

Penerapan Teknik *Search Engine Optimization On Page* dan *Off Page* Pada Berita *Kompas.Com*

Marsha Awang Lisba Siella, Moh. Zaenal Abidin Eko Putro & Mohammad Fauzy
Program Studi Penerbitan, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta
(PNJ)
Gedung Z, Jl. GA Siwabessy, Kampus UI, Depok
Email siellamarsha@gmail.com

Abstrak

Media online memainkan peran penting mesin pencari (*search engine*) dalam mencapai peringkat teratas di laman pencari untuk sampai di hadapan pembaca, antara lain dengan menerapkan teknik *Search Engine Optimization* (SEO). Strategi SEO yang efektif tidak hanya meningkatkan keakuratan konten berita, tetapi juga bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi pembaca. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan teknik SEO (*Search Engine Optimization*) *on page* dan *off page* pada berita *Kompas.com*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yang melibatkan percakapan atau interview dengan informan, serta dikombinasikan dengan observasi dan studi pustaka. Hasil penerapan teknik SEO yang dilakukan media *Kompas.com* terbagi menjadi dua, yaitu teknik SEO *on page* dan *off page*. Di *Kompas.com*, penerapan teknik SEO *on page* berada pada semua badan berita, mulai dari judul, *teaser* (deskripsi), *tagging*, *lead*, sub judul (*heading*), gambar dan dari keseluruhan tersebut harus mempunyai unsur SEO. Adapun untuk SEO *off page* berada pada *backlink*, *embed* video atau *embed* media sosial dan rekomendasi berita.

Kata-kata Kunci: *Search Engine Optimization (SEO), On Page, Off Page*

Abstract

Online media puts emphasize the role of search engines to achieving top rankings viewers, like for example by applying *Search Engine Optimisation (SEO)* techniques. An effective SEO strategy is not only improves the accuracy of news content, but also share useful information for the readers. This research aims to find out the application of *on page* and *off page* SEO techniques at *Kompas.com* news news portal. The method used in this research is qualitative, which involves indept interview, observation and literature study. The research result shows the application of SEO techniques carried out by *Kompas.com* media is divided into two SEO, namely *on page* and *off page* SEO techniques. The application of *on-page* SEO techniques is applied in all news bodies, starting from the title, *teaser* (description), *tagging*, *lead*, sub title (*heading*), image and all of them must have SEO elements. While *off page* SEO is much worked on *backlinks*, *embed* video or social media *embed* and news recommendations.

Keywords: *Search Engine Optimization (SEO), On Page, Off Page*

Pendahuluan

Era digital saat ini dipenuhi dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang menjadi pilar utama, and memberikan kemudahan akses masyarakat terhadap berbagai sumber informasi. Kecepatan dan kemudahan ini memunculkan tuntutan yang semakin tinggi dari masyarakat terhadap media massa dalam menyajikan informasi yang aktual dan terkini.

Perputaran informasi yang cepat dalam era digital telah menciptakan persaingan di antara pengelola media massa. Dalam upaya untuk memenuhi tuntutan masyarakat akan informasi yang terkini, media massa saling berlomba-lomba untuk menyajikan berita terbaru, terkini, dan mendalam tentang isu-isu yang sedang hangat dibicarakan.

Namun demikian, perkembangan media massa mengalami pasang surut, dan para pengelola media dituntut melakukan berbagai cara agar media yang dikelolanya tidak mengalami penurunan peminat. Dengan kemajuan teknologi dan kemampuan manusia dalam menciptakan inovasi, media massa kini tidak hanya mencakup media cetak, tetapi juga berkembang ke *media online* (Nur Emilsyah, 2021:52). Hadirnya *media online*, akan memudahkan untuk mendapatkan informasi dengan cara mengakses melalui internet, sehingga berita terbaru dapat diperoleh tanpa terhalang oleh waktu dan tempat.

Media online juga menekankan pentingnya strategi dalam mencapai peringkat teratas pada mesin pencari, dengan menerapkan teknik *Search Engine Optimization* (SEO). Strategi SEO yang efektif tidak hanya meningkatkan keakuratan konten berita, tetapi juga bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan informasi. Sebagaimana secara luas diketahui, SEO awalnya digunakan di dunia *digital marketing*, sebagai strategi agar konten bisnis penjualan produk yang ditawarkan berada pada halaman utama dari hasil pencarian pembeli. Namun seiring berjalannya waktu, *media online* juga menerapkan penggunaan SEO, agar hasil tulisan berita berada pada posisi teratas pada halaman pertama dan dapat ditemukan pada mesin pencari.

Menurut Arifin et al., (2019:01), *digital marketing* adalah metode baru dalam peningkatan jumlah pelanggan, salah satunya dengan menerapkan teknik SEO. Menurut Intera, (2021:14–15), SEO (*Search Engine Optimization*) dapat dengan mudah mempengaruhi strategi digital. Dengan menggunakan SEO, pembeli akan mudah menemukan apa yang diinginkan. Hal tersebut dapat meningkatkan eksistensi nama *brand* dan penjualan. Sebab itu, mengapa SEO merupakan strategi *digital marketing* pertama yang harus digunakan sebelum menggunakan strategi lainnya.

Dalam upaya pengoptimalan SEO, terdapat dua teknik yang dapat dilakukan agar *website* berada pada halaman pertama dalam sistem pencarian *Google*, yaitu *SEO on page* dan *SEO off page*. *SEO on page* adalah teknik atau cara yang dilakukan pada halaman *website* untuk memudahkan mesin pencari dalam mengindeks kata kunci seperti nama domain, judul, deskripsi, *tag*, *headings*, gambar dan konten yang berada di halaman *website*. Sementara *SEO off page* merupakan teknik yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah trafik pada faktor-faktor yang berada di luar *website*, sehingga berpengaruh dalam menentukan peringkat *website* sesuai dengan kata kunci yang ditargetkan (Nasution et al., 2023:88).

Persaingan di antara media saat ini tidak bisa dihindari, terutama karena banyaknya pilihan yang tersedia di mesin pencari. Hal ini mendorong para pemilik *media online* untuk bersaing dalam mengoptimalkan media yang mereka gunakan untuk mendapatkan jumlah kunjungan yang tinggi. Salah satu metode agar memperoleh banyak pengunjung adalah dengan mencapai posisi teratas di mesin pencari seperti *Google* (Melinda et al., 2023:04).

Media online yang beroperasi di era digital harus terus beradaptasi dan mengembangkan strategi untuk bersaing secara efektif. Salah satu faktor penting untuk memastikan eksistensi dan daya saing adalah dengan meningkatkan jumlah pengunjung. *Search Engine Optimization* (SEO) dianggap sebagai salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat dari situs web di mesin pencari. Secara umum, SEO merujuk pada serangkaian strategi dan teknik yang digunakan untuk meningkatkan peringkat halaman web di hasil pencarian mesin pencari, sehingga memudahkan pengguna internet untuk menemukannya (Lestari & Sugara, 2024:08).

Sejauh ini, terdapat beberapa hasil penelitian yang membahas soal SEO pada suatu media, di antaranya dengan judul *Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Pada Website Pikiran-Rakyat.Com Dalam Strategi Pemasaran*, karya Urmila, Sastrawan, Adda (2023). Hasil penelitian tersebut peneliti melakukan riset *keyword* menggunakan sebuah alat yakni *google keyword planner* dan *google trend*. Peneliti mencari *keyword* yang relevan dengan jumlah yang banyak, lalu di pilih kembali untuk mendapatkan *keyword* yang benar-benar baik untuk digunakan. Pada tahap ini peneliti melakukan analisa terhadap *website-website* yang telah ada dan memenuhi *top rank google* atau sepuluh *website* teratas untuk kata kunci yang telah ditetapkan pada tahap *planning*. *Website-website* yang terdapat pada *top rank google* tersebut dianalisa baik itu dari *keyword* yang ditargetkan. Teknik SEO yang diterapkan menggunakan sebuah *website*, yaitu CMS (*content management system*) atau sepenuhnya di *design* dari Pemograman HTML, PHP dan CSS Murni tanpa menggunakan CMS.

Penelitian selanjutnya juga membahas mengenai SEO, dengan judul *Penerapan Teknik Search Engine Optimization (SEO) Dalam Produksi Berita Di Detik Sulsel*, karya Melinda, dkk (2023). Hasil penelitian tersebut peneliti mendapatkan beberapa jawaban mengenai penerapan teknik SEO dalam produksi berita Detik Sulsel, yaitu teknik optimasi *on page* dan *off page*. Penerapan teknik SEO *on page* terdapat pada penulisan judul, *lead*, judul HTML, meta *description*, pengoptimalan gambar, pemformatan teks dan URL. Sedangkan penerapan pada SEO *off page* di Detik Sulsel ialah tautan internal yang memiliki pengaruh sangat besar untuk *Google* menyukai artikel tersebut. Semakin banyak artikel di tautkan semakin mudah mesin pencari menemukan website tersebut. Selain itu terdapat *backlink profile* yang memengaruhi otoritas dan kepercayaan situs secara luas. Kemudian terdapat media sosial sebagai peringkat mesin pencari naik lebih cepat dan *web analytics*, untuk mengukur keberhasilan sebuah artikel, mengidentifikasi topik yang sedang hangat dibicarakan.

Selain itu terdapat juga penelitian SEO yang berjudul *Konvergensi Konten Berita Melalui Teknik Search Engine Optimization dan Bahasa Jurnalistik Pada Pemilihan Top News di Media Antaranews.com*, karya Nasution, dkk (2023). Berdasarkan hasil temuan peneliti, Jurnal Jurnalistik dan Media

Lisensi Atribut Berbagi Serupa 4.0 Internasional (CC BY-SA 4.0)

Antaraneews.com tergolong dalam kategori *SEO-On Page* dengan teknik *White Hat SEO*. Hal ini dapat dibuktikan dengan penggunaan kata kunci pada judul dan kata kunci pada isi yang digunakan Antaraneews.com. Hasil temuan peneliti menyatakan, Antaraneews.com menggunakan kata kunci dengan nama tokoh yang menjadi subjek berita. Selain itu Antaraneews.com menggunakan kata kunci pada isi berita baik pada *lead* dan juga menggunakan kata kunci pada *tag* yang ada pada masing-masing artikel sudah sesuai dengan permasalahan yang diangkat.

Kemudian terdapat penelitian dengan judul *Penerapan Teknik Search Engine Optimization sebagai Strategi Peningkatan Pengunjung di Media Online Pikiran Rakyat Media Network* karya Lestari & Sugara (2024). Dalam hasil penelitian tersebut dinyatakan, Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah pengunjung di situs webnya. Peneliti mengeksplorasi bagaimana penerapan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) sebagai strategi untuk meningkatkan pengunjung di Pikiran Rakyat Media Network (PRMN). Hasil yang ditemukan peneliti ialah situs web PRMN dikelola dengan menggunakan sebuah Sistem Manajemen Konten CMS (*Content Management System*) Pikiran Rakyat. CMS khusus berita ini digunakan untuk mengelola dan menyajikan konten. Dengan CMS ini, tim redaksi membuat, mengedit, dan mengelola konten tanpa memerlukan pengetahuan teknis yang mendalam. Pada CMS tersedia fitur-fitur seperti membuat artikel, mengedit artikel, hingga mempublikasikan artikel beserta gambar, video atau audio.

Penelitian selanjutnya juga membahas SEO yang berjudul *Optimasi Website Menggunakan Metode Search Engine Optimization (Seo) On Page Dan Off Page Dalam Meningkatkan Trafik Kunjungan (Studi Kasus: Hustle Media Grup)* karya Sidqi & Marcos, (2021). Berdasarkan hasil temuannya, peneliti menulis bahwa penerapan *backlink* terhadap *website* Hustle Media dilakukan dengan cara menyematkan *link* pada *bio* Instagram yang memiliki *username* @hustlemediagrup dan menyematkan *hashtag* yang memuat kata kunci pada setiap postingannya. Setelah itu pengecekan sebuah kata kunci termasuk hal yang penting dan alat yang digunakan untuk mengecek kata kunci yang sudah ditanam adalah dengan menggunakan *tools Whatmyserp*. Berdasarkan hasil dari diterapkannya metode SEO terhadap *website* Hustle Media untuk menaikkan trafik kunjungan dikatakan berhasil dikarenakan trafik kunjungan mengalami kenaikan yang sangat signifikan.

Dalam memenuhi tuntutan masyarakat akan informasi terkini, strategi SEO membantu *media online* terus beradaptasi dengan perubahan. Di era digital yang penuh arus informasi, *media online* menerapkan kecepatan dan kualitas dalam sebuah berita, sehingga berita *online* lebih kompetitif dalam memenuhi ekspektasi masyarakat untuk mendapatkan informasi aktual. Selain itu, hal tersebut dapat membangun reputasi sebagai sumber berita yang kredibel dan dapat dipercaya.

Tidak bedanya dengan media online yang lain, Kompas.com juga menerapkan strategi SEO untuk memenangkan kompetisi di mesin pencari. Penulis tertarik melakukan penelitian dengan memilih topik SEO (*Search Engine Optimazation*) untuk mengetahui penerapan teknik yang dilakukan oleh media *Kompas.com*, khususnya pada teknik *on page* dan *off page*. Pertanyaan yang diajukan dalam artikel ini, bagaimana Kompas.com menerapkan strategi SEO-nya dan

mengapa penting SEO bagi Kompas.com. Artikel ini juga ingin menunjukkan penerapan teknik SEO *on page* dan *off page* pada media *Kompas.com* untuk meningkatkan peringkat di mesin pencari.

Metode Penelitian

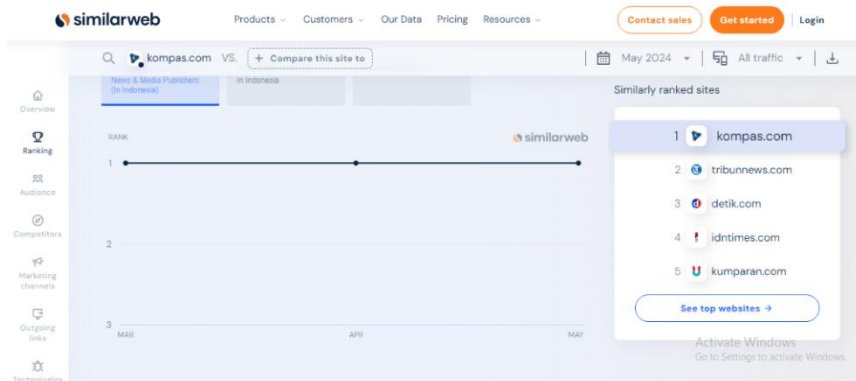
Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman mengenai SEO (*Search Engine Optimization*) pada media *Kompas.com*. Metode ini melibatkan percakapan peneliti dengan informan untuk menggali informasi, serta dikombinasikan dengan observasi dan studi pustaka untuk mengkaji penerapan teknik SEO. Wawancara dilakukan pada Jumat, 14 Juni 2024, di Gedung Kompas Gramedia, Unit II Lt. 5 Jl. Palmerah Selatan No. 22 – 28 Jakarta. Wawancara terhadap informan lain, informan ahli, juga dilakukan pada tanggal Senin, 15 Juli 2024, di Gedung Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini merupakan orang yang bertanggungjawab dalam ruang redaksi di *Kompas.com*, salah satunya informan Silvita Agmasari selaku Editor *Food* dan *Travel Kompas.com*. Kemudian terdapat informan ahli yang memahami SEO (*Search Engine Optimization*), yaitu Firman Syah, selaku dosen MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*) Politeknik Negeri Jakarta.

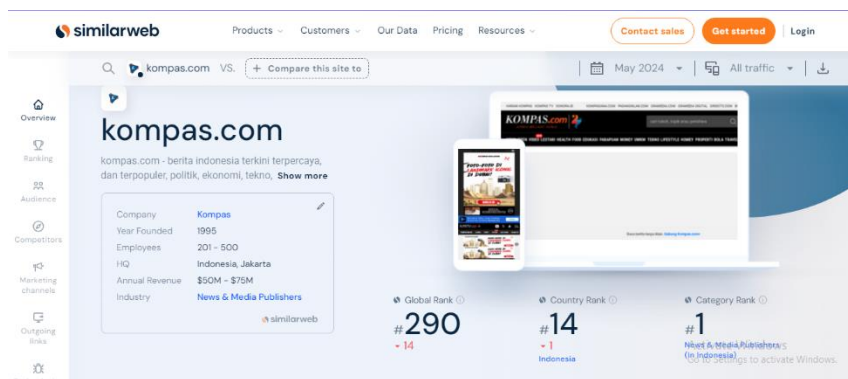
Sebagai pelengkap, dalam penelitian ini juga dilakukan analisis isi terhadap berita yang diambil secara acak dari *Kompas.com* sebanyak 10 berita perhari mulai dari tanggal 3-12 Juni 2024. Berita yang dipilih mencakup berbagai topik dan datang dari berbagai sumber, sehingga memastikan keragaman dalam sampel berita. Proses pemilihan berita yang acak ini membantu dalam mendapatkan gambaran penerapan SEO di *Kompas.com* secara lebih objektif.

Hasil dan Pembahasan

Kompas.com merupakan perusahaan *media online* yang berhasil mencapai peringkat pertama pada *website similarweb.com* sebagai *media online* Indonesia yang memiliki trafik *web* tertinggi. Similarweb merupakan sebuah platform yang menyediakan analisis dan perbandingan situs *web*, data *mining*, data trafik, dan berbagai informasi lainnya. Di Similarweb, pengguna dapat melihat data terkait situs *web* tertentu, termasuk trafik, jumlah pengunjung, peringkat situs, dan lain sebagainya.



Gambar 1. Kompas.com Berada Pada Peringkat Pertama di Similarweb



Gambar 2. Data Similar.com Websiteanalysis Kompas.com

Website Similarweb mencatat *media online Kompas.com* berada pada peringkat ke 14 sebagai *website* yang paling sering dikunjungi. *Kompas.com* juga menduduki peringkat pertama sebagai *media online* yang sering dikunjungi oleh masyarakat pada bulan Maret-Mei 2024. Salah satu langkah yang dilakukan pengelola media untuk menaikkan trafik pengunjung adalah dengan mengoptimalkan penerapan *search engine*.

Menurut Silvita Agmasari dari *Kompas.com*, SEO merupakan teknik atau cara agar berita *online* menjadi yang terpopuler dan bisa bersaing dengan *media online* yang lain. Penerapan SEO sangat penting untuk jurnalistik, karena mesin algoritma *Google* menangkap berita untuk bisa jadi yang populer. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan komponen-komponen SEO. Adapun fungsi SEO secara garis besar bersaing dengan *media online* lainnya dan dapat terbaca oleh algoritma *Google*. Secara terperinci *media online* tersebut berada pada halaman *Google*, terutama di bagian pertama.

“Kira-kira sekitar tahun 2017-an ke atas SEO benar-benar dikuatkan banget sama kantor. Karena memang benar SEO itu awalnya bukan untuk berita online. Tapi

kenapa pada akhirnya penerapan SEO itu penting untuk jurnalistik. Karena mesin algoritma Google itu sendiri yang menangkap berita untuk bisa jadi populer yaitu dari komponen-komponen SEO. Termasuk dari judul, lead berita, backlink dan lain-lain yang off page dan on page. Kenapa pada akhirnya pakai SEO, karena dari algoritma Google itu sendiri yang menangkapnya seperti itu, jadi diperlukan SEO agar berita online ini menjadi yang terpopuler dan bisa bersaing dengan media online khususnya,” (Wawancara tanggal 14 Juni 2024).

Lanjutnya, datangnya pembaca *Kompas.com* berasal dari *google* sebanyak 60% dan 40% datang dari domain, seperti *www.kompas.com*. Seiring berjalannya waktu terdapat perubahan pola pembaca dalam mencari informasi. Sebelumnya masyarakat mencari dengan mengetik di web *Kompas.com* untuk mendapatkan berita yang dicarinya. Namun setelah 2015 masyarakat mencari berita atau informasi menggunakan mesin pencarian *Google* dan sekitar tahun 2017 ke atas SEO baru benar-benar dikuatkan oleh kantor *Kompas.com*.

Informan ini juga menjelaskan alur kerja SEO dimulai oleh asisten editor dengan mencari atau melakukan riset *keyword* yang sering dicari oleh masyarakat pada mesin pencari. Kemudian ditugaskanlah kepada reporter untuk membuat berita dengan memasukkannya ke dalam CMS untuk memenuhi SEO *on page* dan *off page*. Saat mencari topik, editor melakukan riset dengan mencari *keyword* yang sering dicari oleh masyarakat dengan menggunakan *Google* dibagian “orang lain juga menelusuri” dan juga menggunakan *website* berbayar, seperti Website Keyword Mining dan Semrush.com. Untuk pencarian ini digunakan *website* yang tidak berbayar terdapat *Tren.google.com* dan *Ahrefs.com*.

Selain itu, saat melakukan riset dapat dilakukan dengan media sosial, seperti aplikasi Tiktok, Instagram, dan Twitter. Aplikasi media sosial yang sangat mudah digunakan ialah Tiktok, karena aplikasi ini mempunyai *keyword* yang ada pada konten. Selanjutnya editor akan mengolah atau mengedit tulisan yang ada di CMS untuk memenuhi persyaratan SEO. Karena tanggungjawab SEO di *Kompas.com* berada di editor. Namun sebelumnya, editor melakukan pelatihan SEO setiap enam bulan sekali oleh kantor, karena algoritma *Google* berubah dan CMS akan beradaptasi.

Jamaknya penggunaan SEO untuk media online ini juga diamini pakar di bidang komunikasi. Menurut Firman Syah, selaku dosen komunikasi di Program Studi *Meeting, Incentive, Convention and Exhibition* (MICE) Politeknik Negeri Jakarta. SEO merupakan serangkaian teknik yang digunakan untuk menaikkan peringkat disuatu *website*. Dengan adanya SEO, mesin pencarian seperti *Google* atau *Yahoo*, akan lebih banyak diketahui oleh masyarakat, yang berkunjung ke *website*. Fungsi dari SEO adalah membantu ranking *website*, agar lebih dikenal oleh masyarakat sebagai pengguna internet. Selain itu, pengguna yang menggunakan *website* tersebut, akan diarahkan oleh *website* untuk bisa masuk dan dialihkan ke tautan. Sehingga menjaga loyalitas pada masyarakat pengguna yang memang menggunakan internet tersebut.

“.....fungsi dari SEO ini, bisa membantu ranking website yang sudah kita miliki. Supaya lebih dikenal oleh masyarakat sebagai pengguna internet. Selain itu,

maka pengguna atau kita yang memang menggunakan website tersebut, bisa akan diarahkan di navigasi oleh website kita, untuk bisa masuk atau menggunakan. Dan dialihkan ke tautan yang sudah kita miliki. Itu biasanya ada teknik- teknik khusus. Dan itu biasanya menjadi salah satu konten yang memang efektif digunakan. Sehingga menjaga loyalitas pada masyarakat pengguna yang memang menggunakan internet tersebut. Ketika akan melakukan kegiatan untuk bisa terus ada didalam suatu website yang bisa kita buat untuk memperdalam konten-konten yang ada di dalam website tersebut. Seperti itu,” (Wawancara tanggal 15 Juli 2024).

Selain itu, ia melanjutkan, SEO dapat meningkatkan visibilitas secara *online*, di dalam mesin pencarian. Dengan adanya semacam tautan yang dimiliki, maka akan lebih banyak yang diketahui oleh pelanggan. Tergantung dengan bagaimana mengolah konten-konten pemasaran. Para pengguna internet atau masyarakat akan bisa mengakses, atau ikut terlibat didalam SEO pemasaran atau produk.

Penerapan Teknik SEO Kompas.com

Secara teori, teknik SEO dibagi menjadi dua, yaitu SEO *on page* dan *off page*. Menurut informan dari *Kompas.com*, penerapan teknik SEO *on page* berada pada semua badan berita, mulai dari judul, *teaser* (deskripsi), *tagging*, *lead*, sub judul (*heading*), gambar dan dari keseluruhan tersebut harus mempunyai unsur SEO. Sedangkan SEO *off page* berada pada *backlink*, *embed* video atau *embed* media sosial dan rekomendasi berita. Berikut penjelasan penerapan teknik SEO *on page* dan *off page* pada media *Kompas.com*, berdasarkan wawancara dengan informan dari editor *Food* dan *Travel Kompas.com*, pada Jumat, 14 Juni 2024.

Teknik SEO On Page Kompas.com

Pertama, Judul. Penggunaan judul pada penulisan berita di *Kompas.com* tidak diperbolehkan dari delapan kata, karena hal tersebut mengandung unsur SEO. Jika judul tersebut melebihi dari delapan kata, maka algoritma *google* akan kebingungan dan tidak fokus apa yang dimaksud sebenarnya. Selain itu, pada penggunaan judul sebisa mungkin tidak menggunakan tanda tanya pada tengah kalimat. Jika menggunakan tanda tanya sebaiknya diletakkan pada akhir kalimat. Selain itu, penggunaan judul sebaiknya tidak menggunakan tanda kutip pada bahasa asing, karena tidak ramah SEO.

Kedua, *Teaser* (deskripsi). *Teaser* yang digunakan maksimal 160 kata dan mengandung inti dari isi berita atau kesimpulan. *Teaser* merupakan deskripsi berita dan *caption* untuk media sosial *Kompas.com*. Berita *Kompas.com* sudah terpasang secara otomatis pada media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*. *Teaser* tersebut berfungsi untuk menggoda pembaca agar membuka berita.

Ketiga, Tagging (tag). Tag yang digunakan maksimal lima dan sebisa mungkin *tagging* tidak menggunakan kalimat sepotong-potong. Karena *tagging* berhubungan dengan pencarian yang dicari oleh masyarakat. *Tagging* berhubungan dengan pencarian yang dicari oleh masyarakat. Dengan begitu editor harus memiliki nalar, apa yang kira-kira pembaca cari di *Google* dan kemudian dituangkan ke *tagging*. Membuat *tag* dapat dilihat pada halaman *Google* “orang lain juga menelusuri” dimana masyarakat mencari berita di *Google* dengan beberapa *keyword*.

Keempat, Lead. Pada penulisan *lead* berita harus mengandung *keyword* dari berita dan tidak perlu bertele-tele. *Keyword* yang terdapat di judul harus berada pada *lead* berita.

Kelima, Sub Judul (heading). Sub judul harus memuat unsur SEO, contohnya “kronologi tanah longsor di Purworejo”, bukan hanya sub judul “kronologi” saja. Sub judul dapat memudahkan pembaca untuk mencari kronologi kejadian.

Keenam, gambar. Foto harus sesuai dengan isi dari berita dan juga mempunyai keterangan. Sedapat mungkin foto yang di *upload* di CMS harus diubah nama foldernya. Dari yang awalnya *img* diubah menjadi nama kejadian, agar mendorong SEO.

Teknik SEO Off Page Kompas.com

Pertama, backlink. Penggunaan *backlink* berada di dalam isi berita, yang bertuliskan “baca juga”. Sebisa mungkin topik untuk *backlink* harus sesuai dengan berita yang ditulisnya atau berhubungan dengan kejadian. Pada satu berita *Kompas.com* *backlink* dapat dimasukkan minimal empat berita.

Kedua, embed video atau embed media sosial. Cara ini ditempuh dengan meletakkan *embed* pada isi berita *online* sangat diperlukan, agar masyarakat dapat membuka berita secara lengkap pada media sosial *Kompas.com*.

Ketiga, rekomendasi berita. Rekomendasi berita dengan beberapa topik terletak diakhir berita, dengan tujuan untuk menggoda pembaca agar membuka berita yang lainnya.

Pengoptimalan Konten untuk SEO

Berikut penjelasan mengenai pengoptimalan konten untuk SEO, berdasarkan wawancara dengan informan dari Prodi MICE Politeknik Negeri Jakarta, pada Senin, 15 Juni 2024.

Keyword: Sebagai proses menemukan dan menganalisis kata kunci yang relevan dengan topik yang ingin ditargetkan. *Keyword* sering digunakan oleh masyarakat, ketika sedang mencari informasi.

On page SEO: Pengoptimalan halaman atau tampilan di *website* agar semakin menarik. Mulai dari judul, deskripsi, sampai dengan kualitas konten.

Off page SEO: Mendapatkan tautan dari situs lain supaya diarahkan ke dalam *website*. Istilahnya kombinasi produk, supaya terkoneksi dan media sosial seperti Facebook, X, Instagram akan menjadi koneksi. Sehingga saat mengunggah, seluruh media sosial akan tersebar dengan sendirinya.

Technical SEO: Mengoptimalkan *website* dengan efisien kecepatannya, sehingga maksimal di mesin pencari. Kemudian bisa mendukung versi HP atau *mobile*. Beberapa teknik mesin pencarian untuk mengontrol biasanya menggunakan *file robots*.

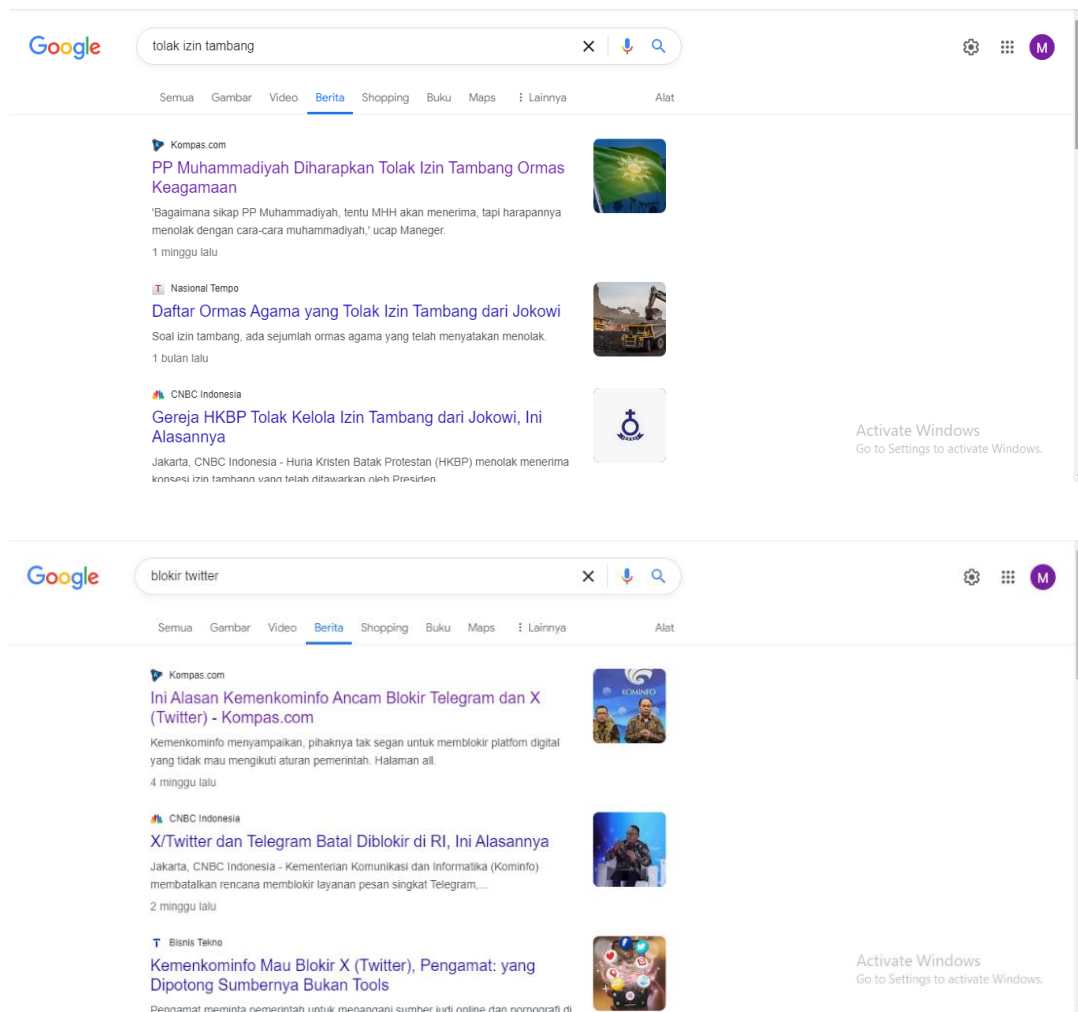
Konten SEO: Konten yang dibuat harus berkualitas, sehingga mencapai target yang relavan. Sehingga bisnis akan benar-benar sesuai dengan produk yang mereka inginkan dan mereka bisa masuk ke *website*.

Kesalahan umum yang terdapat pada pembuatan konten, ialah salin atau asal kopas dari *website* lain. Kemudian tidak mengoptimalkan versi *mobile* dan juga terlalu banyak kata kunci yang membingungkan. Selain itu kesalahan umum juga terjadi, ketika tidak menganalisis hasil kinerja dari SEO dengan baik.

Berita SEO Pada Halaman Pertama Google

Salah satu keberhasilan penerapan teknik SEO (*Search Engine Optimization*) dapat dilihat ketika sebuah berita berhasil menempati halaman pertama pada hasil pencarian *Google*. Dalam penerapan SEO yang tepat, sebuah berita akan dapat dengan mudah ditemukan dan memperkuat kredibilitas situs web berita tersebut. Seperti pada contoh berita *Kompas.com* berikut ini yang telah berhasil menempati halaman pertama *Google*.





Gambar 3. Berita SEO Pada Halaman Pertama Google

Analisis Penerapan Teknik SEO *On Page* dan *Off Page* Kompas.com

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dideskripsikan di atas. Ditemukan tujuh berita yang telah menerapkan teknik SEO *on page* dan lima berita yang telah menerapkan teknik SEO *off page* pada 10 berita periode 3-12 Juni 2024.

Pada penerapan Teknik SEO *on page* terdapat delapan berita yang telah menerapkan judul dengan tidak melebihi delapan kata dan juga terdapat *keyword*. Seluruh berita telah menerapkan *teaser* (deskripsi) dengan tidak melebihi 160 kata dan juga terdapat *keyword*. Seluruh berita juga telah menerapkan *tagging*, dengan tidak melebihi lima *tag* dan berhubungan dengan berita. Terdapat sembilan berita pada *lead*, yang mengandung *keyword* seperti pada judul. Selain itu, terdapat tujuh berita yang menerapkan sub judul pada berita dan seluruh berita telah menerapkan gambar dan juga keterangan. Sehingga gambar dapat memperkuat berita.

Pada penerapan Teknik SEO *off page* terdapat lima berita yang mencantumkan *backlink* dengan minimal empat *backlink*. Selain itu, terdapat delapan berita yang mencantumkan *embed*

video atau *embed* media social dan seluruh berita telah mencantumkan rekomendasi berita dengan beberapa topik di akhir berita.

Berdasarkan peparan di atas, maka dapat dinyatakan bahwa *Kompas.com* telah menerapkan strategi pengoptimalan mesin peluncur (SEO) untuk menayangkan beritanya. Tujuannya jelas agar berita *kompas* dapat secara mudah dijangkau oleh pembacanya. Pada *Kompas.com* diterapkan dua jenis SEO, yakni *on page* SEO dan *off page* SEO.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan teknik SEO (*Search Engine Optimization*) ini, peneliti menarik kesimpulan, bahwa SEO merupakan serangkaian teknik atau cara yang digunakan untuk menaikkan peringkat disuatu *website*, agar menjadi yang terpopuler dan bisa bersaing dengan media *online*. Secara terperinci media *online* akan berada pada halaman *google*, terutama di bagian pertama, serta membantu ranking *website*, agar lebih dikenal oleh masyarakat sebagai pengguna internet.

Terdapat dua teknik SEO yang diterapkan pada media *Kompas.com*, yaitu SEO *on page* dan *off page*. Penerapan teknik SEO *on page* pada media *Kompas.com* berada pada judul, *teaser* (deskripsi), *tagging*, *lead*, sub judul (*heading*), dan gambar. Adapun penerapan teknik SEO *off page* pada media *Kompas.com* berada pada *backlink*, *embed* video atau *embed* media sosial dan rekomendasi berita. Selanjutnya, hasil 10 sampel analisis mengenai penerapan teknik SEO (*Search Engine Optimazation*) *on page* dan *off page* pada berita *Kompas.com*, periode 3-12 Juni 2024 yang telah dianalisis, peneliti menyimpulkan bahwa berita di media *Kompas.com* sebanyak tujuh berita menerapkan teknik SEO *on page* pada berita dan sebanyak lima berita menerapkan teknik SEO *off page* pada berita *Kompas.com*.

Daftar Pustaka

- Agmasari, Silvita (2024, 14 Juni). Personal Interview.
- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). *Konsep Digital Marketing Berbasis Seo (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran*. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(2), 87–94. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v4i2.474>
- Intera, T. P. (2021). *Strategi Digital Marketing untuk Menaikkan Keuntungan*. Cv.Intera.
- Lestari, A., & Sugara, B. (2024). *Penerapan Teknik Search Engine Optimization sebagai Strategi Peningkatan Pengunjung di Media Online Pikiran Rakyat Media Network*. 3(1).
- Melinda, F., Latief, R., Muhammad, F., & Pakaya, S. M. (2023). *Penerapan Teknik Search Engine Optimization (SEO) Dalam Produksi Berita Di Detik Sulsel*.
- Nasution, I. N., Muslimah, F., & Rubiyannah, R. (2023). Konvergensi Konten Berita Melalui Teknik Search Engine Optimization dan Bahasa Jurnalistik Pada Pemilihan Top News di Media Antaranews.com. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 5(2), 83–97. <https://doi.org/10.15408/jsj.v5i2.35375>
- Nur, E. (2021). *PERAN MEDIA MASSA DALAM MENGHADAPI SERBUAN MEDIA ONLINE THE ROLE OF MASS MEDIA IN FACING ONLINE MEDIA ATTACKS*. 2(1).
- Urmila., Sastrawan, E., Adda. (2023) *Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) pada WebsitePikiran-Rakyat.Com dalam Strategi Pemasaran.pdf*. (n.d.).
- Sidqi, F. D., & Marcos, H. (2021). *OPTIMASI WEBSITE MENGGUNAKAN METODE SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) ON PAGE DAN OFF PAGE DALAM MENINGKATKAN TRAFIK KUNJUNGAN (STUDI KASUS: HUSTLE MEDIA GRUP)*. 3(1).

Similarweb. *Similarweb: Website Traffic – Check and Analyze Any Website*, Diakses dari <https://www.similarweb.com/>
Syah, Firman (2024, 15 Juli). Personal Interview.