



### **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 II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang berjudul *Search Engine Optimization in UK News Production* yang ditulis oleh Murray Dick membahas mengenai bagaimana kultur ruang berita di media daring UK. Penelitian ini menyatakan bahwa praktik penerapan SEO memengaruhi produksi berita. Murray Dick meneliti dengan cara mewawancarai SEO profesional di tiga organisasi media yang berbeda secara mendalam. Berangkat dari penelitian terdahulu yang ditulis oleh MacGregor (2007) yang mempelajari mengenai pengaruh server pelacak data terhadap keputusan dalam ruang redaksi, Murray kemudian melanjutkan pembahasannya dalam penelitian ini dengan mengungkap bagaimana SEO dioperasikan di ruang berita, dan apa konsekuensi praktik-praktik tersebut untuk produksi berita online.

Relevansi penelitian *Search Engine Optimization in UK News Production* dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada topik dan metode penelitian. Murray Dick meneliti tiga organisasi media secara mendalam mengenai penerapan SEO dengan mengungkap bagaimana SEO dioperasikan di ruang berita. Hal tersebut membantu penelitian dalam melihat pola dan juga hasil dari pengalaman penelitian sebelumnya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini juga memiliki relevansinya terhadap penelitian penulis, yaitu dalam penelitian tersebut menerapkan metode studi kasus kualitatif. Murray Dick melakukan observasi dalam peliputan mengenai *group stages World Cup 2010* selama tiga hari di *BBC*

*News Online*, lain daripada itu ia melakukan wawancara mendalam terhadap dua karyawan SEO di *The Guardian*.

Teknologi digital yang berkembang pesat selama dua dekade terakhir telah menyebabkan perubahan besar dalam bidang jurnalisme menurut Giomekalis dan Veglis. Dalam penelitiannya yang berjudul *Investigating Search Engine Optimization Factors in Media Websites* menunjukkan bahwa perkembangan jurnalisme online telah memengaruhi proses kerja jurnalistik, menciptakan teknik dan praktik jurnalistik baru. Mesin pencari di internet masih mendorong sejumlah besar lalu lintas untuk mengarahkan ke situs web berita. Untuk alasan itu, faktor-faktor seperti visibilitas dan peringkat pada halaman hasil mesin pencari tetap sangat penting bagi media daring. Saat ini, wartawan atau editor web harus dapat menulis dan membuat konten yang sesuai untuk web. Penelitian ini menganalisis menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan tujuan antara lainnya, yaitu di satu sisi, untuk mengetahui bagaimana penggunaan SEO memengaruhi lalu lintas dari situs media daring, di sisi lain, untuk melihat bagaimana para profesional dalam media di Yunani memanfaatkan kemungkinan yang diberikan melalui mesin pencari untuk meningkatkan lalu lintas.

Relevansi penelitian *Investigating Optimization Factors in Media Websites* dengan penelitian ini terletak pada konsep yang digunakan. Giomekalis dan Veglis meneliti 30 media daring di Yunani dengan bertujuan untuk memahami seberapa besar penggunaan SEO yang dipakai media daring tersebut sehingga berdampak pada posisi ranknya dalam *Alexa.com*. Antara lain konsep penilaian dasar yang digunakan sebagai dasar penelitian ini dilihat dari 11 faktor yaitu judul, *meta*

*description, images optimization, Uniform Resource Locator (URL), backlinks, media sosial, page rank, dan bounce rate.* Menurut penelitian ini penggunaan SEO yang baik tidak menjamin lalu lintas tinggi, tetapi strategi penggunaan SEO yang efektif dapat memainkan perannya dan membantu orang-orang dalam media daring mengambil keuntungan dari peluang yang disediakan.

**Tabel 2.1** Review Penelitian Terdahulu

Keterangan	Penelitian Terdahulu 1	Penelitian Terdahulu 2
Judul	<i>“Search Engine Optimization in UK News Production”</i>	<i>“Investigating Search Engine Optimization Factors in Media Websites”</i>
Nama	Murray Dick	Dimitrios Giomelakis dan Andreas Veglis
Tahun	2011	2015
Jenis Penelitian	Jurnal	Jurnal
Objek Penelitian	BBC Online News dan The Guardian	<i>30 Greek news websites</i>
Metode Penelitian	Kualitatif	Kuantitatif
Sifat Penelitian	Studi Kasus	Deskriptif
Hasil Penelitian	Hanya ada satu contoh organisasi media yang menentukan keputusan editorial menggunakan arahan SEO. Dua media lainnya tidak pernah	Situs web media di Yunani dengan volume lalu lintas tinggi menggunakan strategi SEO dasar sampai tingkat tertentu, tetapi masih ada ruang untuk perbaikan.

	menjadikan SEO sebagai yang memimpin editorial, tetapi hanya sebatas alat pendukung.	Pakar SEO melihat pergeseran dari faktor peringkat tradisional ke analisis yang lebih mendalam.
--	--	---

## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Search Engine

Mesin telusur adalah program yang menggunakan algoritma untuk menemukan dan mengumpulkan informasi mengenai halaman web dan menampilkannya kembali dalam halaman hasil pencarian sesuai dengan kata kunci dari informasi yang ingin dicari (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 3). Sebelum membahas lebih dalam mengenai SEO, berikut merupakan tiga fungsi utama dari performa mesin telusur yang dapat menjadi dasar pemahaman cara kerjanya (Briggs, 2010, p.321).

#### 2.2.1.1 Spiders and Robots

*Spider* dan *Robot* merupakan sebuah sebutan untuk program yang dikirimkan oleh mesin telusur seperti *Google* dan *Bing* untuk melacak dan mendata informasi yang ditemukan dalam internet. Hal ini diprogram untuk mencari halaman web baru ataupun informasi baru dalam web yang sudah ada dan kemudian mengirimkan balik laporan kepada setiap mesin telusur untuk dilakukan *indexing*.

#### 2.2.1.2 *Indexing*

Laporan mengenai informasi dan halaman web baru yang berhasil ditemukan oleh *Spider* dan *Robot*, kemudian dibangun menjadi sebuah *database* yang lebih besar yang merupakan sebuah gabungan dari referensi semua konten yang terkoneksi dalam tautan yang digolongkan baik. Hasil tersebut yang kemudian menjadi katalog yang dimunculkan dalam halaman web mesin telusur.

#### 2.2.1.3 *Queries*

*Query* terbentuk ketika pengguna mesin telusur mengetik *keyword* yang ingin dilacak dalam mesin telusur. Kata-kata yang diketik oleh pengguna dalam mesin telusur disebut sebagai *keyword*, yang nantinya dipakai oleh *Google* ataupun *Bing* untuk mencari *index* web yang relevan dengan informasi yang sedang dicari. Kemudian, mesin pencari menyediakan pilihan dengan 10 hasil *website* yang relevan pada halaman pertama yang dapat membantu pengguna memudahkan dalam pencariannya.

### **2.2.2 *Search Engine Optimization (SEO)***

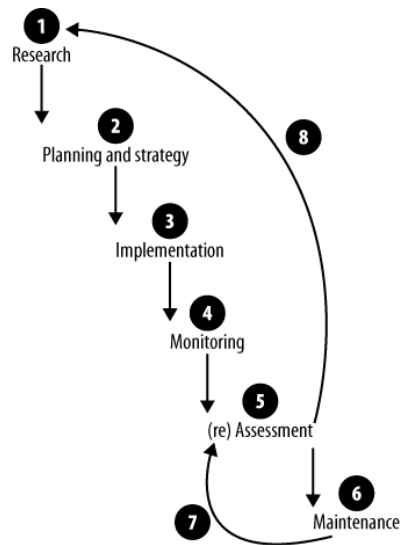
SEO merupakan sebuah teknik yang dapat diterapkan demi menyesuaikan elemen dalam situs web untuk dapat mencapai visibilitas dan peringkat terbaik dalam mesin pencari (Ledford, 2009, p. 34). Mesin pencari biasanya akan selalu memberikan peringkat hasil dengan menampilkan 10 hasil pencarian per halaman. Sebagian besar pengguna internet tidak berhasil

melewati halaman pertama hasil penelusuran, jadi dengan menduduki posisi pada 10 hasil pencarian pertama merupakan keuntungan besar untuk meningkatkan audiens (Briggs, 2010, p. 322).

Proses SEO dapat dipecah menjadi enam fase secara umum antara lain adalah penelitian, perencanaan dan strategi, implementasi, pemantauan, penilaian, dan pemeliharaan. Dalam gambar di bawah, proses urutan pertama sampai kelima menggunakan panah untuk menunjukkan urutan setiap fase dan panah *loop* untuk menunjukkan sifat berulang dari proses SEO. Se, *loop* yang lebih kecil terjadi antara fase penilaian dan pemeliharaan. *Loop* yang lebih besar terjadi antara fase penilaian dan penelitian (Jerkovic, 2010, p. 9).

Fase penelitian merupakan fase pertama dari proses SEO. Biasanya terdiri dari beberapa jenis penelitian yaitu penelitian bisnis, analisis pesaing, penilaian keadaan saat ini, dan penelitian kata kunci. Setelah semua penelitian dilakukan, akan membantu untuk menghasilkan dokumen atau artefak penelitian SEO yang isinya merupakan sebuah rangkuman temuan dari fase penelitian (Jerkovic, 2010, p. 12)

Gambar 2.1 Proses Fase SEO



Sumber: SEO Warrior (2010, p. 10)

Dalam fase perencanaan dan strategi pada umumnya akan menjawab beberapa pertanyaan mendasar berdasarkan *output* dari fase penelitian sehingga ada beberapa strategi yang perlu diperbaiki dalam fase ini, antara lain dalam hal menangani konten, pembuatan tautan, sosial media, dan SEM, serta strategi teknis. Semua strategi ini dapat dibentuk menjadi sebuah *output* yaitu rencana SEO. Rencana SEO berisi informasi tentang optimasi yang diusulkan internal dan eksternal. Hal ini termasuk optimasi *on-page* dan *off-page*. Rencana SEO seumpama adalah peta jalan yang merupakan sebuah proposal dan ajakan untuk bertindak untuk memenuhi persyaratan SEO. Langkah-langkah, kegiatan, dan prosedur yang perlu diikuti untuk mendapatkan peringkat yang lebih baik, penambahan atau modifikasi konten baru.



Setelah rencana SEO disetujui, tahap implementasi baru dapat dimulai. Tahap implementasi SEO adalah ketika semua perencanaan dan strategi mulai diberlakukan. Tahap implementasi dapat bervariasi secara drastis dalam ukuran dan kompleksitas. *Output* dari tahap implementasi dapat berupa beberapa dokumen yang merinci setiap pengetahuan teknis baru yang diperoleh, masalah yang dihadapi, dan pelajaran yang dipetik. Lain daripada itu, setiap penyimpangan dari rencana SEO asli harus didokumentasikan dengan alasan yang sesuai dan tindakan di masa depan yang perlu diperlakukan. Namun, berpegang teguh pada rencana SEO adalah suatu keharusan sehingga dengan adanya penyimpangan bisa menjadi kontraproduktif dan dapat menghambat manfaat dari pekerjaan lain.

Fase pemantauan hanya untuk memantau beberapa hal seperti kegiatan *spiders web* situs rujukan, peringkat mesin pencari lalu lintas situs web, konversi, dan lainnya. Semua aktivitas ini terkait dan bergantung pada analisis *log server* sebuah web. *Output* dari fase pemantauan merupakan serangkaian data, biasanya disusun dalam ringkasan laporan bulanan. Ini termasuk data dari alat statistik *web* dan alat analisis *web*. Yang berfungsi sebagai input untuk fase penilaian.

Fase penilaian menggunakan *output* dari fase pemantauan serta serangkaian daftar periksa yang dijadikan dasar penilaian. Fase ini juga disebut sebagai fase pemeriksaan. SEO dapat didefinisikan secara bulanan, triwulanan, setengah tahunan, atau bahkan tahunan. Inti dari fase penelitian adalah untuk melihat apa yang bisa dan tidak berfungsi sesuai dengan rencana

SEO. Fase penilaian dapat mengungkap banyak masalah. Seperti yang mengacu pada gambar 1-5, masalah kecil dapat ditangani pada fase pemeliharaan. Dalam banyak hal, fase pemeliharaan mirip dengan fase implementasi yaitu mengkonfirmasi dari semua pekerjaan SEO yang telah dilakukan, di samping masalah yang dihadapi dan setiap pelajaran yang didapat Fase penelitian merupakan fase pertama dari proses SEO. Biasanya terdiri dari beberapa jenis penelitian yaitu penelitian bisnis, analisis pesaing, penilaian keadaan saat ini, dan penelitian kata kunci. Setelah semua penelitian dilakukan, akan membantu untuk menghasilkan dokumen atau artefak penelitian SEO yang isinya merupakan sebuah rangkuman temuan dari fase penelitian (Jerkovic, 2010, p. 17).

### **2.2.3 SEO dan Jurnalisme daring**

Internet telah memicu proses konvergensi yang berdampak pada pengelolaan konten berita dalam produksi ruang berita sehari-hari. Ditambah banyaknya orang awam yang memiliki kemampuan untuk memanfaatkan teknologi interaktif yang ditawarkan oleh internet untuk mencari berita yang mereka inginkan. Maka dengan itu, meningkat juga jumlah produsen berita dan penyebaran berita secara global (Surya, 2010, p. 3). Dengan kemajuan teknologi interaktifnya, perkembangan dalam bidang jurnalisme digital telah memengaruhi proses kerja jurnalistik, menciptakan teknik dan praktik jurnalistik baru dengan mengadaptasi perkembangan teknologi dan internet yang ada.

Mesin pencari juga memiliki kontribusi dengan menyumbangkan sejumlah besar lalu lintas yang diarahkan ke situs web berita yang muncul dalam halaman pencarian mesin tersebut. Dengan demikian, faktor – faktor seperti visibilitas dan peringkat pada halaman hasil mesin pencari menjadi sangat penting bagi media daring (Briggs, 2010, p. 322). Banyak media daring yang menerima sebanyak 1/3 lalu lintasnya dari mesin telusur. Dengan begitu, pemakaian SEO diharapkan dapat menjadi salah satu strategi untuk memperbaiki rank halaman web sebuah media daring dalam memosisikan diri sebagai yang teratas dalam mesin pencari (Tandoc, 2014, p. 9).

SEO merupakan sebuah proses editor web dalam menyesuaikan judul, *lead* atau isi teks artikel untuk meningkatkan penempatan situs tersebut di mesin pencari dan berpeluang untuk lebih mudah ditemukan dan dibaca. Dengan demikian, hal ini juga dapat dicirikan sebagai norma produksi dan praktik di ruang redaksi yang dirancang khusus untuk menyesuaikan pada media baru yaitu media daring (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 4). Ruang redaksi harus siap menghadapi dinamika konvergensi dan tantangan baru yang dihadapi jurnalisme saat ini.

Dasar kepentingan antara SEO dan jurnalisme daring juga memiliki kesamaan. Dilihat dari elemen jurnalisme yang ketujuh yaitu Jurnalis memiliki tanggung jawab untuk membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan (Kovach & Rosensteil., 2007, p. 52). Tanggung jawab wartawan bukan hanya sekadar menyediakan informasi yang orang butuhkan,

melainkan seorang wartawan harus mampu menyediakan informasi dengan menciptakan berita yang menarik, bermakna, dan relevan.

Sama halnya dengan dasar implementasi SEO yaitu relevansi konten merupakan hal yang harus paling diperhatikan dari sebuah situs. Dengan kata lain, semakin relevan dan menarik sebuah konten yang *publish* maka *crawler* dan juga *user* akan dengan mudah mencari dan memiliki kecenderungan untuk menghabiskan waktu mereka dalam situs tersebut (Ledford, 2009, p. 232). Oleh karena itu SEO dapat digambarkan sebagai bagian strategi yang bisa diterapkan di ruang redaksi karena mesin pencari merupakan sebuah cara termudah untuk mendapatkan pembaca.

Menurut Giomelakis & Veglis, pada dasarnya SEO terbagi menjadi dua bagian utama yaitu bagian optimasi *on-page* dan optimasi *off-page*. Optimasi *on-page* mencakupi pengoptimalan konten dengan menyesuaikan terhadap pedoman dasar mengenai arsitektur dari sebuah web dan kode HTML pada situs (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 25). Kemudian, pada bagian optimasi *off-page* berkaitan dengan faktor-faktor yang terhubung pada optimasi di luar halaman seperti pembangunan tautan dan media sosial (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 25). Kedua bagian tersebut merupakan pedoman terbaik untuk menilai praktik implementasi SEO di media daring sehingga penelitian ini akan menggunakan kedua bagian utama tersebut untuk dijadikan konsep atas dasar penilaian di ruang redaksi *Tribunnews.com*

### 2.2.3.1 On-Page Optimization

#### 2.2.3.1.1 Content

Dalam penulisan konten ada lima poin yang harus diperhatikan, yang pertama adalah masalah dalam penulisan *headline* (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 25). Dalam level *on-page*, *headline* merupakan poin krusial karena judul merupakan hal pertama yang akan dibaca oleh pengguna mesin telusur. Kedua, penulisan judul yang berbeda-beda juga penting untuk diperhatikan, guna memperkaya *indexing* dalam mesin telusur agar *keyword* terhadap suatu topik yang dibicarakan semakin kuat dan relevan.

Lalu yang ketiga adalah struktur penulisan pada *lead paragraph* pertama. *Lead* yang tergolong *SEO friendly* harus menyertakan *keyword* yang sudah tertulis dalam *headline* ataupun judul. Semakin awal penempatan sebuah *keyword* dalam *lead*, mesin pencari juga akan lebih menganggap isi tersebut relevan. Keempat adalah cara alternatif dalam penulisan konten. Lain daripada itu, penulis juga harus konsisten dalam menghasilkan konten. Pastikan konten yang tersedia selalu terbaru lalu pastikan juga penulisan nama ataupun singkatan ditulis dengan selengkap dan se jelasnya mendekati kata yang kemungkinan akan dipakai oleh pengguna untuk mencari konten dengan topik tersebut.

Poin yang kelima adalah dengan menyematkan video ataupun konten multimedia lainnya yang serelevan mungkin dengan topik yang sedang dibicarakan. Konten yang disematkan video lebih menarik dan mengikat para pengguna internet karena video dianggap lebih sering dibagikan dan lebih banyak mendapatkan klik (Dover, 2011, p. 12). Poin yang terakhir adalah kualitas dan konten *marketing*, perlu diingat SEO bukan melulu tentang mesin, melainkan pembaca merupakan faktor utamanya. Mesin telusur pun mencari konten yang unik dan dinilai kaya oleh informasi karena konten yang seperti itu juga pasti memiliki kemungkinan untuk dibagikan lebih besar.

#### 2.2.3.1.2 HTML

SEO dapat bekerja dengan efektif ketika pemakaian *keyword* dituliskan secara terus-menerus dari mulai pada bagian judul sampai ke dalam isi konten (Briggs, 2010, p. 327). Sama dengan HTML, penulisan *keyword* harus tersedia dalam judul, deskripsi konten, dan deskripsi gambar yang biasanya diatur dalam *Content Management Systems* (CMS) setiap server. Seperti yang telah dibahas dalam poin konten, judul merupakan salah satu hal yang paling penting dalam elemen SEO pada level *on-page*. Judul HTML sangat penting karena itu yang akan muncul pertama kali dalam hasil mesin telusur atau di dalam kolom judul *browser*. Meskipun demikian, *keyword* juga penting untuk

disertakan dalam penulisan ringkasan deskripsi yang menjelaskan tentang konten halaman web. Biasanya penulisan deskripsi ditulis sepanjang 150 – 160 karakter, yang biasanya kalimat pertama dalam isi konten yang dijadikan ringkasan deskripsi (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 27). Terakhir, gambar yang disematkan dalam konten juga harus disertakan *keyword* yang relevan.

#### 2.2.3.1.3 *Architecture*

Mesin telusur akan lebih mudah melakukan *indexing* ketika situs web dengan konsisten memiliki *keyword* yang jelas dan juga *Uniform Resource Locator* (URL) yang mudah dibaca (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 29). Faktor – faktor yang bersifat teknis seperti *crawlability*, *navigation*, dan *speed* memang tidak menjadi perhatian para produsen konten. Dengan demikian, ahli teknis perlu menggunakan berbagai cara untuk meningkatkan efisiensi *crawling* seperti dengan memperbaiki tautan yang salah dan juga memastikan konten web dapat diakses untuk perangkat seluler yang sedang populer saat ini. Lain daripada itu, kecepatan sebuah situs mencerminkan seberapa cepat situs merespon permintaan pengguna. Faktor faktor ini harus menjadi prioritas bagi pemilik situs karena hal tersebut membantu pengunjung dengan cepat menemukan konten yang diinginkan sehingga pembaca merasa puas. Akibatnya, lalu lintas web tersebut dapat meningkat karena pembaca memiliki akses dengan mudah untuk

membaca konten yang mereka inginkan dan mereka cenderung akan menghabiskan waktu lebih lama dalam situs web tersebut.

### 2.2.3.2 *Off-Page Optimization*

#### 2.2.3.2.1 Tautan Internal

Tautan yang kuat dapat bertahan lebih lama dalam hasil mesin telusur dan juga memudahkan mesin telusur untuk menemukannya sehingga pengguna pun dimudahkan untuk mencari informasi yang sedang dibutuhkan. Tautan yang bekerja sama dengan situs web lain terutama antara situs yang memiliki konten yang relevan dapat meningkatkan lalu lintas dan *page rank* (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 29).

#### 2.2.3.2.2 *Backlink Profile*

Profil *backlink* dinilai dari segi kualitas dan historis sebuah situs web karena hal tersebut merupakan faktor yang memengaruhi kredibilitas situs web. Mesin pencari cenderung memilih konten dari situs web yang sudah diciptakan lebih lama dan domain yang tergolong lebih tua. Lain daripada itu, profil *backlink* juga berguna bagi situs web berita untuk tetap menjaga nama *domain* dan URL dalam jangka panjang (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 30).



#### 2.2.3.2.3 Media Sosial

Jejaring sosial semakin memengaruhi algoritma mesin pencari dan menjadi bagian penting dari SEO. Gambaran sederhananya dapat dilihat ketika ada *breaking news*, pembaca memiliki kecenderungan untuk mencari tahu terhadap informasi tersebut, membagikannya kepada temannya secara personal, dan mengunggahnya pada status *Facebook* dan *Twitter* (Briggs, 2010, p. 330).

#### 2.2.3.2.4 Web Analytics

Dahulu, jurnalis hanya mendapat umpan balik dari khalayak tertentu setelah mereka memublikasikan suatu berita. Namun, sekarang dengan cara analisis web mereka memiliki kemampuan untuk mengumpulkan informasi yang berharga tentang apa yang sedang terjadi. Hal tersebut membantu para jurnalis memiliki pemahaman lebih mengenai audiens mereka. Data dari analisis web dapat membantu para profesional media untuk menentukan topik apa yang akan dibahas. Intinya, orang yang bekerja dalam ruang berita saat ini harus mulai terbuka terhadap peristiwa terkini yang sedang dicari orang dengan menggunakan alat bantuan seperti *Google Tren*, *Google News*, ataupun *Google Analytics* (Giomelakis & Veglis., 2015, p. 30).

## 2.3 Alur Penelitian

Penelitian ini dilakukan guna mengkaji teknik SEO yang terimplementasi dalam ruang berita *Tribunnews.com*. Mulai dari penjelasan mengenai pemahaman terhadap perkembangan teknologi internet saat ini karena pada dasarnya masalah yang diangkat dalam penelitian ini muncul sejalan dengan perkembangan teknologi yang ada. Kemudian, penjabaran soal praktik jurnalistik dalam perkembangan teknologi internet untuk memahami perubahan dan adaptasi yang dialami. Lalu, penelitian ini menjabarkan pengertian, terminologi, teknik terkait SEO secara umum yang kemudian dikaitkan dalam konteks jurnalisme.

Penelitian ini menggunakan konsep yang telah dikembangkan oleh Giomelakis dan Veglis sebagai barometer untuk praktik terbaik mengimplementasikan SEO dalam ruang berita. SEO dalam ruang berita terbagi menjadi ke dalam dua bagian utama yaitu optimasi *on-page* dan *off-page*. Setiap bagian memiliki poin-poin penilaian penting, antara lain ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam optimasi *on-page* yaitu konten, HTML, dan arsitek. Kemudian, pada level optimasi *off-page* terdapat empat poin yaitu tautan internal, *backlink profile*, media sosial, dan analisis web.

Dari total ketujuh poin di atas, penelitian ini akan membandingkan, mengkaji dan menjabarkan dengan menggunakan pedoman konsep tersebut untuk melihat apakah *Tribunnews.com* sudah sesuai dan melakukan praktik terbaiknya dalam mengimplementasikan SEO di ruang beritanya. Alur penelitian dijelaskan pada Bagan 2.1

Bagan 2.1 Alur Penelitian

