma konstruktivisme, maka peneliti mengambil pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2010:260), kualitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk membantu peneliti dalam membangun pengetahuan atau pemahaman berdasarkan perspektif-konstruktif. Perspektif-konstruktif menyatakan bahwa realitas tidak dapat diakses secara objektif tanpa adanya pengaruh dari faktor-faktor subjektif dari individu, seperti latar belakang budaya, nilai-nilai personal, dan pengalaman hidup.

Pendekatan penelitian kualitatif membantu peneliti dalam menggali pemahaman tentang strategi yang digunakan pengelola situs berita *online* dalam menerapkan teknik SEO, serta kontribusi penerapan SEO tersebut dalam meningkatkan visibilitas situs berita *online* dari sudut pandang ahli atau praktisi yang terlibat dalam penelitian.

1.7.4. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah logis, sistematis, objektif, untuk mencari dan menemukan kebenaran secara ilmiah (Mukhtar, 2013:9). Setelah ditinjau berdasarkan judul dan jenis pendekatan penelitiannya, metode penelitian yang

sesuai untuk penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif merupakan metode untuk mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan secara apa adanya saat melakukan penelitian di lapangan (Mukhtar, 2013:10). Tidak hanya mengemukakan tindakan yang tampak pada kasat mata dan mendiskusikan kasus umum dari fenomena sosial saja, tetapi menurut Bailey, metode deskriptif juga harus mendeskripsikan berbagai hal secara spesifik terhadap suatu realitas yang tampak dan tersembunyi (Mukhtar, 2013:11).

Metode deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran tentang strategi SEO diimplementasikan oleh situs berita *online* dan kontribusi teknik SEO terhadap peningkatan visibilitas di mesin pencari. Peneliti berupaya untuk mengungkapkan fakta di lapangan sebagaimana adanya dalam mendeskripsikan penerapan strategi SEO di situs berita *online Detik Jabar*.

1.7.5. Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dengan menjelaskan data dalam bentuk deskriptif atau naratif.

2) Sumber Data

(1) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari pihak pertama atau sumbernya langsung kepada peneliti. Adapun sumber data primer akan diperoleh melalui proses pengumpulan data bersama subjek penelitian di lapangan untuk menggambarkan strategi penerapan SEO pada situs berita *online Detik Jabar*.

(2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang bersumber dari perantara atau pihak yang telah mengumpulkan data penelitian sebelumnya. Adapun sumber data sekunder diperoleh melalui kajian literatur seperti buku dan hasil penelitian sebelumnya berupa jurnal atau skripsi yang memiliki relevansi tentang strategi penerapan SEO pada *website*.

1.7.6. Teknik Penentuan Informan

1) Informan

Istilah informan pada penelitian kualitatif melibatkan manusia sebagai subjek penelitian. Menurut Moleong (2010:132), informan adalah individu yang memberikan informasi terkait gejala atau fenomena yang diteliti dan memiliki peran sebagai subjek penelitian.

2) Teknik Penentuan Informan

Penelitian kualitatif memiliki dua teknik penentuan informan, yakni *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Peneliti menentukan informan dengan teknik *nonprobability sampling* dengan tidak memberikan setiap anggota kesempatan yang sama untuk ditetapkan sebagai informan. Penetapan informan penelitian didasarkan pada pertimbangan tertentu yang termasuk dari salah satu teknik *nonprobability sampling* yakni *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013:219), *purposive sampling* adalah teknik untuk menentukan informan berdasarkan pertimbangan tertentu, misalnya individu yang memiliki pengetahuan terkait topik penelitian atau seseorang

dengan kedudukan tinggi sehingga bisa memudahkan peneliti dalam mengeksplorasi hal-hal terkait topik penelitian.

Penggunaan teknik *purposive sampling* ini dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih akurat dan relevan. Hal ini karena selama prosesnya peneliti mencari tahu segala hal mengenai penelitian kepada seseorang yang mumpuni untuk memberikan jawaban yang akurat, jelas, dan terperinci. Menurut Faisal (1990), informan sebagai sumber data harus memenuhi beberapa kriteria di antaranya adalah:

- 1) Mereka yang memahami dan menguasai sesuatu secara enkulturasi, sehingga sesuatu tersebut tidak hanya diketahui, namun juga dialami.
- 2) Mereka yang terlibat dalam kegiatan yang sedang diteliti.
- 3) Mereka yang memiliki waktu luang untuk dimintai informasi terkait.
- 4) Mereka yang awalnya adalah orang asing bagi peneliti, sehingga menarik untuk menjadi guru atau narasumber (Sugiyono, 2013:221).

Berkaitan dengan kriteria tersebut, penelitian ini mengambil 3 orang untuk menjadi informan. Penentuan jumlah informan tersebut sesuai dengan pedoman penelitian kualitatif yang menetapkan setidaknya antara 3-10 informan (Creswell, 1998:122). Ketiga informan yang memenuhi kriteria adalah Kepala Redaksi, Asisten Redaktur, dan Reporter *Detik Jabar*.

1.7.7. Teknik Pengumpulan Data

Sebelum melakukan analisis, tahap awal penelitian adalah mengumpulkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1) Wawancara

Menurut Sugiyono (2013:231), wawancara adalah teknik pengumpulan data yang mempertemukan dua orang untuk bertukar informasi melalui proses tanya jawab kemudian menghasilkan makna untuk dikonstruksikan. Esterberg (2002) mengklasifikasikan jenis wawancara menjadi tiga jenis, yakni wawancara terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur (Sugiyono, 2013:233). Berdasarkan pendapat Sugiyono, peneliti mengambil jenis wawancara terstruktur dengan proses tanya jawab kepada informan dengan memberikan daftar pertanyaan yang telah dirancang pada pedoman wawancara. Respons yang diberikan oleh informan kemudian direkam dan disusun menjadi transkrip wawancara yang disimpan di lampiran.

2) Observasi

Selain dengan wawancara, teknik pengumpulan data lainnya adalah observasi. Menurut Mukhtar (2013:109), observasi merupakan teknik pengamatan untuk mengungkapkan apa yang dilihat, dialami, dan dirasakan peneliti. Faisal (1990) mengelompokkan observasi menjadi tiga jenis, yakni observasi partisipatif, observasi terstruktur dan tersamar, dan observasi tak terstruktur. Peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif yang terbagi menjadi partisipasi pasif, partisipasi moderat, terstruktur dan tersamar, dan lengkap (Sugiyono, 2013:227). Berdasarkan pendapat Sugiyono, peneliti mengambil observasi partisipasi pasif yakni melakukan pengamatan dengan mendatangi lokasi penelitian, tetapi tidak berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan tersebut. Peneliti memasuki lingkungan observasi dengan

mengamati instrumen penelitian yang telah dibuat pada pedoman observasi.

Hasil pengamatan berupa catatan observasi dibagi menjadi bagian deskriptif dan reflektif yang disajikan pada lampiran.

1.7.8. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Setelah mengumpulkan data melalui teknik wawancara terstruktur dan observasi partisipatif pasif, langkah berikutnya adalah menguji keabsahan data. Peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik penentuan keabsahan data. Menurut Sugiyono (2013:273), triangulasi dijelaskan sebagai teknik keabsahan data dengan memeriksa berbagai sumber, waktu, dan teknik. Pertama, teknik triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dengan memeriksa data dari sumber lainnya yang relevan. Kedua, triangulasi waktu untuk menguji kredibilitas data dengan memeriksa data dalam waktu yang berbeda. Terakhir, triangulasi teknik untuk menguji keabsahan data dengan memeriksa dari teknik yang berbeda. Hanya saja, peneliti tidak menggunakan triangulasi teknik karena hanya memiliki dua jenis teknik pengumpulan data, yakni wawancara dan observasi.

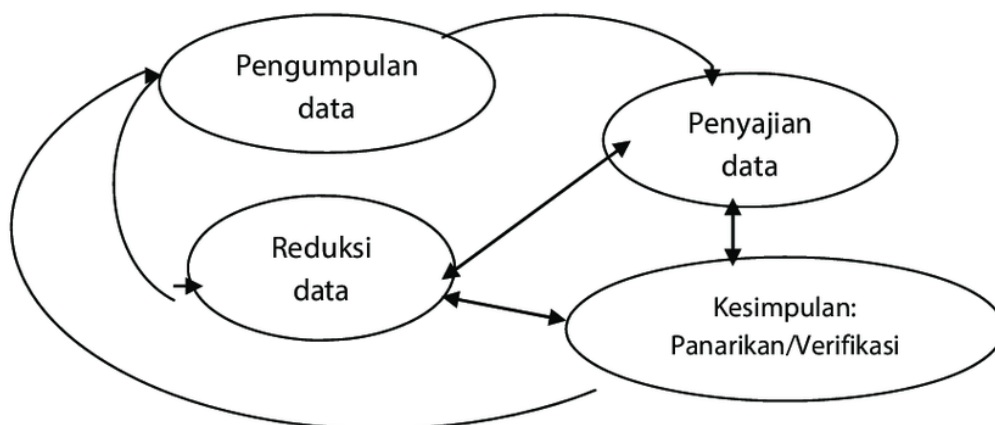
1.7.9. Teknik Analisis Data

Menurut Mukhtar (2013:128), analisis data merupakan proses mengolah, memilah, mengategorikan, dan menyatukan data dari wawancara dan observasi kemudian dianalisis dan diimplementasikan ke pembahasan penelitian secara terstruktur dan sistematis. Kegiatan menganalisis data dalam penelitian kualitatif berlangsung selama penelitian, mulai dari awal hingga akhir pelaksanaan penelitian. Peneliti menggunakan teknik analisis data model interaktif dari Miles dan Huberman. Menurut Miles and Huberman (1984), aktivitas analisis data

kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan sampai selesai, sehingga data tersebut jenuh (Sugiyono, 2013:246).

Gambar 1. 2

Model Interaktif Miles & Huberman



Sumber: Google

Berdasarkan gambar di atas, penjelasan teknik analisis data Miles dan Huberman (1990) adalah sebagai berikut:

1) Pengumpulan data

Peneliti mengumpulkan data melalui dua teknik, yakni wawancara terstruktur dan observasi partisipatif pasif. Pengumpulan data dengan dua teknik di atas berlangsung selama 1 bulan terhitung dari 19 April – 14 Mei 2024. Peneliti menganalisis data secara langsung berdasarkan informasi yang diperoleh di lapangan (Mukhtar, 2013:135).

2) Reduksi data

Semakin lama peneliti mengumpulkan data ke lapangan, maka jumlah dan kompleksitas data juga akan semakin meningkat. Oleh karena itu, peneliti harus melakukan reduksi data dengan melakukan pemilihan dan penyederhanaan data kasar dari hasil catatan di lapangan dengan berfokus

pada hal pokok dan penting (Sugiyono, 2013:247). Berdasarkan pendapat Sugiyono, peneliti memilih data yang relevan dan menghilangkan data yang tidak berkaitan dengan penelitian. Setelah melalui proses pemilihan, peneliti mengorganisasikan data kasar untuk disederhanakan ke dalam kategori. Data yang telah dipilih dan disederhanakan akan diberikan kode untuk dianalisis secara lebih lanjut di pembahasan penelitian.

3) Penyajian data

Setelah melalui proses pengumpulan dan reduksi data, peneliti akan melakukan penyajian data. Proses penyajian data penelitian kualitatif bisa dalam bentuk deskripsi ringkas, diagram, hubungan antar kategori, *flowchart* atau bentuk yang lainnya (Sugiyono, 2013:252). Peneliti melakukan penyajian data melalui bentuk uraian yang menyajikan deskripsi naratif secara detail mengenai setiap tema dan sub-kategori. Deskripsi naratif ini berupa penjabaran kutipan langsung dari hasil wawancara dan observasi selama penelitian. Selain itu, peneliti juga melampirkan data-data yang diperlukan seperti tabel dan bagan untuk menjelaskan keakuratan penelitian.

4) Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Tahap akhir pada teknik analisis data model Miles dan Huberman adalah proses pengambilan keputusan, meliputi kesimpulan dari hasil penelitian yang berkaitan dengan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan penelitian. Setelah data dikumpulkan, diperiksa, disajikan sampai tahap proses analisis selesai, peneliti memahami makna dari konstruksi data yang dihimpun dengan membuat kesimpulan secara komprehensif (Mukhtar, 2013:135).