

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Langgam.id merupakan media berita regional di Indonesia memiliki cakupan pemberitaan tentang dan terkait dengan Sumatera Barat. Sebagai salah satu media jenis siber Langgam.id mendistribusikan produk berita redaksinya melalui situs portal media. Media berita yang didirikan pada 7 Januari 2019 di bawah payung PT Langgam Media Siber ini memiliki target pembaca umum ialah semua pengguna internet yang dapat mengakses informasi dan target pembaca khususnya, yakni masyarakat Sumatera Barat yang berada di dalam dan luar wilayah Sumatera Barat. Melalui aktivitas redaksinya Langgam.id menyajikan beragam pilihan konten berita di situsnya yang dibedakan menjadi empat kanal berita, yakni Berita, Khas, Kolom, dan Palanta.

Redaksi Langgam.id berambisi ingin menjadi media siber lokal terbesar di Sumatera Barat dan ingin menghadirkan informasi sampai ke cakupan wilayah terkecil Sumatera Barat kepada Indonesia (Langgam.id, 2024). Untuk dapat menghampiri target khusus dan khalayak pembaca yang lebih luas, serta meningkatkan visibilitas di Google salah satu usaha yang dilakukan redaksi Langgam.id, yakni menyiapkan dan menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) pada praktik produksi beritanya. Potts dan Ledford (dalam Giomelakis dan Veglis, 2015: 23) menjelaskan, SEO ialah kumpulan prosedur dilakukan untuk menasar peningkatan keterbacaan situs ataupun berita dan jumlah pengunjung situs dari hasil pencarian organik di mesin pencari.

Romli (2020: 101, 103) menjelaskan, konsep SEO dikenali pada 26 Juli 1997 sebagai akibat menjamurnya situs dan meningkatnya persaingan untuk mendatangkan pelanggan ke situs. Praktik SEO ialah satu cara membawa pelanggan ke situs dari halaman hasil pencarian suatu mesin pencari. Ada beragam jenis mesin pencari namun, Google menjadi mesin pencari raksasa yang saat ini terpopuler digunakan pengguna internet. Dari data Similarweb berikut situs yang paling banyak dikunjungi berdasarkan lalu lintas situs antara Desember 2021-November 2022 dimiliki oleh mesin pencari Google.com (87,1 M), Baidu.com (5,40 M), Yahoo.com (3,41 M) (We Are Social dan Meltwater, 2023: 74). Sementara itu di Indonesia, yakni Google.com (2,02 M) dan Yandex.com (66,1 Juta) (We Are Social dan Meltwater, 2023: 39).

Dari definisi dan tujuan SEO yang sudah dijelaskan di atas mengaitkannya dalam konteks media siber, SEO menjadi sangat penting bagi media. Mengingat motivasi penduduk dunia terhubung ke internet untuk mencari informasi sebanyak 57,8% dan 50,9% pengguna beralasan untuk tetap terkini dengan perkembangan berita dan acara (We Are Social dan Meltwater, 2023: 63). Di Indonesia dari 212,9 Juta Jiwa penduduk yang terhubung ke internet, 83,2% beralasan terhubung ke internet untuk mencari informasi dan 63,9% penduduk Indonesia memiliki motivasi terhubung ke internet untuk *keep up to date* dengan berita dan acara (We Are Social dan Meltwater, 2023: 17, 33). Dalam mengonsumsi berita, sebanyak 70,7% penduduk Indonesia mengonsumsi berita melalui media siber (We Are Social dan Meltwater, 2024: 24).

Data di atas dipahami motivasi utama penduduk dunia dan Indonesia menggunakan internet untuk mencari informasi dan ingin *update* dengan

perkembangan berita dan acara. Dengan keadaan tersebut media siber harus memikirkan menghasilkan berita yang dapat menarik minat banyak pengguna internet karena saingannya adalah konten-konten dari seluruh produsen konten di dunia. Di samping itu diketahui juga penduduk Indonesia menggunakan dan mengunjungi mesin pencari atau situs portal media sebanyak 91,7% (We Are Social dan Meltwater, 2024: 37). Data tersebut menyiratkan bahwa lalu lintas kunjungan pembaca di situs media banyak berdatangan dari mesin pencari.

Temuan Dick (2011: 466, 470) menguak bahwa praktik SEO pada pekerjaan redaksi media siber internasional terlihat pada awal tahun 2000-an, ditemukan pada BBC, The Guardian, dan Northcliffe. Meskipun demikian, SEO baru ramai diperbincangkan dan digunakan redaksi berita di Indonesia pada tahun 2018/2019 (Eddyono, 2022: 12). Kenyataan ini memberitahu bahwa media siber di Indonesia jauh tertinggal dari media siber internasional yang sudah terlebih dahulu menyadari pentingnya SEO agar berita bisa bersaing di halaman hasil pencarian Google dan menerapkannya pada praktik produksi berita mereka.

Redaksi Langgam.id menerapkan SEO pada praktik produksi beritanya dimulai tahun 2019. Seiring berjalannya waktu penerapan SEO semakin maksimal dan mendulang hasil emas dengan diperolehnya *adsense* yang baik, yakni pembayaran dari setiap tampilan dan klik iklan di situs Langgam.id yang sampai dapat menutupi biaya operasional Langgam.id tanpa harus beriklan (Wawancara dengan Pemimpin Redaksi, 2023). Tidak hanya itu pada tahun 2021 situs Langgam.id berhasil meraih posisi kedua untuk media lokal Sumatra Barat dengan kunjungan terbanyak versi Semrush (2021), yakni 2,6 Juta tayangan saat itu Langgam.id baru beroperasi selama dua tahun.

Biarpun begitu, terdapat naik turunnya kondisi yang dihadapi redaksi Langgam.id di kemudian hari. Kendati telah mengimplementasikan prinsip SEO dengan baik dan benar terdapat tantangan pada algoritma Google yang terus mengalami perubahan, sampai pada akhir 2020 sangat menyusutkan pemasukan iklan Langgam.id dari *adsense*. Berkenaan dengan itu, terjadi pengurangan sumber daya manusia di dalam redaksi Langgam.id sehingga frekuensi publikasi berita yang awalnya menyentuh angka enam puluh berita per harinya yang sampai hari ini hanya mampu menghasilkan berita maksimal di angka dua puluh berita setiap harinya (Wawancara dengan Pemimpin Redaksi, 2023).

Meskipun begitu, ternyata redaksi Langgam.id tetap bisa mempertahankan eksistensi dan posisi medianya di halaman hasil pencarian Google. Per Desember 2023 peneliti menemukan lima puluh satu media berita lokal Sumatra Barat terverifikasi Dewan Pers dan dua puluh empat media berita lokal Sumbar lainnya yang tidak terdaftar Dewan Pers. Peneliti menganalisis performa tujuh puluh lima situs berita lokal Sumatra Barat tersebut pada layanan pelacak situs Semrush (2022, 2023). Hasil observasi peneliti pada April 2022-April 2023 mendapati enam situs dengan kunjungan situs (*visits*) tertinggi dan Langgam.id berhasil menempati posisi keempat. Data observasi performa situs portal berita tersebut peneliti rekap dalam tampilan tabel 1.1.

Tabel 1.1

Peringkat kunjungan situs media siber tertinggi di Sumatra Barat

No.	Media Siber	Visits
1.	harianhaluan.com	9,9 M
2.	padang.tribunnews.com	3,2 M
3.	padangkita.com	2,3 M
4.	langgam.id	1,9 M
5.	semangatnews.com	1,6 M
6.	infosumbar.net	1,1 M

Sumber: Semrush (2023)

Dengan demikian, penting bagi redaksi media untuk menerima dan menggunakan prinsip SEO pada praktik produksi beritanya. SEO diyakini dapat membantu redaksi menjangkau pembaca yang luas, mempertahankan pembaca loyal, dan mengenalkan, serta menguatkan merek perusahaan media berita kepada pembaca. Dengan itu jurnalis di media siber tidak bekerja sia-sia menghasilkan berita untuk pembacanya. Pekerjaan SEO ini berhubungan dengan kebijakan redaksional masing-masing media yang menentukan pengelolaan konten berita dan jurnalis yang dimilikinya agar mendapatkan performa yang maksimal di Google. Kebijakan tersebut turut dipastikan berjalan dengan baik pada proses produksi berita dengan memenuhi penilaian-penilaian berita ramah SEO Google.

Peneliti tertarik melakukan penelitian ini untuk menyelidiki implementasi SEO pada praktik produksi berita di Langgam.id. Pemilihan Langgam.id karena keberhasilan redaksinya mengelola prinsip SEO untuk menghasilkan beritanya sehingga mendapatkan performa yang baik di halaman hasil pencarian Google dan dapat bertahan di tengah kendala minimnya sumber daya manusia redaksi Langgam.id saat ini. Motivasi khusus penelitian ini dilakukan karena sejauh

pengamatan peneliti riset mengenai SEO dan ruang redaksi khususnya di media lokal masih minim dieksplorasi.

Berdasarkan latar belakang yang sudah peneliti uraikan di atas maka peneliti menganggap penelitian ini penting dilakukan berkenaan dengan keberlanjutan riset keilmuan dari penelitian sebelumnya yang diselesaikan oleh Dimitrios Giomelakis dan Andreas Veglis dalam judul *Employing Search Engine Optimization Techniques in Online News Articles* pada tahun 2015 yang menghasilkan kerangka kerja untuk menerapkan SEO pada pengemasan berita oleh ruang redaksi berita. Begitu pula untuk memahami dan membandingkan kerangka kerja SEO yang dipedomani dan dijalankan oleh redaksi media siber di negara lain.

Penelitian ini difokuskan menyelidiki implementasi SEO pada praktik produksi berita di Langgam.id melalui kebijakan redaksional, proses produksi berita, dan peran setiap level media terhadap implementasi SEO. Peneliti menggunakan kerangka kerja SEO dari Dimitrios Giomelakis dan Andreas Veglis dan konsep proses produksi berita untuk melihat kebijakan redaksional, proses produksi berita, serta teori *hierarchy of influence* dari Shoemaker dan Reese untuk melihat peran setiap level media. Didapatkan judul penelitian ini sebagai berikut, Implementasi *Search Engine Optimization* (SEO) pada Media Siber (Studi Kasus Praktik Produksi Berita dalam Ruang Redaksi Langgam.id).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas maka didapatkan rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimanakah implementasi *Search Engine Optimization* (SEO) pada praktik produksi berita di ruang redaksi Langgam.id?”

1.3. Tujuan Penelitian

1. Memahami kebijakan redaksional Langgam.id terkait implementasi SEO pada praktik produksi berita.
2. Memahami proses produksi berita Langgam.id dengan prinsip SEO.
3. Memahami peran setiap level media Langgam.id terhadap implementasi SEO pada praktik produksi berita.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi disiplin ilmu komunikasi khususnya ranah jurnalistik untuk memahami implementasi *Search Engine Optimization* (SEO) pada jurnalistik siber terkhusus dalam hal kebijakan redaksional terkait implementasi SEO pada produksi berita, proses produksi berita dengan prinsip SEO, dan peran setiap level media terhadap implementasi SEO. Selanjutnya melalui penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian di masa mendatang yang tertarik mengulik ranah media baru khususnya pada topik *Search Engine Optimization* dan ruang redaksi media siber.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada praktisi ilmu komunikasi ataupun perusahaan media terutama yang bergerak di ranah jurnalistik siber terkait implementasi SEO pada praktik produksi berita di ruang redaksi. Khususnya pada kebijakan redaksional terkait implementasi SEO pada produksi berita, proses produksi berita dengan prinsip SEO, dan peran setiap level media terhadap implementasi SEO.