



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era modern seperti sekarang ini, penggunaan internet dari waktu ke waktu semakin pesat. Internet dianggap sebagai salah satu sarana bahkan indikator bagi perkembangan informasi. Informasi-informasi yang dibutuhkan masyarakat tidak lagi berkuat pada media konvensional seperti media cetak berupa koran dan majalah, tetapi kini masyarakat dihadapkan dengan hadirnya media baru (*new media*) (Creeber, 2011, p. 2). Kehadiran media baru membawa perkembangan pesat pada masyarakat, kemudahan yang ditawarkan tidak lagi menjadi halangan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi yang mereka inginkan secara instan dan dapat memilih berita sesuai yang diinginkan.

Kehadiran internet membuka banyak kemungkinan bagi perkembangan segala sesuatunya. Terutama pada munculnya Web 2.0 selama beberapa tahun terakhir yang telah berdampak signifikan terhadap bidang jurnalistik. McManus (1994, p.15) memprediksi bahwa teknologi secara signifikan akan memengaruhi nilai dan struktur berita yang membawa jurnalis kepada era media baru. Terlebih membuat jurnalisme saat ini menghadapi tantangan baru dalam proses kerjanya seperti dalam hal pengumpulan informasi, produksi dan distribusi berita (Creeber, 2011, p. 4). Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa internet menawarkan cara yang lebih efisien untuk berkomunikasi sehingga komunikasi tidak hanya menjadi lebih cepat, tetapi relatif lebih murah dan dapat diakses oleh setiap orang .

Sebelum internet populer, ruang berita kesulitan dalam mengetahui informasi mengenai perilaku dan keinginan dari audiens mereka secara langsung dan cepat. Kesenjangan ini mulai diisi sejak hadirnya internet, dengan cara jejak digital audiens mulai dipantau yang kemudian menyumbang sebuah wawasan yang belum pernah ada sebelumnya (MacGregor, 2007, p. 280). Ditambah, suasana baru terbentuk dalam interaksi audiens di media daring seperti contoh mereka bisa terlibat dalam pemberitaan yang juga mendorong para jurnalis melakukan cara-cara baru untuk memantau perilaku pembaca di media daring (Tandoc, 2014, p. 9). Angka *page view* dan *unique visitors* sudah menjadi barometer atau alat ukur yang dapat membantu melacak jangkauan dari pemberitaan daring (Batsell, 2015, p. 127). Munculnya kecanggihan teknologi yang berfungsi melacak jejak khalayak di ranah *online* telah mulai mengubah cara produsen media berpikir tentang audiens di media daringnya. Editor berita, sekian lama menolak atau mengabaikan preferensi audiens, menjadi semakin sadar dan adaptif terhadap selera audiens sebagai manifestasi hasil melalui metrik (Lee, Lewis, & Powers., 2012, p.265).

Terus bertambahnya jumlah orang yang terhubung internet, persaingan antara tiap media pun timbul. Andaikan internet merupakan sebuah kota besar dan media daring merupakan toko-toko yang tersebar dalamnya. Lebih besar kemungkinan orang untuk memijakkan kaki ke dalam suatu toko ketika toko tersebut berada di jalan utama atau tepat di depan pintu masuk pusat perbelanjaan teramai. Hal ini sama dengan mengejar posisi teratas dalam mesin telusur terutama *Google*. Dengan begitu, setiap media daring harus mulai beradaptasi dengan melakukan berbagai strategi untuk memproduksi artikel dalam kanal berita agar

dapat muncul di posisi teratas (Tandoc, 2014, p. 9). Bagi penggerak media daring yang ingin mengoptimalkan konten beritanya agar mudah untuk ditemukan di mesin telusur, harus terlebih dahulu mendapatkan pemahaman tentang cara kerja mesin telusur.

Berangkat dari data *Internet World Stats*, pengguna internet telah terhitung mencapai 7 Miliar per Juni 2018, dan *Google.com* menduduki posisi tertinggi dengan menguasai 44.49% pengguna internet sebagai *organic search engine*. Sebanyak 84% pengguna *Google* tidak berhasil melewati dua halaman dalam laman pencarian dan 65% orang tidak pernah mengklik hasil carian yang berbayar. Data tersebut membuktikan dua hal, yang pertama, pengguna internet hari ini lebih suka mencari informasi mengenai apa saja yang mereka butuhkan dengan mengubah pemikiran mereka menjadi kata kunci dan mengetiknya dalam mesin pencarian yaitu *Google*. Kedua, pengguna internet lebih memilih untuk memasuki website yang menduduki posisi halaman pertama dan mengabaikan website berbayar dalam *Google*.

Mesin telusur menjadi satu poin penting untuk dijadikan sumber informasi tentang lalu lintas di banyak situs saat ini (Robinson, 2011, p.189). Menurut Briggs (2010, p. 310), salah satu cara untuk memosisikan diri dalam mesin pencari dan membangun audiens dalam era jurnalisme digital saat ini adalah dengan memakai *Search Engine Optimization* (SEO) sebagai alat bantu jurnalis dalam menghasilkan berita. Dengan hanya menulis kata kunci yang diinginkan di mesin pencari, audiens akan disuguhkan dengan ratusan bahkan ribuan website yang ditampilkan.

Jurnalisme memang memiliki formula tertentu seperti dalam penulisan berita dengan struktur piramida terbalik dengan menyertakan lima W dan juga bekerja dalam limitasi pada batas-batas publikasi menyesuaikan dengan Bahasa yang baik dan benar (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 23). Richmond (2008) berpendapat bahwa aturan SEO sama pentingnya dengan semua hal yang telah disebutkan dan terlebih dalam menerapkan SEO jurnalis dapat meningkatkan hal yang pertama yaitu menulis berita dengan struktur piramida terbalik dan lima W dalam web. Dengan demikian, SEO dapat digambarkan sebagai bagian alami dari pekerjaan jurnalistik yang bergerak di media daring. SEO tidak hanya terkait dengan para ahli teknologi saja, tetapi SEO juga merupakan keahlian untuk semua jurnalis yang bekerja dalam ruang berita media daring. SEO perlu diterapkan selama proses dalam menciptakan konten berita tidak mengubah struktur editorial pada berita tersebut (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 24).

Penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) yang dioperasionalkan di ruang produksi berita dapat membantu para jurnalis dalam memperkirakan konten berita mana yang akan mendatangkan lalu lintas pengunjung yang cukup besar. Secara langsung praktik penerapan SEO memengaruhi produksi berita dan keputusan dalam ruang redaksi (Dick, 2011, p. 464). Penggunaan SEO menjadi penting terlebih ketika suatu kanal berita ingin menunjang visibilitasnya di mesin pencarian. Dengan adanya fitur *web analytic* kanal berita dapat mengetahui psikologi audiens sehingga proses produksi berita sesuai dengan hal yang sedang tren dibicarakan di masyarakat atau penulis dapat menyesuaikan penulis artikel

dengan kata-kata yang memiliki lalu lintas padat pada saat itu (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 380).

Pada dasarnya SEO terbagi menjadi dua bagian utama yaitu bagian optimasi *on-page* dan optimasi *off-page*. Optimasi *on-page* mencakup pengoptimalan konten dengan menyesuaikan terhadap pedoman dasar mengenai arsitektur dari sebuah web dan kode HTML pada situs (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 25). Seperti contoh, bagaimana jurnalis di ruang redaksi menentukan strategi untuk penggunaan kata kunci dalam penulisan judul, *lead*, *metadescription*, dan isi berita. Kemudian, pada bagian optimasi *off-page* berkaitan dengan faktor-faktor yang terhubung pada optimasi di luar halaman seperti tautan dan media sosial (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 25). Gambaran optimasi *off-page* di ruang redaksi yaitu antara lain menautkan tautan yang relevan pada kata kunci yang dipakai dalam isi berita dan membagikan berita tersebut ke media sosial. Kedua bagian tersebut merupakan pedoman yang penting untuk dinilai dalam penerapan SEO di media daring sehingga penelitian ini akan terfokus dalam menilai setiap barometer yang terdapat dalam kedua faktor optimasi *on-page* dan *off-page* pada penerapan di media daring *Tribunnews.com*.

Menyadari pentingnya perubahan yang sedang terjadi dalam media daring, setiap portal berita berusaha untuk mengoptimalkan hasil beritanya dengan menerapkan sistem SEO. Penggunaan SEO dapat memprediksi ketertarikan konsumen terhadap suatu konten pemberitaan dengan asumsi bahwa orang yang mencari berita di media daring dilatarbelakangi oleh keinginan untuk mengetahui suatu berita dibandingkan asumsi bahwa mereka menerima informasi yang

menuntun pada suatu pemberitaan (Enge, Spencer, Fishkin, & Stricchiola., 2009, p. 112). Beberapa media daring di Indonesia sudah mulai mengoptimalkan penggunaan SEO dalam tulisan beritanya untuk mendongkrak jumlah pengunjung dan lalu lintas yang masuk dalam kanal beritanya seperti *Tribunnews.com*. Pada umumnya, *web traffic* dinilai dari ketiga hal penting yaitu *page views*, perbandingan *visitors* dengan *unique visitors* dan *engagement audiens* (Briggs, 2010, p. 319).

Perusahaan media daring yang bertempat di Gedung Group of Regional *Newspaper* Kompas, Jakarta Pusat ini merupakan salah satu portal berita pertama yang berhasil menduduki peringkat pertama dalam *website Alexa.com* sebagai media daring Indonesia yang memiliki *traffic web* tertinggi sejak 2018. *Alexa Rank* merupakan portal *website* yang menyediakan informasi mengenai penilaian berdasarkan jumlah trafik pengunjung atau kualitas konten yang dimiliki suatu situs *website* atau blog. Walaupun, pada tahun 2020 *Tribunnews.com* turun pada ranking *Alexa.com* dengan menduduki posisi ketiga setelah *Okezone.com* dan *Google.com*, tetapi *Tribunnews.com* masih mengungguli *Okezone.com* dan *Google.com* dengan memiliki 60,6% lalu lintas dari pencarian mesin telusur dan 29.274 situs yang menautkan *Tribunnews.com*.

Gambar 1.1 *Tribunnews.com* berada di peringkat pertama di *Alexa.com*



Sumber: *Malangtimes.com*

Gambar 1.2 *Tribunnews.com* berada di peringkat ketiga pada *Alexa.com*

**Top Sites in Indonesia**

Global **By Country** By Category

Showing 50 of 500 results

Want access to the complete list? **START YOUR FREE TRIAL**

Site	Daily Time on Site	Daily Pageviews per Visitor	% of Traffic From Search	Total Sites Linking In
1 Okezone.com	4:46	4.47	9.50%	16,328
2 Google.com	13:18	15.10	0.40%	1,971,858
<b>3 Tribunnews.com</b>	3:48	1.99	<b>60.60%</b>	<b>29,274</b>
4 Youtube.com	13:11	7.39	16.10%	1,507,124
5 Detik.com	7:31	4.51	26.50%	45,638
6 Kompas.com	4:32	2.20	43.20%	45,090
7 Grid.id	4:56	2.19	52.50%	8,107
8 Liputan6.com	4:58	2.24	56.50%	20,827
9 Sindonews.com	3:55	2.45	38.70%	5,070

Sumber: <https://www.alexacom/topsites/countries/ID>



Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk membahas secara rinci dampak *search engine optimization* (SEO) pada jurnalisme digital. Melalui analisis kualitatif, penulis meneliti bagaimana penggunaan teknik SEO dalam pemberitaan di media *Tribunnews.com* dan bagaimana para jurnalisnya memanfaatkan teknik SEO untuk meningkatkan lalu lintas webnya. Sementara itu, belum ada penelitian di Indonesia yang mengkaji konsep SEO ini ke dalam struktur media daring di Indonesia maka penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi secara akademis untuk para jurnalis, mahasiswa yang sedang menekuni jurnalisme, dan juga pelaku media daring di Indonesia untuk memahami tentang kerja optimasi mesin pencari dan pengaruhnya terhadap jurnalisme daring. Lain daripada itu, penelitian ini bertujuan untuk menguraikan kerangka SEO yang diterapkan di *Tribunnews.com* dengan menilai dari sejumlah elemen teknik SEO dari level *on-page* hingga *off-page* dalam proses pembuatan konten beritanya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana teknik SEO diimplementasikan dalam aktivitas jurnalisme di media daring *Tribunnews.com*?

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana penerapan teknik SEO dalam aktivitas jurnalisme *Tribunnews.com* di level *on-page*?
2. Bagaimana penerapan teknik SEO dalam aktivitas jurnalisme *Tribunnews.com* di level *off-page*?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui penerapan dan alur teknik SEO dalam aktivitas jurnalisme *Tribunnews.com* di level *on-page*.
2. Untuk mengetahui penerapan dan alur teknik SEO dalam aktivitas jurnalisme *Tribunnews.com* di level *off page*.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### 1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yakni:

- a. Dapat memberikan suatu karya penelitian baru yang dapat mendukung pengembangan kajian jurnalisme digital, terutama dalam konteks Indonesia.
- b. Dapat memberikan gambaran empirik dan ilmiah terkait implementasi SEO pada media daring.
- c. Dapat dijadikan sebagai acuan dasar dalam pengembangan penelitian terkait SEO pada media daring.

##### 1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara Praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, yaitu

- a. Dapat memberikan informasi serta masukan kepada media yang dituju.

- b. Dapat membantu dalam perkembangan media daring dalam penerapan SEO dalam konten berita.

### **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pemahaman dan praktik implementasi SEO yang dilakukan oleh pekerja media di Indonesia khususnya kepada para pekerja media di *Tribunnews.com*. Dalam hal ini, belum ada penelitian lain yang telah meninjau perkembangan dalam pengimplementasian SEO di media daring Indonesia menggunakan konsep penelitian ini. Lain daripada itu, penelitian ini hanya menggunakan pedoman dan barometer penilaian dari konsep yang telah dikembangkan oleh Giomekalis dan Veglis pada media daring Eropa sehingga data-data yang terkumpul tidak dapat digunakan untuk mewakili dan menggeneralisasi media-media daring di Indonesia.