Jurnal
JAMBURA
ILMU KOMUNIKASI
e-ISSN : 3026-2380 jik.fis.ung.ac.id
Volume 1 Issue 2, 2023
DOI: 10.37905/

Penerapan Teknik *Search Engine Optimization* (SEO) Dalam Produksi Berita Di Detik Sulsel

Feni Melinda[1], Rahmawati Latief[2], Firdaus Muhammad[3], Siti Mayasari Pakaya[4]
[1,2]Prodi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar
[3]Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar
[4]Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Gorontalo

ABSTRACT (Times New Roman, 12pt, bold, center, space 1)

Background: Online media is currently starting to adopt Search Engine Optimization (SEO) techniques as an instrument in producing news so that it can be in the top position of search engines. This is the case with Detik.Sulsel, which is one of the regional channels on the detik.com online media, which continues to experience an increasing trend in the number of online visitors. **Purpose:** This research aims to determine the application and flow of SEO techniques in detik.Sulsel news production at the on page and off page levels as well as to determine the supporting and inhibiting factors in implementing SEO techniques in detik.Sulsel. **Methods:** This research uses descriptive qualitative with data collection methods namely in-depth interviews, nonparticipant observation and documentation. Data analysis was carried out in three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. **Results:** The results of this research show that SEO optimization at the on page level in detik.Sulsel has been implemented in accordance with SEO standards and emphasizes three main strategies in the news production process, namely content quality, credibility and relevance of articles created according to readers' needs. Detik.Sulsel always balances SEO and journalistic rules that must not be violated. At the off page level SEO optimization detik.Sulsel has also implemented special strategies such as internal links which are carried out only on internal detik.com, implementing an anchor article strategy, utilizing social media, and optimizing the available web analytics to the maximum. **Conclutions:** Then the research results also show that there are four supporting factors, namely an organized editorial system, meetings and evaluations, supporting advanced technology, and having article writing guidelines that apply SEO techniques. **Implications:** The inhibiting factor is that the Google algorithm is always changing, so SEO specialists must always follow and understand the latest algorithms.

Keywords: search engine optimization, on-page, off-page, algorithm

Correspondence: Rahmawati Latief, Prodi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. *Email:* rahmawati.latief@uin-alauddin.ac.id.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/). Copyright © 2023 The Author(s).

To cite this article (APA Style):

First Melinda, F., Latief, R., Muhammad, F., & Pakaya, S. M. (2024). Penerapan Teknik Search Engine Optimization (SEO) Dalam Produksi Berita Di Detik Sulsel. Jambura Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2).

PENDAHULUAN

Perubahan signifikan terhadap penggunaan internet terlihat mulai meningkat pada tahun 2020 akibat pandemi covid-19 yang melanda beberapa negara di dunia, termasuk Indonesia. Terbatasnya akses secara *offline* menjadi faktor utama peningkatan pengguna internet tersebut. Hal ini sejalan dengan perkembangan media baru (*new media*) yang menyajikan informasi-informasi secara digital tidak lagi menggunakan media konvensional seperti media cetak berupa koran, majalah dan televisi. Di mana media baru adalah penggabungan dari semua jenis media ke dalam satu bentuk baru, semua konsepsi, ide, dan teori media asli dimasukkan ke dalam bentuk baru. Hingga saat ini internet telah menjadi salah satu sarana bahkan indikatorbagi perkembangan informasi.

Sejak adanya penggunaan internet hingga sekarang yang terus mengalami peningkatan, hal ini turut memengaruhi jurnalistik *online* baik dari segi nilai maupun struktur berita. Jurnalis harus menyesuaikannya dengan era media baru serta tantangan baru dalam proses kerjanya seperti pengumpulan informasi, produksi dan distribusi berita. Dengan melihat realitas yang ada bahwa internet menawarkan kecanggihan yang dapat menunjang penyebaran informasi secara cepat, tetapi relatif murah dan dapat diakses oleh setiap orang.

Berdasarkan data *Internet World Stats,* Pengguna internet telah terhitung mencapai 7,9 Miliar per Juni 2022 dengan pengguna terbanyak dipegang oleh Benua Asia sebanyak 4,3 Miliar pengguna dan Google.com menduduki posisi tertinggi pula dengan menguasai 54,2% pengguna dan Google.com menduduki posisi tertinggi pula dengan menguasai 54,2% pengguna internet sebagai *organic search engine*. Sebanyak 89,2% pengguna Google tidak berhasil melewati dua halaman dalam laman pencarian dan 67% orang tidak pernah mengklik hasil carian yang berbayar. Data ini membuktikan bahwa pengguna internet mengutamakan mencari informasi tentang hal yang dibutuhkan dengan memasukkan kata kunci pada mesin pencari seperti Goole. Selanjutnya, pengguna internet cenderung mengeklik *website* yang berada pada posisi halaman pertama serta tidak membuka *website* yang berbayar.[1]

Kehadiran internet dalam ruang redaksi membawa perubahan kearah yang lebih baik dalam proses penyajian berita. Adanya fitur dalam *website* media *online* di mana khalayak dapat secara

[1] Miniwatts Marketing Group, "*Internet World Stats: Usage and Population Statistics*" Dimuat 30 Juni 2022. Dikutip melalui https://www.internetworldstats.com/stats.htm

langsung menanggapi berita yang diterbitkan menjadi bahan jurnalis untuk mengetahui informasi apa yang diinginkan khalayak. Jejak digital khalayak juga menjadi faktor pendukung para jurnalis dalam menentukan topik pemberitaannya dengan mengamati pembahasan hangat apa yang sedang ramai dan dapat menjadi sebuah isu yang layak untuk diberitakan. Persaingan antar media sekarang ini tidak dapat terelakkan, melimpahnya pilihan di mesin pencari membuat para pemilik media *online* berlomba-lomba untuk mengoptimalkan medianya agar mendapatkan jumlah kunjungan yang tinggi. Salah satu cara untuk mendapatkan pengunjung yang tinggi dengan menempati posisi teratas pada mesin pencari seperti Google. Sehingga, media *online* harus bisa beradaptasi dengan strategi-strategi untuk memproduksi artikel dalam kanal beritanya agar dapat berada pada posisi teratas mesin pencari. Untuk mendapatkan posisi teratas atau berada pada halaman pertama dalam mesin pencari hal yang harus dilakukan pada era digital sekarang ini adalah dengan menerapkan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) sebagai instrumen dalam memproduksi sebuah berita. Saat SEO diterapkan sesuai dengan standar mesin pencari seperti Google maka Google akan memberi peringkat hasil dan menyajikannya pada serangkaian halaman *web* yang biasanya dalam 1 halaman menampilkan 10 hasil. Google menjadi mesin pencari yang paling banyak digunakan karena algoritma yang digunakannya untuk membangun relevansi lebih maju dibandingkan mesin pencari lainnya. Contohnya berdasarkan algoritma Google memperhatikan *website* yang banyak ditautkan ke situs lain menjadi nilai tambah bahwa situs tersebut memiliki kualitas karena memiliki banyak tautan di situs lain. Semakin kredibel suatu situs, maka akan semakin banyak kredibilitas atau otoritas menautkannya ke situs lain.[2]

Search Engine Optimization (SEO) merupakan metode yang sangat penting jika memiliki sebuah *website* karena akan sangat memengaruhi tingkat pengunjung dalam *website* tersebut. Manfaat yang didapatkan apabila halaman *website* berada pada urutan teratas hasil pencarian pada mesin pencari selain meningkatkan jumlah pengunjung *website* juga akan membuat *website* semakin terkenal oleh kalangan pengunjung dan pengguna internet lainnya. Menerapkan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) dalam ruang redaksi akan lebih mudah dalam memperkirakan berita yang memiliki jumlah pembaca yang banyak, tentunya hal ini akan memengaruhi produksi berita dan

[2] Mark Briggs, *Journalism Next: A Practical Guide to Digital Reporting and Publishing* (Washington, D.C: CQ Press, 2010), h. 322.Dikutip melalui https://archive.org/details/journalismnextpr0000brig/page/n2/mode/1up?view=theater

keputusan dalam ruang redaksi karena SEO menunjang pemilihan kalimat dalam berita yang akan diproduksi. Jika suatu kanal berita ingin menunjang visabilitasnya di mesin pencarian, maka penerapan SEO menjadi lebih penting.

Umumnya SEO terbagi menjadi dua bagian utama yaitu bagian optimasi *on- page* dan optimasi *off-page*. Optimasi *on-page* mencakup pengoptimalan konten dengan menyesuaikan terhadap arsitektur dari sebuah web dan HTML pada *website*. Seperti halnya jurnalis di ruang redaksi menentukan strategi penggunaan kata kunci dalam penulisan judul, *lead*, *meta description*, dan isi berita. Kemudian, optimasi *off- page* berkaitan dengan faktor-faktor yang terhubung pada optimasi di luar halaman seperti tautan dan media sosial. Gambaran optimasi *off-page* di ruang redaksi 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 hal yang penting untuk dinilai dalam penerapan teknik SEO di media *online*.[3] Beberapa media *online* di Indonesia sudah mulai mengoptimalkan penggunaan SEO dalam proses produksi beritanya untuk menunjang jumlah pengunjung dan lalu lintas yang masuk dalam kanal beritanya seperti Detik.com. Umumnya *web traffic* dinilai dari tiga hal penting yaitu *page views*, perbandingan visitor dengan *unique visitors* serta *engagement audiens*.[4]

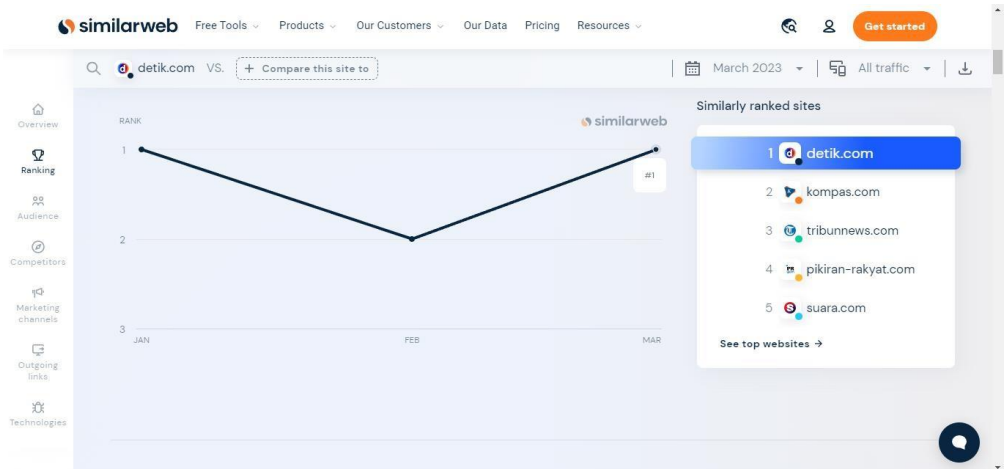
Detik.com merupakan perusahaan media *online* yang berhasil menduduki peringkat pertama pada *website* similarweb.com sebagai media *online* Indonesia yang memiliki *traffic web* tertinggi. Similar web merupakan suatu platform penyedia analisis *website* dan perbandingan *website*, *data mining*, data trafik dan lain sebagainya. Similar web telah terintegrasi dengan Google analisis jika pemilik *website* mengizinkannya. Pada similar web akan ditampilkan data tentang *website* tersebut mulai dari trafik, jumlah pengunjung, peringkat *website* tersebut dan lainnya. Detik.com memiliki jumlah kunjungan sekarang ini mencapai 172,5 Miliar per Maret 2023. Walaupun sebelumnya pada per Februari detik.com mengalami penurunan jumlah pengunjung dan menempati posisi kedua, namun pada Maret 2023 detik.com kembali menduduki posisi pertama similar web.

---

[3] Michelle Kurniasih, "Implementasi Teknik *Search Engine Optimization* (SEO) dalam Aktivitas Jurnalisme Daring: Analisis Studi Kasus Tribunnews.com", *Skripsi* (Tangerang: Fakultas Ilmu Komunikasi Univeristas Multimedia Nusantara, 2020), h. 5.

[4] Mark Briggs, *Journalism Next: A Practical Guide to Digital Reporting and Publishing* (Washington, D.C: CQ Press, 2010), h. 319.

Gambar 1. Detik.com berada pada peringkat pertama di similar web



Sumber: similarweb.com

Gambar 2. Jumlah kunjungan per Maret 2023



Sumber: similarweb.com[5]

Dengan memperhatikan faktor geografis peneliti, penelitian ini akan dilakukan pada kantor kanal regional Makassar yakni detik.Sulsel, hal ini untuk memudahkan proses penelitian dengan memperhatikan bahwa sistem yang digunakanpada kantor kanal regional sama halnya dengan sistem pada kantor pusat Detik.com. Detik.Sulsel sendiri merupakan salah satu kanal regional yang ada pada media *online* detik.com. Detik.Sulsel menyajikan berita-beritanya sesuai dengan misinya "*Digital*

[5] Similarweb "*Similarweb: Website Traffic – Check and Analyze Any Website*", Dikutip melalui https://www.similarweb.com/,

Life Gateway" yakni media massa yang memberitakan informasi dengan cepat dan terpercaya, juga mampu memberikan layanan yang terintegritas. detik.Sulsel sendiri merupakan kanal yang masih baru di media *online* detik.com. Detik.Sulsel *lounching* pada tanggal 30 Juli 2022 dengan menaungi 4 wilayah yang ada di Indonesia, yakni pulau Sulawesi, Papua, Maluku dan Kalimantan. Seiring berjalannya waktu, pengunjung Detik.Sulsel juga terus meningkat. Awal *live kanal* detik.Sulsel rata-rata jumlah pembacanya sekitar 58 ribu dan terus mengalami peningkatan pengunjung (pembaca) hingga sekarang ini. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait penerapan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) oleh ruang redaksi detik.Sulsel dalam produksi berita untuk mendapatkan pengunjung *website.*

METODE PENELITAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan agar dapat mengungkap atau memperoleh informasi dari data penelitian secara menyeluruh dan mendalam.[6] Penelitian ini dilaksanakan di kantor media *online* Detik.Sulsel, tepatnya di Jl. Pendidikan I No. 1C, Tidung, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90222. Durasi penelitian berlangsung selama dua bulan yaitu Juli – Agustus 2023. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi non partisipan dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisa data dilakukan dengan menggunakan reduksi data (*Data Reduction*), penyajian data (*Data Display*) dan penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*).

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Informan merupakan orang-orang yang bertanggungjawab dalam ruang redaksi di Detik.Sulsel
b. Informan memahami teknik *Search Engine Optimization* (SEO) dalam produksi berita di Detik.Sulsel.

Informan dalam penelitian ini adalah:

a. Informan Kunci:
    1) Hermawan Mappiwali selaku Koordinator Peliputan detik.Sulsel
    2) Edward Ridwan selaku SEO Spesialist detik.Sulsel
    3) Urwatul Wutsqaa selaku Reporter detik.Sulsel

[6] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006), h. 35

b. Informan Ahli: Muh. Fadli, S.Sos., M. Pd selaku Dosen Jurnalistik UIN Alauddin Makassar dan Praktisi Media.

HASIL PENELITIAN

A. Penerapan teknik Search Engine Optimization (SEO) dalam produksi berita detik.Sulsel di level on page dan off page

Persaingan antar media sekarang ini tidak dapat terelakkan, melimpahnya pilihan *website* media *online* di mesin pencari seperti Google membuat para pemilik media *online* berlomba-lomba untuk mengoptimalkan medianya agar mendapatkan jumlah kunjungan yang tinggi. Salah satu cara untuk mendapatkan pengunjung yang tinggi dengan menempati posisi teratas pada mesin pencari.

Untuk mendapatkan posisi teratas atau berada pada halaman pertama dalam mesin pencari hal yang harus dilakukan pada era digital sekarang ini adalah dengan menerapkan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) sebagai instrumen dalam memproduksi sebuah berita.

Dalam penerapan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) umumnya optimasi yang harus dilakukan terbagi menjadi dua bagian utama yaitu bagian optimasi *on page* dan optimasi *off page*. Dalam penerapan ini membutuhkan seorang ahli di bidang SEO serta para orang-orang yang berada di lingkup keredaksian harus mengetahui strategi-strategi yang diterapkan dalam SEO agar penerapannya dalam sebuah berita dapat maksimal. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian dan hasil analisis data, peneliti mendapatkan beberapa jawaban mengenai teknik penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) dalam produksi berita detik.Sulsel di level optimasi *on page* dan optimasi *off page*.

1. Penerapan teknik SEO di level *on page*

a. Konten

Konten merupakan salah satu optimasi pada level *on page* yang paling penting. Dalam penyajian sebuah berita, isi konten menjadi faktor penentu utama mesin pencari seperti Google menilai *website* tersebut. Semakin berkualitas konten yang disajikan maka semakin tinggi peringkat sebuah *website* di sebuah mesin pencari. Pada detik.Sulsel sendiri, SEO spesialist Edward Ridwan mengatakan bahwa ada tiga strategi utama yang diterapkan di detik.Sulsel yaitu kualitas sebuah konten berita, kredibilitas narasumber atau sumber-sumber lainnya, serta relevansi artikel yang dibuat dengan kebutuhan sang

pembaca atau pencari informasi.

Saya selalu bilang sama teman-teman penulis di sini bahwa kita pakai tiga strategi. Yang pertama itu adalah kita harus sediakan konten yang berkualitas, artinya apa sebelum kita bikin artikel itu kita liat dulu yang mau kita buat ini kan misalnya kan kita ada kata kunci tuh. Sebelum kita buat kata kunci itu kita lihat dulu di kata kunci itu di Google siapa aja yang muncul misalnya *website* si A, si B. Kalau kita ingin menerapkan SEO ya kita otomatis harus buat artikel atau konten yang 10 kali lipat lebih baik dari pada yang sudah muncul di Google. Terus dari segi kredibilitas artikelnya, artinya kredibilitas itu penting juga karena Google bukan Cuma melihat apa konten yang ditulis maksudnya apa isi artikelnya, tapi Google juga sekarang melihat siapa yang nulis. Nah caranya kita yang diterapkan di sini adalah bagaimana kita memilih misalnya narasumber yang terpercaya, narasumber yang kredibilitas juga bisa dipercaya satu, terus yang kedua misalnya kita mengambil dari buku-buku danbuku itu yang memang harus buku yang berkualitas juga, dari jurnal-jurnal juga begitu. Terus yang terakhir adalah kita harus pahami bahwa artikel yang kita buat itu memang sesuai dengan apa yang dibutuhkan sama si pencari informasi yaitu si pembaca.[7]

Detik.Sulsel dalam proses kerja keredaksiannya terbagi menjadi 2 tim, yaitu tim *daily* dan tim *timeless*. Tim *daily* akan bertanggungjawab terkait dengan berita- berita peristiwa atau dengan kata lain merupakan tim yang bekerja di lapangan (di luar kantor). Sedangkan tim *timeless* bertanggungjawab terkait artikel-artikel yang bersifat umum. Seperti namanya tim *timeless* tidak terbatas waktu dalam proses pengerjaan artikelnya. Sehingga penerapan SEO lebih banyak difokuskan kepada tim *timeless* karena dalam proses pengerjaan artikelnya memang membutuhkan kata kunci yang harus dicari atau sedang trend. Berbeda dengan tim *daily* ia lebih berfokus pada peristiwa-peristiwa yang terjadi setiap hari dan terkini. Tim *daily* dalam proses produksi beritanya selalu berangkat dari kajian isu dan proyeksi harian untuk peristiwa-peristiwa terkini. Hermawan Mappiwali mengatakan:

Jadi proses pengerjaan berita di detik.Sulsel itu tetap dia berangkat dari kajian isu, kalau dia isu yah. Kalau dia peristiwa, bisa juga dari peristiwa atau insidentil, kayak, isu tuh kayak begini contoh kita hari ini kita apa yang terjadi hari ini tuh kita sudah programkan dari malam. Itu caranya kita menyuruh reporter-reporter kita atau kontributor-kontributor kita di daerah untuk ngirim proyeksi di malam hari. Dari situ kita seleksi mi, oh ini yang menarik dan kita kasih catatan-catatan biasanya, tambahan oh ini harus seperti ini mengenai isunya, oh ini tidak perlu, ini harus prioritas, kayak gitu-gitu. Nah itu besoknya itulah yang, jadi korlip itu masuk, kan saya korlip masuk itu sudah memperhatikan itu ada isu apa. Jadi kita prosesnya begitu ji. Nah dari proyeksi anak-anak, anak-anak sudah ada berita, lempar bahannya ke kita. Terus yah oh ini bisa jadi berita A B dan C ya sudah di bikin, produksi, diverifikasi,itu semua naik.[8]

---

[7] Edward Ridwan (33 Tahun), SEO Spesialist detik.Sulsel, *Wawancara*, Kantor detik.Sulsel,Rabu 23 Agustus 2023.

[8] Hermawan Mappiwali (29 Tahun), Koordinator Peliputan detik.Sulsel, *Wawancara*, Kantordetik.Sulsel, Minggu, 20 Agustus 2023

Dalam pembagian kata kunci tim, SEO spesialist Edward Ridwan mengatakan bahwa tim *timeless* merupakan tim pokok yang mendapatkan kata kunci-kata kunci, sedangkan tim *daily* tidak diberikan karena reporter-reporter tim *daily* memang tidak diberikan kewajiban dalam pemberian kata kunci dalam berita yang sedang ia garap. Penempatan kata kunci yang sekarang ini diterapkan oleh tim *timeless* detik.Sulsel adalah menempatkan kata kunci tanpa membuat artikel menjadi kaku atau tidak menarik untuk dibaca. SEO spesialist Edward Ridwan mengatakan bahwa sekarang ini hal yang ia terapkan adalah penempatan kata kunci bukan lagi menjadi fokus utamanya melainkan dengan memberikan apa yang dibutuhkan pembaca, memberikan artikel yang nyaman dan menarik untuk dibaca. Ia mengarahkan para penulis atau reporter tim *timeless* agar dapat sekreatif mungkin membuat kata kunci itu natural di setiap kalimat yang ada pada artikel yang dibuat. Hal yang menjadi pertimbangannya adalah sekarang ini Google sudah semakin cerdas saat melakukan *indexing*.

1) Penulisan judul/*headline*

Dalam membuat sebuah berita yang menjadi sorotan utama pembaca adalah judul. Judul yang disajikan harus mengandung kalimat aktif, menarik, jelas dan lugas. Penulisan judul merupakan bagian terpenting dalam sebuah berita. Dalam pengerjaan sebuah artikel, tim *timeless* detik.Sulsel mengutamakan penempatan kata kunci berada pada judul berita. Reporter detik.Sulsel mengatakan bahwa SEO Spesialist selalu menekankan agar penempatan kata kunci selalu ada di bagian judul berita, namun harus tetap terlihat natural dan nyaman untuk dibaca. Untuk reporter tim *daily* mereka tidak dibebankan dalam penggunaan kata kunci. Mereka difokuskan pada kelengkapan informasi dan keakuratan dalam pengerjaan isu yang dilaksanakan di lapangan.

Jadi dari segi kata kunci itu judul pasti selalu ditekankan sama SEO spesialisnya kita. Pokoknya bagaimana caranya kita itu pokoknya harus di halaman pertama. Kan kita sebenarnya detik.Sulsel itu detik kalau secara umumkan kita punya kanal regional detik.Sulsel, detik.sumut, detik.bali, terus buat detik.edu, detik.hikmah. Nah di momen-momen tertentu itu istilahnya kita perang sama saudara kita perang sama saudara sendiri. Jadi misal detik.hikmah, detik.hikmah itukan punya otoritas buat yang bahas-bahas soal agama nah waktu momen muharram kemarin misalnya jadi kita itu berperang sama saudara sendiri, misal untuk kata kunci puasa muharram, kita ambil puasa asyura 10 muharram, memang caranya kita optimalkan itu di SEO secara on page itu pasti selalu ditekankan sama ini SEO spesialis, di judul itu harus kena, di lead apa lagi toh. Jadi sebenarnya kan algoritma Google itu selalu berubah kan kayak kadang kita pakai teknik yang ini ternyata dua tiga bulan ke depan ndak relevan mi. Nah dulu itu kita prinsipnya bagaimana caranya kata kunci ini tersebar sebanyak-banyaknya di judul, tapi SEO spesialis kita tekankan walaupun kita cari otoritas tapi kata kunci ini silahkan dibuat

menyebar secara natural saja ndak usah dipaksakan kayak yang terlalu banyak. Kalau kita itu nyasarnya lebih ke judul, lead, sama di bagian terakhir, sama kita juga optimalkan di kayak link baca juga kan ke artikel kita sendiri. [9]

2) Penulisan judul yang berbeda

Dalam proses pembuatan berita, detik.Sulsel seringkali mendapati keadaan harus bertarung melawan internal detik.com atau dengan kata lain harus bersaing dengan kanal-kanal otoritas lainnya. Dalam sebuah kasus, detik.Sulsel akan mengangkat berita yang tidak terdapat dalam jangkauan otoritas wilayahnya namun tetap menaikkannya di kanal detik.Sulsel dengan melakukan penulisan ulang termasuk judul beritanya yang berbeda dengan berita yang sebelumnya telah naik di kanal otoritas lain detik.com. Hal ini diperbolehkan dalam internal detik.com selama kanal yang tidak termasuk dalam otoritas wilayah tidak mendahului kanal otoritas bersangkutan.3) Penulisan *lead*

Seperti halnya penulisan judul, penulisan *lead* berita juga menjadi bagian penting. Dalam pengemasan *lead* berita harus mencerminkan judul yang telah ditetapkan. Relevansi antara *lead* dan judul sebuah berita menjadi penilaian mesin pencari. Tentunya penempatan kata kunci dalam *lead* juga harus diperhatikan dan senatural mungkin ada pada bagian *lead*. Detik.Sulsel dalam penempatan kata kunci dalam penerapannya tidakmemberikan patokan berapa jumlah kata kunci yang harus dicantumkan, karena detik.Sulsel lebih mengutamakan artikel yang tertulis secara natural namun tetap memperhatikan penerapan SEO nya.

4) Alternatif penulisan konten

Dalam penulisan konten berita harus mudah dipahami oleh pembaca. Alternatif yang dapat diterapkan seperti menggunakan kata yang dekat dengan pembaca, tidak menggunakan kata yang sulit untuk dipahami, serta memperhatikan penulisan kata singkatan, nama panggilan, dan akronim. Alternatif penulisan konten ini juga untuk menjaga konten tetap segar dan nyaman untuk dibaca. Reporter detik.Sulsel Urwatul Wutsqaa mengatakan bahwa alternatif penulisan konten yang diterapkan di detik.Sulsel adalah aspek interaksi sehingga hasil dari artikel yang telah susun terasa dekat dengan pembaca dan membuat pembaca merasa nyaman saat membacanya. Pemilihan kata dan kalimat yang membuat pembaca merasakan adanya kedekatan dengan naskah tersebut adalah salah strategi detik.Sulsel.

---

[9] Urwatul Wutsqaa (24 Tahun), Reporter detik.Sulsel, *Wawancara*, Kediaman UrwatulWutsqaa, Rabu, 9 Agustus 2023.

5) Multimedia

Menyematkan konten multimedia seperti video yang relevan dengan topik berita akan lebih menarik banyak pengguna internet karena video cenderung lebih banyak dibagikan dan mendapat klik karena kemudahan dalam memahami hal yang ingin disampaikan. Detik.Sulsel dalam penggunaan konten multimedia sendiri memiliki strategi saat memasukkan konten tersebut hanya menggunakan link dari Youtube agar berita tersebut tidak berat, hal tersebut merupakan pertimbangan SEO spesialist karena menurut Edward Ridwan Google cenderung tidak menyukai *website* yang menampilkan sebuah video yang berkualitas tinggi karena secara otomatis kapasitas yang diperlukan akan sangat besar.

b. Hypertext Markup Language (HTML)

1) Judul HTML

Judul HTML merupakan bagian pertama yang muncul dalam bilah mesin pencari. Aturan utama judul di halaman juga berlaku untuk tag judul halaman. Sebagian besar *website* dan CMS mengotomatiskan pembuatan tag judul HTML menggunakan judul di halaman. Mesin pencari sangat memperhatikan kata-kata yang muncul di judul.

2) Meta description

Meta description biasa disebut juga dengan *teaser* atau ringkasan yang tampil pada halaman awal mesin pencari. Dalam ringkasan tersebut biasanya menampilkan pokok informasi yang ingin disampaikan untuk membantu pengguna mengetahui persis kebutuhannya sesuai dengan berita yang disuguhkan. Detik.Sulsel dalam penulisan *meta description* artikelnya mengutamakan inti artikel dan nama daerah.

3) Pengoptimalan gambar

Dalam pengoptimalan gambar, penggunaan kata kunci yang relevan padadeskripsi gambar dapat membantu mesin pencari menentukan tentang gambar tersebut. Pemilihan gambar juga turut menjadi penilaian mesin pencari. SEO spesialist detik.Sulsel mengatakan bahwa gambar yang digunakan sebisa mungkin tidak memiliki kualitas tinggi atau resolusi yang tinggi, karena hal tersebut tidak begitu disukai oleh Google akibat beratnya gambar tersebut. Dalam pengoptimalan gambar, SEO spesialist detik.Sulsel Edward Ridwan juga mengatakan bahwa penempatan kata kunci pada *caption* gambar harus selalu ada. Hal itu lah yang dapat dideteksi oleh mesin pencari seperti Google.

4) Pemformatan teks

Dalam proses penulisan naskah berita, pemformatan teks menjadi salah satu strategi dalam penulisan berita yang dapat membuat naskah mudah dibaca, menarik dan tidak kaku. Contohnya saja menggunakan format teks cetak tebal untuk menekankan informasi penting (dengan atau tanpa kata kunci) atau membuat struktur teks lebih mudah dibaca oleh pengguna serta memberikan format yang mudah dipahami. Reporter detik.Sulsel Urwatul Wutsqaa mengatakan bahwa tim *timeless* dalam proses penyusunan naskah mengoptimalkan *tag heading* agar penulisan tampak rapi dan menggunakan daftar isi dalam penulisan artikelnya agar artikel yang disajikan lebih rapi dan memberikan kenyamanan kepada pembaca saat mencari bagian yang ingin dibaca dalam artikel yang disuguhkan. Reporter detik.Sulsel Urwatul Wutsqaa juga mengatakan bahwa strategi pemformatan teks yang cukup berpengaruh adalah menempatkan referensi di bagian bawah naskah layaknya catatan kaki dalam penulisan karya ilmiah dengan tujuan agar struktur naskah tidak terkesan kaku dan pembaca dapat membaca dengan nyaman ulasan artikel yang disuguhkan.

c. Architecture

1) *Uniform Resource Locator* (URL)

Mesin pencari cenderung lebih menyukai situs *web* dengan URL yang konsisten dan mudah dibaca. Dalam sebuah URL penting untuk memasukkan kata kunci tapi tetap memperhatikan URL tidak kaku dan nyaman untuk dibaca. Google cenderung lebih menyukai URL yang singkat dan tidak berat. SEO spesialist detik.Sulsel Edward Ridwan mengatakan bahwa bahwa semakin *friendly* kata di URL semakin Google menyukai link tersebut serta pembaca juga akan semakin mudah memahami isi artikel dari link tersebut.

2) Crawlability, navigation and speed

Crawlability, navigation dan *speed* merupakan faktor-faktor yang bersifatsangat teknis dan tidak ada sangkut pautnya dengan produsen konten. Seperti halnya di detik.Sulsel, SEO Spesialist yang menjabat memiliki tugas pokok hanya pada bagian pengoptimalan artikel berita dalam penerapan SEO. Detik.com memiliki tim khusus yang bertugas dalam pekerjaan bagian teknis SEO yang berpusat di kantor utama yaitu Jakarta.

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahap optimasi level *on page* detik.Sulsel telah menerapkannya sesuai dengan standar SEO tetapi tetap menjaga konten artikel dan HTML agar tidak terlihat kaku dan nyaman dibaca oleh pengunjung. Detik.Sulsel selalu menyeimbangkan antara

SEO dan kaidah-kaidahjurnalistik yang tidak boleh dilanggar. Adapun bagian optimasi level *on page* yang telah diterapkan sesuai standar SEO yakni pertama, pada optimasi konten artikel yang mencakup penulisan judul pada pembuatan berita, pemberian judul yang berbeda pada artikel, penulisan *lead*, penulisan konten yang mudah dipahami pembaca, serta pemanfaatan multimedia. Kedua, pada optimasi HTML yang ditangani oleh tim SEO teknis yang berada di kantor pusat detik.com serta didongkrak oleh tim SEO detik.Sulsel pada beberapa bagian yang masih dapat ditangani pada kanal regional detik.Sulsel seperti pengoptimalan gambar pada saat penerbitan berita dan pemformatan teks berita yang dapat memudahkan pembaca. Dalam pengoptimalan *architecture website* detik.Sulsel juga telah dioptimalkan sesuai dengan standar SEO walaupun peneliti tidak dapat mewawancarai langsung tim teknis SEO karena tim tersebut berada di kantor pusat detik.com sementara SEO spesialist detik.Sulsel hanya bertanggungjawab pada pengoptimalan SEO dalam penulisan atau konten berita di detik.Sulsel.

2. Penerapan teknik SEO di level *off page*

1) Tautan internal

Tautan internal dari situs *web* lain memiliki pengaruh sangat besar untuk Google menyukai artikel tersebut. Semakin banyak artikel di tautkan semakin mudah mesin pencari menemukan *website* tersebut. Untuk situs *web* dengan konten berkualitas, biasanya hanya masalah waktu sebelum memperoleh banyak *backlink* alami. Hal ini lah yang di alami oleh detik.Sulsel, *website*nya telah memiliki nilai tinggi di mata Google sehingga untuk tautan internal di *website* lain detik.Sulsel sudah tidak memikirkan lagi hal tersebut, karena secara alami situs *web* lain akan merujuk detik.Sulsel atau kanal detik.com lainnya karena kualitas konten yang disajikan telah terbukti kredibilitasnya. Detik.Sulsel biasanya hanya menerapkan tautan internal pada internal detik.com saja. Strategi yang digunakan yaitu menautkan link baca juga pada artikel pendukung untuk mendongkrak artikel utama menempati posisi pertama. Koordinator peliputan Hermawan Mappiwali juga mengatakan bahwa selain strategi artikel pendukung artikel utama, detik.Sulsel juga menggunakan strategi artikel jangkar. Artikel jangkar adalah artikel yang ditautkan satu sama lain dalam bentuk link baca juga pada masing-masing artikel

2) Backlink profile

Backlink profile merupakan faktor yang memengaruhi otoritas dan kepercayaan situs secara

luas. Mesin pencari seperti Google cenderung lebih menyukai *website* yang telah lama hadir dengan kualitas yang selalu terjaga dan memiliki domain yang lebih tua. Seperti halnya detik.com yang telah berdiri sejak tahun 1998 dengan kualitas konten yang selalu terjaga menjadikannya memiliki nilai tersendiri di mata Google.

3) Media sosial

Di era digital seperti sekarang ini, media sosial menjadi salah satu faktor peringkat mesin pencari naik lebih cepat karena mesin pencari menentukan cara memanfaatkan interaksi dan perilaku sosial. Jejaring sosial semakin memengaruhi algoritma mesin pencari serta menjadi salah satu bagian penting dari SEO. Detik.Sulsel sendiri memiliki 4 media sosial di antaranya Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube. Koordinator peliputan detik.Sulsel Hermawan Mappiwali mengatakan bahwa detik.com memiliki tim sosial media yang berpusat di kantor utama yaitu Jakarta, sedangkan untuk detik.Sulsel memiliki satu orang yang bertanggungjawab untuk media sosial di detik.Sulsel. SEO Spesialist detik.Sulsel Edward Ridwan mengatakan bahwa tim media sosial membantu dalam proses distribusi konten dari artikel berita yang telah diterbitkan dalam *website*. Ia mengatakan bahwa untuk tim media sosial konten- konten yang dinaikkan lebih berfokus kepada artikel berita tim *daily*. Koordinator peliputan Hermawan Mappiwali mengatakan bahwa detik.com memiliki tim yang dinamai tim *pushnote*. Tim *pushnote* ini memiliki tugas untuk membagikan link berita yang diprediksi akan memiliki jumlah pembaca yang tinggi dari semua kanal yang ada di internal detik.com. Link berita ini akan dimuat pada media sosial utama detik.com. Namun, di detik.Sulsel media sosial tidak menjadi faktor utama dalam mendatangkan pembaca, media sosial hanya menjadi pendukung dalam mendistribusikan berita sehingga bisa membantu mendatangkankan pembaca. Detik.Sulsel lebih mengandalkan optimasi internal *website*.

4) Web analytics

Web analytics merupakan sebuah alat untuk mengukur keberhasilan sebuah artikel, mengidentifikasi topik yang sedang hangat dibicarakan, dan lebih memahami audiens. Detik. Sulsel sendiri memiliki dua *tools* yang digunakan untuk menganalisis keberhasilan sebuah artikel, yaitu Google *analytics* dan *chartbeat*. Koordinator peliputan detik.Sulsel Hermawan Mappiwali mengatakan bahwa selain kedua *tools* yang digunakan SEO Spesialist detik.Sulsel tersebut, terdapat divisi khusus yang bertugas memutakhirkan semua perhitungan dari *tools-tools* yang digunakan detik.Sulsel dan detik.com. Divisi tersebut bernama divisi proman. Divisi ini bertugas menghitung keseluruhan *traffic* dari semua kanal

yang ada di detik.com.

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan SEO level *off page* pada detik.Sulsel diterapkan sesuai dengan standar SEO di mana tautan internal diterapkan dengan membuat strategi artikel jangkar agar visabilitas di mesin pencari lebih tinggi dan strategi link baca juga pada artikel pendukung untuk mendongkrak artikel utama. detik.Sulsel biasanya hanya menerapkan tautan internal pada internal detik.com saja. Pengoptimalan media sosial dalam mendongkrak pendistribusian artikel berita utama tim *daily* detik.Sulsel dilakukan dapat menarik lebih banyak pembaca dari kalangan pengguna media sosial, serta penggunaan *web analytics* yang maksimalagar dapat memantau *traffic* pengunjung detik.Sulsel serta menjadi pemantau untuk kemudian melakukan evaluasi agar penerapan SEO dapat sesuai dengan algoritma Google terbaru.

B. Faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan teknik SEO dalamproduksi berita di detik.Sulsel

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di detik.Sulsel, terhadap penerapan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) maka dapat peneliti mendeskripsikan mengenai faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan teknik SEO pada leven *on page* dan *off page*.

1. Faktor pendukung dalam penerapan teknik SEO di detik.Sulsel
    1) Sistem keredaksian

Detik.Sulsel memiliki pembagian tim yang baik sehingga sistem keredaksian berjalan dengan lancar dan terorganisir. Seperti yang telah dijelaskan pada rumusan masalah pertama, detik.Sulsel memiliki tim *daily* dan tim *timeless* dalam pembagian tugas reporter. Tim *daily* bertugas pada isu peristiwa harian sedangkan tim *timeless* berfokus pada isu general atau yang bersifat umum dengan lebih menerapkan SEO di dalamnya dibandingkan dengan tim *daily* yang fokus pada kejadiannya.

    2) Rapat dan evaluasi

Detik.Sulsel selalu mengadakan rapat sebelum dan sesudah isu dikerjakan.Baik itu pada tim *timeless* maupun tim *daily* dengan tujuan agar selalu ada rencana- rencana serta target pencapaian yang dilakukan setiap pengejaran isu. SEO Spesialist detik.Sulsel Edward Ridwan mengatakan bahwa dari evaluasi ini juga tim dapat menganalisa performa konten artikel yang telah dibuat pada mesin pencari untuk kemudian di analisa kelebihan dan kekurangan dari artikel tersebut.

3) Teknologi

Perkembangan teknologi yang semakin mutakhir menjadi faktor pendukung dalam mendongkrak sebuah *website*. Semakin canggih teknologi yang digunakan maka semakin kuat *website* tersebut. Detik.Sulsel sendiri telah memiliki server dan *Content Management System* (CMS) yang sangat canggih, hal ini tentu memudahkan penerapan SEO dalam sistemnya. Dosen Jurnalistik UIN Alauddin Makassar sekaligus praktisi media Muh. Fadli mengatakan:

> Inikan begini perusahaan di instansi media itu kan server, berbasis server. Nah keuntungan perusahaan-perusahaan besar itu mereka mempunyai server sendiri. Itu lebih kepada kecepatannya, susah dihack, gitukan. Nah sementara kalau yang numpang/menyewa di server induk gitukan, yah kalau induk ini goyang (bermasalah) yah goyang semua ini perusahaan 15-20 perusahaan itu goyang (bermasalah) gitu. detik yah induknya di Trans Jakarta kan. Mereka punya server itu. Itulah yang membuat kanal-kanalnya itu sangat kuat, kanal- kanalnya/ pengoptimalan page nya itu sangat bagus. Jadi dia (detik) bisa membuat halaman-halaman dan sangat lancar[10]

4) *Tools* pencarian kata kunci

Dalam pencarian kata kunci yang sedang trend, penggunaan *tools-tools* menjadi pilihan untuk memudahkan mengetahui *keyword* apa yang sedang ramai diperbincangkan. Detik.Sulsel memiliki beberapa *tools* pencari kata kunci yang digunakan oleh SEO spesialist detik.Sulsel Edward Ridwan. Dalam penjelasannya di atas, Edward Ridwan menekankan seorang SEO spesialist tidak boleh terpaku hanya pada *tools-tools* yang tersedia, namun tingkat kepekaan terhadap prediksi kata kunci yang akan trend juga menjadi sebuah keharusan bagi seorang SEO spesialist.

5) Memiliki pedoman penulisan artikel dalam penerapan SEO

Detik.Sulsel memiliki pedoman penulisan yang dapat memudahkan reporter dalam menyusun naskah artikel yang dibuat. Di dalamnya terdapat aturan-aturan serta pakem-pakem yang mengikat penulis detik.Sulsel agar tetap pada aturan-aturan, kaidah-kaidah, dan kode etik jurnalistik di samping penerapan SEO dalam konten artikel yang dibuat.

2. Faktor penghambat yaitu analisa algoritma google

Algoritma Google yang selalu berubah-ubah serta tidak ada waktu konsisten dalam perubahannya menjadi kendala dalam penerapan teknik SEO. Perubahan algoritma Google bisa saja terjadi bulan ini kemudian berubah lagi bulan depan, minggu depan bahkan besok hari. Sehingga SEO spesialist harus

[10] Muh Fadli, Dosen Jurnalistik UIN Alauddin Makassar. *Wawancara,* kediaman Muh. Fadli,Kamis 3 Agustus 2023

selalu menganalisa perubahan algoritma Google baik melalui Google *analytics* atau pada Google trend. SEO spesialist detik.Sulsel Edward Ridwan mengatakan bahwa di samping dari sulitnya menganalisa perubahan algoritma Google, ia meyakini bahwa kualitas konten merupakan algoritma Google yang tidak akan pernah termakan oleh zaman.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka penerapan SEO di detik.Sulsel lebih mengutamakan penyajian berita yang kaya akan informasi tanpa membuat naskah berita yang kaku karena terpaku oleh kata kunci yang harus disematkan. Hal ini sesuai dengan penerapan detik.Sulsel di bidang teknologi, di mana detik.Sulsel memanfaatkan segala teknologi mutakhir seperti SEO untuk mendongkrak pertumbuhan kanal regional Makassar detik.com semakin maju diimbangi dengan senantiasa memperhatikan kaidah-kaidah jurnalistik agar tidak terjadi ketimpangan antara teknologi yang digunakan dengan aturan atau kode etik jurnalistik yang sudah ada sebelumnya dan fatal untuk dilanggar. *Search Engine Optimization* (SEO*)* bukan hanya tentang mesin pencari, melainkan dapur redaksi harus tetap menciptakan konten yang relevan dan mudah dipahami oleh pembaca. Mesin pencari cenderung menyukai konten yang unik dan kaya akan informasi sehingga dapat memuaskan dan memotivasi pembaca. Sekarang ini, Google dan mesin pencari lainnya juga telah jauh lebih pintar dalam membedakan konten yang tujuannya memang untuk pembaca dan konten yang hanya dibuat untuk memenuhi kebutuhan SEO saja.

CONFLICTS OF INTEREST

Penyandang dana tidak memiliki peran dalam desain penelitian; dalam pengumpulan, analisis, atau interpretasi data; dalam penulisan naskah, atau dalam keputusan untuk mempublikasikan hasilnya

DAFTAR PUSTAKA

Briggs, Mark. 2010. *Journalism Next: A Practical Guide to Digital Reporting and Publishing.* Washington, D.C: CQ Press. Dikutip melalui

https://archive.org/details/journalismnextpr0000brig/page/n2/mode/1up?view=theater

Cahyono, Novi Tri., dkk. 2013. "Penerapan Teknik SEO (*Search Engine Optimization*)Pada Blog (Studi Kasus: Nova13.com)" *Jurnal Teknologi Technoscientia*,vol.6 no.1 Agustus. Dikutip https://journal.akprind.ac.id/index.php/technoscientia/article/view/589/448)

Detik.Sulsel.Dikutip melalui https://www.detik.com/sulsel.

Documen Company Profile detik.Sulsel

Group, Miniwatts Marketing. 2022. "*Internet World Stats: Usage and Population Statistics*". Dikutip melalui https://www.internetworldstats.com/stats.htm.

Katalisnet. 2022. "*SEO Jurnalistik untuk Wartawan Media Online*" Dikutip melalui https://katalisnet.com/seo-jurnalistik-untuk-wartawan- media-online/

Kurniasih, Michelle. 2020. "Implementasi Teknik *Search Engine Optimization* (SEO) dalam Aktivitas Jurnalisme Daring: Analisis Studi Kasus Tribunnews.com", *Skripsi*. Tangerang: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Mardiyah, Fatimah. 2019. "*Komponen SEO yang Bantu Artikel Terjaring Google"* Blog (Tempo Institute), Dikutip melalui https://blog.tempoinstitute.com/berita/komponen-seo/.

Similarweb. "*Similarweb: Website Traffic – Check and Analyze Any Website*", Dikutip melalui https://www.similarweb.com/

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.