

**PENERAPAN “*SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) FRIENDLY*”
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BACA PELANGGAN MEDIA *ONLINE*
TRIBUN TIMUR MAKASSAR**



Skripsi

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah
dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar**

Oleh:

**ST NURJANNAH
NIM: 50100115079**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN ALAUDDIN MAKASSAR

M A K A S S A R
2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : St Nurjannah
NIM : 50100115079
Tempat/Tgl. Lahir : Balang-Balang, 14 Oktober 1996
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Jl. Poros Malino, Bontomanai
Judul : Penerapan “*Search Engine Optimization (SEO) Friendly* untuk Meningkatkan Minat Baca Pelanggan Media *Online* Tribun Timur Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, Juli 2019
Penyusun,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

ST NURJANNAH
NIM: 50100115079

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Penerapan *Search Engine Optimization Friendly* Untuk Meningkatkan Minat Baca Pelanggan Media *Online* Tribun Timur Makassar" yang disusun oleh St Nurjannah, NIM: 50100115079, telah diuji dan di pertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada 08 Agustus 2019 bertepatan dengan 6 Zulhijaah 1440 Hijriah dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Sarjana Sosial, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

Samata-Gowa, ... Agustus 2019 M
6 Zulhijjah 1440 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dra. Asni Djamereng, M.Si	(.....)
Sekretaris	: Drs. Syam'un, M.Pd., MM	(.....)
Munaqisy I	: Prof. Dr. Hj. Muliaty Amin, M.Ag	(.....)
Munaqisy II	: Dr. Muhammad Shuhufi, M.Ag	(.....)
Pembimbing I	: Dr. H. Kamaluddin Tajibu, M.Si	(.....)
Pembimbing II	: Andi Muh. Fadli, S.Sos., M.Pd	(.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Alauddin Makassar,



Prof. Dr. H. Abd.RavidMasri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M

NIP: 19690827 199603 1 004

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يُضِلِّ اللَّهُ فَلَا هَادِيَ لَهُ. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. أَمَّا بَعْدُ؛

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji dan syukur kepada Allah swt. Tuhan semesta alam yang menciptakan segala makhluk di dunia ini dengan kebijaksanaan dan kasih sayang, sehingga masih memberikan kesehatan rohani sampai saat ini. Alhamdulillah yang tak henti-hentinya saya ungkapkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Penerapan “Search Engine Optimization (SEO) Friendly” untuk Meningkatkan Minat Baca Pelanggan Media Online Tribun Timur Makassar”**.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan atas kehadiran baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya dan para pengikutnya yang telah membuka pintu keimanan dan membawa cahaya kebenaran kepada seluruh umat manusia hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk dicapainya gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Dari keterbatasan yang penulis miliki, maka skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta dukungan moril maupun materil.

Penulis menghaturkan penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih yang sebesar-besarnya, terutama kepada:

1. Prof. Dr. H. Musafir Pababari, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Prof. Dr. Mardan, M. Ag, selaku Wakil Rektor I, Prof. Dr. H. Lomba Sultan, M.A selaku Wakil Rektor II, dan Prof. Siti Aisyah, M.A., Ph.D selaku Wakil Rektor III yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di UIN Alauddin Makassar.
2. Prof. Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Dr. Misbahuddin, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Dr. H. Mahmuddin, M.Ag selaku Wakil Dekan II, Dr. Nursyamsiah, M.Pd.I selaku Wakil Dekan III, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Dr. Kamaluddin Tajibu, M.Si, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, sekaligus sebagai *Pembimbing I* dan Dra. Asni Djamereng, M.Si selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta staf Jurusan KPI kakanda M. Hidayat, SE.I., MM, atas segala bimbingan dan dukungan yang tiada hentinya diberikan kepada peneliti sehingga mampu meraih gelar S.Sos.
4. Haidir Fitra Siagian, S.Sos., M.Si., Ph.D. selaku *pembimbing II* yang telah meluangkan waktunya dalam memberi bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penulisan skripsi.
5. Prof. Dr. Hj. Muliaty Amin, M. Ag dan Dr. Muhammad Shuhufi, M. Ag selaku *munaqisy I* dan *munaqisy II* yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyusunan skripsi.

6. Kepala Perpustakaan dan seluruh Staf Perpustakaan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, yang telah menyediakan referensi dan literatur yang sangat membantu dalam penyusunan Skripsi.
7. Seluruh Dosen, Staf dan Karyawan Fakultas Dakwan dan Komunikasi dengan segala jerih payahnya yang telah mengajarkan ilmu, memberikan wawasan yang luas untuk penulis serta membantu dalam pemberian pelayanan selama perkuliahan.
8. Kepada seluruh pihak Tribun Timur Makassar yang telah memberikan ijin untuk meneliti. Terkhusus Pak Jumadi, Pak Budiman, Kak Syamsul dan Kak Edi yang telah bersedia meluangkan waktu dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan wawancara terkait hasil penelitian skripsi.
9. Teman-teman KPI 2015 senior KPI, dan terkhusus KPI B yang selalu membantu dan menjadi tempat bertukar pikiran dalam penyelesaian studi penulis.
10. Sahabat tercinta *The Guys*, *Berlima*, dan *Vaminaliah* yang telah menjadi sandaran penulis dan senantiasa memberikan dukungan tenaga dan doa dalam menyelesaikan Skripsi ini.
11. Kepada saudara-saudari KKN (Desa Bontobuddung Kec Tompobulu) yang banyak membantu dalam memberikan motivasi dan menjadi penyemangat selama ini. Terima kasih atas warna baru yang telah kita ukir bersama dalam waktu 45 hari, semoga kenangan tetap di hati dan tali persaudaraan tetap terjaga.
12. Saudara Imam Purwanto yang telah setia menemani penulis, memberikan doa dan dorongan semangat dalam penyelesaian Skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan doa dan motivasi kepada penulis.

14. Dan terakhir yang paling spesial buat orangtua ku tercinta, Ayahanda Alm. Alimuddin dan Ibunda Hasiah atas jerih payahnya yang telah membesarkan, mencurahkan kasih sayangnya, yang mendoakan, memberikan dukungan moril maupun materil, motivasi dan memberikan biaya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi. Ucapan terima kasih juga yang tak terhingga penulis ucapkan kepada adik satu-satunya yang senantiasa mendampingi dan memberikan semangat kepada penulis.

Akhir kata hanya kepada Allah swt. penulis memohon Ridha-Nya dan semoga melimpahkan Rahmat-Nya kepada seluruh pihak atas jasa dan amal mulianya. Aamiin. *Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabaraktuh.*

Makassar, Juli 2019
Penulis

St Nurjannah
NIM: 50100115079

UNIVERSITAS ISLAM ALAUDDIN
ALAUDDIN
M A K A S S A R

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus.....	6
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Kajian Pustaka/ Penelitian Terdahulu.....	8
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN TEORETIS.....	13
A. Tinjauan tentang Dakwah dan Komunikasi.....	13
1. Pengertian Dakwah dan Komunikasi.....	13
2. Hubungan antara Dakwah dan Komunikasi.....	16
3. Media Dakwah dan Komunikasi.....	18
4. Komponen Da'i dan Mad'u.....	19
5. Bentuk-bentuk Komunikasi.....	20
B. Tinjauan tentang Media Digital.....	22
1. Pengertian Media Online.....	22
2. Karakteristik Media Online.....	27
3. Pengertian Search Engine.....	29
4. Pengertian Search Engine Optimization.....	31
C. Tinjauan tentang Minat Baca.....	36
1. Pengertian Minat.....	36
2. Pengertian Membaca.....	38
3. Pengertian Minat Baca.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	41
A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	41
B. Pendekatan Penelitian.....	42
C. Sumber Data.....	42
D. Metode Pengumpulan Data.....	43
E. Instrumen Penelitian.....	45
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	45

BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	48
	A. Gambaran Umum Meda Online Tribun Timur.....	48
	B. Teknik Penerapan Search Engine Optimization.....	60
	C. Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Search Engine Optimization.....	76
BAB V	PENUTUP.....	87
	A. Kesimpulan.....	87
	B. Implikasi penelitian.....	88
	DAFTAR PUSTAKA.....	89
	LAMPIRAN.....	92
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	95



DAFTAR TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	Be
ت	ta	t	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	gain	g	eg
ف	fa	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wau	w	We
ه	ha	h	Ha
أ	hamzah	’	Apostrof
ي	ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	<i>fathah</i>	a	A
◌ِ	<i>kasrah</i>	i	I
◌ُ	<i>ḍammah</i>	u	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َـي	<i>fathah dan ya</i>	ai	a dan i
◌َـو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
◌َـ / ا	<i>fathah dan alif</i> atau <i>ya</i>	a	a dan garis di atas
◌ِـ	<i>kasrah dan ya</i>	i	i dan garis di atas
◌ُـ	<i>ḍammah dan wau</i>	u	u dan garis di atas

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, yang transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu transliterasinya dengan [h].

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasinya ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Jika huruf *ﺀ* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (*ﺀ*), maka ia ditransliterasikan seperti huruf *maddah* (i).

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ﻻ* (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrop (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari al-Qur'an), *sunnah*, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frase nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz a-ljalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama dari (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri

tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (AL-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

swt.	= subhanallahu wata'ala
saw.	= sallallahu 'alaihi wasallam
r.a	= radiallahu 'anhu
H	= Hijriah
M	= Masehi
QS/2	= QS Al-Baqarah/2:4 atau QS Al-Imran/3:4

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Hasil Penelitian yang Relevan.....	10
Tabel 2.1 Kelebihan dan Kekurangan Media Online.....	32
Tabel 4.1 Analisis SWOT.....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Tribun Timur Makassar.....	49
Gambar 4.2 Logo Portal Tribun-timur.com.....	54
Gambar 4.3 Optmisasi Portal Tribun Timur.....	56
Gambar 4.4 Backlink dari Facebook.....	57
Gambar 4.5 Backlink dari Twitter.....	58
Gambar 4.6 Jumlah Backlnk Hasil Survey Majestic Tools.....	59
Gambar 4.7 Jumlah Backlnk Hasil Survey Majestic Tools.....	59
Gambar 4.8 Hasil Survey Alexa.....	60
Gambar 4.9 Hasil Survey Majestic Tools.....	60
Gambar 4.10 Visitor Portal Tribun Timur.....	61
Gambar 4.11 Visitor Portal Tribun Timur.....	61
Gambar 4.12 Jenis Berita yang Diakses.....	62
Gambar 4.13 Usia Visitor.....	63
Gambar 4.14 Jenis User yang Digunakan	63

ABSTRAK

Nama : St Nurjannah
NIM : 50100115079
Judul : Penerapan *Search Engine Optimization (SEO) Friendly* untuk Meningkatkan Minat Baca Pelanggan Media Online Tribun Timur Makassar

Pokok masalah penelitian ini adalah bagaimana penerapan *Search Engine Optimization Friendly* untuk meningkatkan minat baca pelanggan media online Tribun Timur Makassar?. Pokok masalah tersebut selanjutnya dirumuskan dalam dua sub bab masalah sebagai berikut: 1) Bagaimana teknik penerapan *Search Engine Optimization Friendly* untuk meningkatkan minat baca pelanggan media online Tribun Timur Makassar?, 2) Apa faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan *Search Engine Optimization Friendly* untuk meningkatkan minat baca pelanggan media online Tribun Timur Makassar?.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan dakwah dan komunikasi. Adapun sumber data peneliti adalah sumber data primer meliputi penanggung jawab TI portal Tribun Timur, penanggung jawab sosial media Tribun Timur, sekretaris redaksi Tribun Timur dan news manajer Tribun Timur. Dan sumber data sekunder yakni buku-buku dan juga dokumen. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan tiga tahapan, yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik *Search Engine Optimization* yang diterapkan pada *website* Tribun Timur Makassar berhasil menempatkan *website* berada di posisi pertama hasil pencarian yang membuat trafik pengunjung terus meningkat setiap harinya. Hal ini juga dibuktikan dengan memperhatikan konsep organik dan non-organik yang menjadi faktor pendukung penerapan *Search Engine Optimization*. Begitu pula dengan faktor penghambat dalam penerapan *Search Engine Optimization*.

Implikasi penelitian ini adalah *Search Engine Optimization* memiliki kemampuan untuk menempatkan suatu *website* berada di posisi pertama hasil mesin pencari, *website* yang telah teroptimasi akan mampu menarik *visitor* dan membuat *trafik* pengunjung terus meningkat. Hampir semua *website* resmi menggunakan teknik SEO, namun tidak semua *website* berhasil mencapai ranking pertama hasil pencarian di google karena tidak mampu menerapkan teknik SEO sesuai dengan algoritma apa yang ditentukan oleh google. Hal ini terbukti dari semakin meningkatnya minat pembaca pada *website* Tribun-Timur dari tanggal 15 Mei 2019 sampai 15 Juni 2019 sebanyak **1.586.245 orang/hari**.

M A K A S S A R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat teknologi komunikasi dan informasi membawa pengaruh yang sangat besar dan tidak bisa dihindari dalam kehidupan masyarakat. Penemuan internet pada tahun 1990-an menjadi sejarah penemuan teknologi komunikasi dan informasi. Sebagai dampaknya, proses penyebaran informasi media massa kini mengalami perubahan. Philip Meyer pernah meramalkan bahwa pada tahun 2040, orang akan menyaksikan koran terakhir yang terbit dan dibaca orang.¹

Sejarah media mengajarkan kepada kita untuk membayangkan masa depan dengan serius. Seperti saat ini, ketika semua perangkat teknologi media telah bersifat digital. Lewat teknologi digital, kebutuhan jurnalisme akan kecepatan semakin dipenuhi. Lewat digitalisasi, informasi dapat dikemas ke dalam beragam format. Kiriman berita dapat digabung dengan hiburan, iklan, surat, sampai belanjaan rumah tangga. Digitalisasi membuat informasi mengalir secara personal dan sekejap ke rumah-rumah.

Inilah kecanggihan teknologi informasi terkini. Tak urung jurnalisme pun kecipratan untung. Komputerisasi menurut Bittner, membuat pemberitaan dapat dikirim, disebar, dan diterima dalam kepingan data-data. Kecepatan ruang waktu elektronika dipakai untuk mengantarkan pesan bergambar dan bersuara. Teknologi

¹ Nuruddin, *Jurnalisme Masa Kini* (Cet. 1; Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 5.

digitalisasi membuat informasi dapat diakses siapapun dan dimana pun secara privat. Tiap berita bisa di *frame* ke dalam format yang diinginkan penerima.²

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya ditandai dengan munculnya media baru. Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam.

Sekarang ini tidak bisa lagi menyamakan “komunikasi massa” atau “media massa” dengan “jurnalisme” dalam menyebut media selain koran dan majalah. Tentu saja setiap komunikasi membutuhkan medium atau sarana pengirim pesan seperti kolom di koran atau gelombang siaran. Namun komunikasi massa merujuk pada keseluruhan institusinya yang merupakan pembawa pesan koran, majalah, stasiun pemancar yang mampu menyampaikan pesan ke jutaan orang nyaris serentak.³

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak memengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan dengan sesama manusia.

² Septiawan Santana K, *Jurnalisme Kontemporer*, edisi kedua (Yayasan Obor Indonesia) h. 2-3.

³ William L. Rivers-Jay W. Jensen Theodore Peterson, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, edisi kedua (Jakarta Prenamedia Group) h. 18.

Istilah internet merupakan singkatan dari *Interconnection Networking*. Internet bisa diartikan sebagai sebuah jaringan komputer yang sangat besar yang terdiri dari jaringan-jaringan kecil yang saling terhubung yang menjangkau seluruh dunia. Pertama kali jaringan internet dikembangkan pada tahun 1969 oleh *US Department of Defense* dalam proyek ARPANet (*Advanced Research Projects Network*). Semenjak itu perkembangan internet berlangsung sangat pesat.⁴

Pada dasarnya media *online* ialah media massa yang dapat ditemukan di internet. Sebagai media massa, media *online* juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Internet sebagai media baru yang memiliki beberapa karakteristik seperti media yang berbasis teknologi, fleksibel, interaktif, berfungsi secara privat dan publik, memiliki aturan yang rendah dan berhubungan. Internet juga menciptakan pintu gerbang baru bagi organisasi yang dapat diakses secara global dari berbagai penjuru dunia. Karakteristik interaktif dari internet dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan jika *web* digunakan dengan benar.⁵

Dalam media *online* tersebut, dengan menempati peringkat teratas pada mesin pencari akan memberikan keuntungan bagi pemilik *website* dari trafik yang didapatnya terkait nilai *return on investment*. Hal ini memicu terjadinya persaingan, tingkat persaingan tergantung pada seberapa populer suatu kata kunci pada pencarian di *search engine*. Semakin banyak pengguna yang mencari kata kunci tertentu maka semakin tinggi tingkat kompetisi antar *website* untuk meraih ranking satu atau

⁴ Samhis Setiawan, *Pengertian Internet "Interconnection Network"*. Guru Pendidikan.com (2019), (<http://www.asep-hs.web.um.ac.id>) (diakses 13 Maret 2019).

⁵ Maria Assumpta Rumarni, *Dasar-Dasar Public Relation-Teori & Praktik*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia), h. 98.

minimal halaman pertama. Untuk mencapai hal tersebut, sebuah halaman *website* harus dioptimasi dengan baik pada kata kunci yang dipilih.

Metode untuk optimasi halaman *website* ini dikenal sebagai *Search Engine Optimization (SEO)*. Metode ini digunakan untuk mengoptimasi halaman situs *web* agar mudah dikenali mesin pencari dan memperoleh ranking teratas dari pencarian untuk kata kunci yang ditargetkan.

Search Engine Optimization (SEO) merupakan sesuatu hal yang sangat penting, bagi yang memiliki layanan dan aplikasi berbasis *website*, terutama konten-konten di dalamnya. Dengan adanya *Search Engine Optimization (SEO)*, maka akan memudahkan di dalam menampilkan konten-konten halaman *website* ke halaman utama hasil pencarian pada mesin pencari. Manfaat yang diberikan apabila halaman *website* berada di urutan teratas hasil pencarian pada mesin pencari yaitu meningkatkan trafik kunjungan *website* sehingga menjadikan *website* semakin terkenal di mata para pengunjung dan pengguna internet, kunjungan ke halaman *website* dengan beragam konten di dalamnya akan semakin ramai. Hal ini memberikan keuntungan secara material, bagi harga jual *website*, pemasangan iklan, penjualan produk dan jasa, serta lain-lain.

Penggunaan *Search Engine Optimization (SEO)* telah diterapkan dalam media *online*. Salah satunya pada media *online* Tribun Timur Makassar, harian Tribun Timur Makassar merupakan media pertama yang selalu mengupayakan dan menjadikan lahan media *online* sebagai *share* berita atau pengembangan informasi. Selain itu Tribun Timur Makassar mengembangkan informasi secara alami dan tidak memanipulasi data pengunjung pada perkembangan media *online*. Disinilah peran harian Tribun Timur Makassar untuk memfilter informasi yang diperoleh untuk

dijadikan sebuah berita agar berita yang disampaikan ke khalayak adalah berita yang sesuai dengan kejadian yang sebenarnya (fakta). Sebagaimana dalam firman Allah swt. dalam surah Al-Hujurat/49:6

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا
عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”⁶

Sejak awal kelahirannya, Tribun Timur hadir dengan edisi online melalui tribuntimur.com. inovasi terus dilakukan, sehingga pada September 2007, tribuntimur.com tidak hanya menerbitkan edisi *print (print go online)* melainkan juga edisi *real time (real time news)*. Inovasi ini menempatkan tribuntimur.com sebagai portal berita *real time* pertama di luar Jawa.

Pengunjung tribuntimur.com juga terus tumbuh. Jika pada awalnya, jumlah pengunjung rata-rata sekitar 2.000 (pengunjung unik) per hari, sekarang ini sudah melebihi 5.000 pengunjung per hari, dengan lebih 2.000 pengunjung diantaranya mengakses tribuntimur.com melalui handphone. Ini lagi-lagi menempatkan tribuntimur.com sebagai situs berita surat kabar yang paling banyak pengunjungnya di Makassar dan Indonesia Timur. Hingga pada tahun 2008 (hingga November)

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah al Qur'an dan terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2014), h. 516

tribuntimur.com dikunjungi 1,2 juta pengunjung dengan jumlah hits 30.639.569 dan jumlah halaman yang diakses 1.293.219 halaman.⁷

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana penerapan *Search Engine Optimization Friendly* oleh pengelola portal Tribun Timur Makassar untuk mendapatkan pengunjung *website*, sehingga mengangkat sebuah tema skripsi dengan judul **“Penerapan SEO (*Search Engine Optimization*) *Friendly* untuk meningkatkan minat baca pelanggan media online Tribun Timur Makassar”**.

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

Fokus penelitian dan deskripsi fokus ini sebagai jembatan peneliti untuk mendapatkan data di lapangan, yaitu:

1. Fokus Penelitian

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan keluar dari pokok masalah yang ingin diteliti, maka penulis akan memberikan batasan pembahasan. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan pada penanggung jawab TI Tribun Timur Makassar yang memahami bagaimana konsep *Search Engine Optimization Friendly* yang telah diterapkan.

2. Deskripsi Fokus

Adapun deskripsi fokus penelitian ini akan mengarah pada penjelasan-penjelasan yang berkaitan dengan judul penelitian, yaitu:

a. *Search Engine Optimization Friendly*

⁷ Tribun Timur, *Profil Tribun Timur*, Blog Tribun Timur (2009), (<http://blogtribuntimur.blogspot.com/2009/11/prfil-tribun-timur.html?=1>) (diakses 13 Maret 2019).

Pengguna internet lebih cenderung menggunakan *Search Engine* untuk menemukan informasi yang diinginkan. *Search Engine Optimization Friendly* adalah teknik pemasaran *online* yang dilakukan oleh suatu *website*, dengan cara mengoptimalkan mesin pencari secara ramah. Tujuannya adalah mendapatkan posisi teratas pada *search engine result page*. Berada di posisi teratas pada *search engine result page* memiliki peluang besar untuk mendapatkan pengunjung.

b. Minat Baca

Minat berarti perhatian, kesukaan, kecenderungan hati. Sedangkan menurut minat menentukan kegiatan dan frekuensi membaca, mendorong pembaca untuk memilih jenis bacaan yang dibaca, menentukan tingkat partisipasi di kelas dalam mengerjakan tugas, bertanya-jawab, dan kesanggupan membaca di luar kelas.

Baca atau membaca adalah melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis (dengan menulis atau hanya dengan hati), mengeja atau melafalkan apa yang tertulis, mengucapkan, mengetahui, meramalkan, menduga dan memperhitungkan.

c. Media *Online*

Media *online* merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”.

Internet singkatan dari (*interconnection-networking*) secara harfiah artinya jaringan antar koneksi. Internet dipahami sebagai sistem jaringan komputer yang saling terhubung. Berkat jaringan itulah yang ada disebuah komputer dapat diakses oranglain melalui komputer lainnya. Internet “menghasilkan” sebuah media, dikenal dengan “media *online*”. Utamanya *website*.

d. Tribun Timur Makassar

Tribun Timur Makassar merupakan salah satu koran daerah Kompas Gramedia yang dikelola PT Indopersda Primamedia (Persda Network), Divisi Koran Daerah Kompas Gramedia. Untuk menerbitkan Tribun Timur, Kompas Gramedia bekerja sama dengan Bosowa Group. Koran ini merupakan generasi baru Koran daerah Kompas setelah generasi pertama Tribun lahir di Kalimantan Timur (Tribun Kaltim) dan Kemudian Tribun Timur.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok permasalahan adalah: “Bagaimana Penerapan *Search Engine Optimization Friendly* untuk Meningkatkan Minat Baca Pelanggan Media *Online* Tribun Timur Makassar?”

Dari pokok permasalahan tersebut, maka penulis mengemukakan beberapa sub permasalahan agar lebih memfokuskan dalam penelitian di lapangan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana teknik penerapan *SEO Friendly* untuk meningkatkan minat baca pelanggan media *online* Tribun Timur Makassar?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan *SEO Friendly* untuk meningkatkan minat baca pelanggan media *online* Tribun Timur Makassar?

D. Kajian Pustaka/ Penelitian Terdahulu

Untuk memudahkan peneliti, maka dalam penelitian karya ilmiah ini peneliti mengambil bahan penunjang dan perbandingan dari hasil penelitian yang sejalan dengan topik penelitian yang diangkat peneliti.

1. “Strategi Pemberitaan Portal Berita Tribun-Timur.com Dalam Menyajikan Berita Kepada Khalayak”, oleh Satria Sakti, mahasiswa jurusan Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang meneliti pada tahun 2014. Fokus permasalahan yang diajukan adalah mengetahui strategi portal berita Tribun-Timur.com dalam menyajikan informasi kepada publik yang meliputi dua hal, yang pertama mengetahui pengelolaan *website* berita Tribun-Timur.com. kedua mengetahui teknik peliputan dan penyajian berita. Hasil penelitian menunjukkan pemberitaan pada portal berita Tribun-Timur.com cukup kredibel. Pengelolaan *website* berita yang profesional, teknik peliputan dan penyajian berita portal memiliki gaya tersendiri dengan menentukan akurasi, kecepatan pemberitaan, dan *responsive* oleh Tribun-Timur.com relatif terpenuhi.
2. “Strategi Media *Online* Melalui *Search Engine Optimization* Dalam Menyajikan Informasi (Studi Kasus Pada Portal Tribun Timur)”, oleh Iin Apriyanti, mahasiswi jurusan Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang meneliti pada tahun 2015. Fokus permasalahan yang diajukan berfokus pada *publicist* (pengelola) yang menggunakan *Search Engine Optimization* pada pengelolaan media *online*, dengan penyajian informasi yang berdasarkan konsep berita jurnalistik *online*, prinsip dan karakteristik jurnalistik *online* serta faktor kredibilitas media *online*. Hasil penelitian membuktikan bahwa portal Tribun Timur mendapatkan jumlah pengunjung tertinggi karena strategi *Search Engine Optimization* yang telah diterapkan, berhasil menempatkan portal Tribun Timur di posisi teratas, tidak hanya strategi *Search Engine Optimization* yang menjadi faktor kesuksesan portal Tribun Timur, tetapi juga upaya pengelola yang menyajikan informasi dengan konsep berita yaitu cepat, menarik, benar, dan

penting. Prinsip portal Tribun Timur dan karakteristik portal Tribun Timur, telah sesuai kaidah jurnalistik *online* serta unsur-unsur kredibilitas portal Tribun Timur yang tinggi meski menyajikan informasi secara singkat.

3. Jurnal "Penerapan *Teknik SEO (Search Engine Optimization)* Pada *Website* dalam Strategi Pemasaran Melalui Internet", oleh Rony Baskoro Lukito, Cahya Lukito, Deddy Arifin, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komputer, Universitas Bina Nusantara Jakarta yang meneliti pada tahun 2014. Fokus penelitian ini yaitu pada situs internet yang dijadikan sebagai media pemasaran harus dibangun dengan kaidah-kaidah yang benar, sehingga situs internet tersebut menjadi media pemasaran yang optimal. Salah satu kaidah-kaidah yang baik dalam membangun situs internet sebagai media pemasaran adalah bagaimana isi dari situs internet tersebut terindex dengan baik di mesin pencari seperti *google*. Optimasi pada index mesin pencari akan difokuskan pada mesin pencari *google* karena 83% pengguna internet di seluruh dunia menggunakan *google* sebagai mesin pencari. Optimasi pada mesin pencari yang lebih dikenal sebagai *SEO (Search Engine Optimization)* merupakan kaidah penting agar situs internet lebih mudah dicari pengguna dengan kata kunci yang diinginkan.

Tabel.1.1 Perbandingan Hasil Penelitian yang Relevan

Nama peneliti/Jurusan	Perbedaan Penelitian		Persamaan Penelitian
	Penelitian Terdahulu	Penelitian Peneliti	
Satria Sakti, mahasiswa jurusan Jurnalistik Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar	Fokus penelitian yang diajukan adalah mengetahui strategi portal berita Tribun-Timur.com dalam menyajikan informasi kepada publik yang meliputi dua hal, pertama mengetahui	Fokus penelitian yang diajukan adalah mengetahui bagaimana penerapan <i>SEO (Search Engine optimization)</i>	Objek penelitian yang berfokus pada media online Tribun Timur Makassar

	pengelolaan website berita. Kedua mengetahui teknik peliputan dan penyajian berita.		
lin Apriyanti, mahasiswi jurusan Jurnalistik Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar	Penelitian berfokus pada publicist (pengelola) yang menggunakan <i>Search Engine Optimization</i> pada media <i>online</i> , prinsip dan karakteristik jurnalistik <i>online</i> serta faktor kredibilitas media <i>online</i> .	Penelitian berfokus pada bagaimana penerapan <i>Search Engine Optimization</i> pada media <i>online</i>	Berfokus pada penggunaan <i>Search Engine Optimization</i> pada media <i>online</i>
Rony Baskoro Lukito, Cahya Lukito, Deddy Arifin, mahasiswa jurusan ilmu komputer, Universitas Bina Nusantara Jakarta	Fokus penelitian ini yaitu pada situs internet yang dijadikan sebagai media pemasaran harus dibangun dengan kaidah-kaidah yang benar. Yaitu dengan melakukan pengoptimalisasian pada mesin pencari	Peneliti berfokus pada penerapan <i>Search Engine Optimization</i> pada media <i>online</i> Tribun Timur Makassar	Menggunakan pengoptimalisasian pada mesin pencari

Berdasarkan tabel diatas, fokus masalah yang akan diteliti mempunyai relevansi dengan teori tentang tahap perkembangan media dan signifikan dengan ilmu komunikasi massa. Pendekatan teori ini dimaksudkan sebagai pijakan dasar konseptual untuk memahami fenomena media *online* dalam konteks kasus yang lebih spesifik pada Tribun Timur online. Karena itu pendekatan metode yang relevan digunakan peneliti adalah kualitatif dengan format penelitian lapangan.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki sasaran yang hendak dicapai dengan maksud untuk mencari titik temu atau jawaban yang ada relevansinya dengan permasalahan yang telah disebutkan. Tujuan dan kegunaan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui teknik penerapan *SEO Friendly* untuk meningkatkan minat baca pelanggan media *online* Tribun Timur Makassar.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan *SEO Friendly* untuk meningkatkan minat baca pelanggan media *online* Tribun Timur Makassar.

2. Kegunaan Penelitian

a. Manfaat Akademis

Menambah khasanah ilmu pengetahuan komunikasi dan penyiaran terkait penggunaan *Search Engine Optimization Friendly* pada media *online* seperti yang digunakan media *online* Tribun Timur Makassar.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi mahasiswa dan para profesional sebagai referensi pengembangan karya jurnalistik dan menjadi bahan informasi bagi para peneliti selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. *Tinjauan tentang Dakwah dan Komunikasi*

1. Pengertian Dakwah dan Komunikasi

Secara terminologis dakwah islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain masuk ke dalam *sabil* Allah swt. bukan untuk mengikuti dai atau sekelompok orang. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Abdul al Badi Shadar membagi dakwah menjadi dua tataran yaitu dakwah *fardiyah* dan dakwah *ummah*. Sementara itu Abu Zohrah menyatakan bahwa dakwah itu dapat dibagi menjadi dua hal; pelaksana dakwah perseorangan, dan organisasi. Sedangkan Ismail al-Faruqi, mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, universal, dan rasional. Dan kebebasan inilah menunjukkan bahwa dakwah itu bersifat universal [berlaku untuk semua umat dan sepanjang masa].

Pada intinya, pemahaman lebih luas dari pengertian dakwah yang telah didefinisikan oleh para ahli tersebut adalah: Pertama, ajakan ke jalan Allah swt. Kedua, dilaksanakan secara berorganisasi. Ketiga, kegiatan untuk mempengaruhi manusia agar masuk jalan Allah swt. Keempat, sasaran bisa secara *fardiyah* atau *jama'ah*.¹

¹ Wahyu Ilahi, M.A. *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2010) cet. 1, h. 14-15.

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin bahasa latin *comunis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *communico* yang artinya membagi.

Sebuah defenisi singkat dibuat oleh Harold D. Laswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

Everett M. Rogers seorang pakar sosiologi pedesaan amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa:

“komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.

Definisi-definisi yang dikemukakan diatas tentunya belum mewakili semua definisi komunikasi yang telah dibuat oleh banyak pakar, namun sedikit banyaknya kita telah dapat memperoleh gambaran seperti apa yang diungkapkan oleh Shanon dan Weafer bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.²

Ahmad Mubarak dalam buku Psikologi Dakwah mengungkapkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, dimana dai mengkomunikasikan pesan

² Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016) cet. 16, h. 20-22.

dakwah kepada mad'u, baik secara perseorangan maupun kelompok. Secara teknis dakwah adalah komunikasi da'i [komunikator] dan mad'u [komunikan]. Semua hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi berlaku juga dalam dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah, dan bagaimana mengungkapkan apa yang tersembunyi dibalik perilaku manusia dakwah sama juga dengan apa yang harus dikerjakan pada manusia komunikan.

Sebelum suatu pesan dakwah dapat dikonstruksikan untuk disampaikan kepada komunikan dengan tujuan mempengaruhi dan mengajak, disitu harus terdapat materi/pesan dakwah yang dirumuskan sesuai dengan ajaran islam. Perlu diingat juga bahwa pengertian komunikasi dakwah tidak ditekankan pada aspek tujuannya saja, tetapi juga menekankan efek yang muncul kepada komunikan sebagai akibat dari penyampaian suatu pesan. Lebih lanjut, jika ditinjau dari prosesnya, dakwah adalah komunikasi dalam arti kata bahwa dalam proses tersebut terlibat dua komponen yang terdiri dari dua manusia, yakni da'i sebagai komunikator; dan mad'u sebagai komunikan. Proses tersebut berlangsung dalam kegiatan dakwah. Yaitu proses penyampaian pesan dakwah kepada mad'u. Selain itu komunikasi dalam proses dakwah tidak hanya ditujukan untuk memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, membina hubungan sosial yang baik, tetapi tujuan yang terpenting dalam komunikasi dakwah adalah mendorong mad'u untuk bertindak melaksanakan ajaran-ajaran agama terlebih dahulu memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, dan membina hubungan baik.³

³ Wahyu Ilahi, M. A. *Komunikasi Dakwah*, h.24-25.

2. Hubungan antara Dakwah dan Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak disadari komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri, paling tidak sejak ia dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Gerak dan tangis yang pertama pada saat ia dilahirkan adalah tanda komunikasi.⁴

Dari pengertian di atas, secara singkat dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah adalah kegiatan untuk mengkomunikasikan kebenaran ilahiah (agama islam) yang diyakininya kepada pihak lain. Komunikasi ajaran itu dilakukan sebagai upaya mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertindak laku islami.

Sementara itu, komunikasi adalah aktivitas pengiriman dan penerimaan pesan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, dan berlangsung dalam sebuah konteks, dan mengharapkan adanya efek. Komunikasi juga merupakan suatu transaksi, proses simbolik yang memungkinkan setiap individu berhubungan satu sama lain dan saling mengatur lingkungannya. Ada beberapa kemungkinan yang bisa dilakukan dengan komunikasi, seperti memantapkan hubungan kemanusiaan, memperteguh sikap dan perilaku oranglain, maupun mengubah sikap dan perilaku orang lain.

Dengan demikian jelas bahwa ilmu dakwah dengan ilmu komunikasi ada hubungan dan kaitan. Dimana jika dilihat dari segi proses, dakwah tiada lain adalah komunikasi ajaran islam, dimana da'i menyampaikan pesan ajaran islam melalui lambang-lambang kepada mad'u, dan mad'u menerima pesan itu, mengolahnya dan kemudian meresponnya. Dalam prosesnya terjadi transmisi pesan oleh da'i dan interpretasi pesan oleh mad'u (objek dakwah). Proses transmisi dan interpretasi

⁴ Widjaja, A. W. *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, 2000).

tersebut tentunya mengharapkan terjadinya effect berupa perubahan kepercayaan, sikap dan tingkah-laku mad'u ke arah yang lebih baik.⁵

Sebagaimana telah disebutkan di atas bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, yaitu seorang atau sekelompok da'i mengkomunikasikan pesan kepada mad'u, perorangan, ataupun kelompok. Secara teknis, dakwah adalah komunikasi antara da'i (komunikator) dan mad'u (komunikan), dan semua orang yang terlibat dalam kegiatan dakwah adalah juga komunikan. Semua hukum yang berlaku dalam sistem komunikasi berlaku juga pada dakwah, hambatan adalah hambatan dakwah pula, dan bagaimana cara mengungkap apa yang tersembunyi dibalik perilaku manusia dakwah, sama pula dengan apa yang harus dikerjakan terhadap manusia komunikan.⁶

Dapat dikatakan bahwa proses dakwah merupakan bentuk komunikasi itu sendiri, tetapi bukan komunikasi semata. Dakwah adalah komunikasi khas, yang membedakan dengan komunikasi secara umum adalah cara dan tujuan yang akan dicapai. Tujuan dari komunikasi mengharapkan adanya partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan yang disampaikan sehingga dengan pesan-pesan tersebut terjadi perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan. Dalam dakwah demikian juga. Seorang da'i sebagai komunikator, yang diharapkan partisipasinya, dan

⁵ Dewan Dakwah Aceh. *Hubungan Ilmu Dakwah dengan Ilmu Komunikasi*, (2008), <http://dewandakwahaceh.com/hubungan-ilmu-dakwah-dengan-ilmu-komunikasi/> (diakses 18 Juni 2019)

⁶ Ahmad Mubarak. *Psikologi Dakwah "Membangun Cara Berpikir dan Merasa"*, (Malang: Madani Press, 2014), h. 28-29.

kemudian berharap agar komunikasi dapat bersikap dan berbuat sesuai isi pesan yang disampaikan.⁷

3. Media Dakwah dan Komunikasi

Kata media berasal dari bahasa latin (*median*) yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara.

Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya.

Media komunikasi dakwah banyak sekali jumlahnya mulai yang tradisional sampai yang modern misalnya kentongan, bedug, pagelaran kesenian, surat kabar, papan pengumuman, majalah, film radio dan televisi. Dari semua itu, pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetak, visual, aural, dan audiovisual. Perlu diperhatikan pula bahwa dalam arus komunikasi, dalam beberapa hal, dakwah tidak mungkin mempertahankan beberapa hal metode lama, apalagi membentengi dengan mengadopsi teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi berkembang semakin sophisticated, tidak hanya hardwarenya, tetapi juga daya jangkauan dan jelajahnya yang tidak kenal batas geografis dan kultural.⁸

Media dakwah pada zaman Rasulullah dan sahabat sangat terbatas, yakni berkisar pada dakwah qauliyah bi al-lisan dan dakwah fi'liyah bi al-uswah, ditambah dengan media penggunaan surat (rasail) yang sangat terbatas. Satu abad kemudian, dakwah menggunakan media, yaitu qashash (tukang cerita) dan muallafat (karangan

⁷ Ahmad Anas. *Paradigma Dakwah Kontemporer*, (Semarang: PT Pustaka Rizki Putra, 2002), h. 73.

⁸ Wahyu Ilahi, M. A. *Komunikasi Dakwah*, h. 104-105

tertulis) diperkenalkan. Media yang disebut terakhir ini berkembang cukup pesat dan dapat bertahan sampai saat ini. Pada abad ke-14 Hijriah, kita menyaksikan perkembangan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat. Di samping pengaruh-pengaruhnya yang negatif terhadap dakwah, tidak dapat dikesampingkan adanya pengaruh positif yang dapat mendorong lajunya dakwah. Dalam rangka inilah, dakwah dengan menggunakan media-media baru seperti surat kabar, majalah, cerpen, kaset, film, radio, televisi, stiker, lukisan, iklan, pementasan di arena pertunjukan, puisi, nyanyian, musik, dan media seni lainnya, dapat mendorong dan membantu para pelaku dakwah dalam menjalankan tugasnya.

Adapun yang dimaksud media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar. Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah.⁹

4. Komponen Da'i dan Mad'u

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok, atau bentuk organisasi atau lembaga. Lalu siapa *da'i* itu? Pada dasarnya, semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah, artinya orang yang harus menyampaikan atau dikenal sebagai komunikator dakwah itu dapat dikelompokkan menjadi¹⁰:

⁹ Irsun Fariyah. Skripsi, *Media Dakwah Pop*, Komunikasi dan Penyiaran Islam, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus), 2013, h. 28-29.

¹⁰ Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah, h. 19.

Secara umum adalah setiap muslim atau muslimah yang mukallaf (dewasa) di mana bagi mereka kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat, tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut islam, sesuai dengan perinath: “sampaikan walau satu ayat”. Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (mutakhasis) dalam bidang agama islam, yang dikenal dengan panggilan ulama. Jadi *Da'i* adalah komunikator yang menyampaikan pesan dakwahnya kepada sarana dakwah yaitu *mad'u*.

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Muhammad Abduh memebagi *mad'u* mejadi tiga golongan yaitu:

- a. *Golongan cerdas cendekawan* yang cinta kebenaran dan dapat berfikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.
- b. *Golongan awam*, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- c. *Golongan* yang berbeda dengan golongan diatas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, tak sanggup mendalami benar¹¹. Jadi *mad'u* adalah komunikan sang penerima dakwah yang disampaikan oleh *Da'i*.

5. Bentuk-bentuk Komunikasi

- a. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi intrapribadi yang artinya komunikasi yang dilakukan kepada diri sendiri. Proses komunikasi ini terjadi dimulai

¹¹ Wahyu Ilahi. *Komunikasi Dakwah*, h.20.

dari kegiatan menerima pesan/informasi, mengolah dan menyimpan, juga menghasilkan kembali.

b. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antarpribadi. Komunikasi ini juga dapat diartikan sebagai proses pertukaran makna dari orang yang saling berkomunikasi antara satu individu dengan individu dengan lainnya. Suatu komunikasi interpersonal dapat terjadi apabila memenuhi kriteria berikut: melibatkan perilaku verbal dan nonverbal, adanya umpan balik pribadi, terjadi hubungan/interaksi yang berkesinambungan, bersifat saling persuasif.

c. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok dapat diartikan sebagai tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud dan tujuan yang dikehendaki. Seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah. Komunikasi kelompok merupakan komunikasi komunikasi yang dilakukan oleh beberapa orang lain atau sekelompok orang.

d. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah komunikasi antarmanusia yang terjadi dalam hubungan organisasi. Komunikasi organisasi merupakan proses komunikasi yang berlangsung secara formal maupun nonformal dalam sebuah sistem yang disebut organisasi.

e. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh, sangat heterogen, dan menimbulkan

efek tertentu. Jadi, komunikasi massa sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.¹²

Dengan penjelasan yang lebih sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yaitu surat kabar, radio, televisi, internet, dan sebagainya. Para ahli komunikasi massa mengenal dua sisi dari kajian mengenai komunikasi massa. Satu sisi menekankan relasi antara media dan masyarakat yang lebih besar dan lembaganya. Para penganutnya tertarik pada teori yang berkaitan dengan relasi media-masyarakat terhadap cara media “dipasang” di masyarakat dan pengaruh timbal balik antara struktur sosial yang lebih besar dan media. Sisi ini dianggap sebagai sisi makro dari teori komunikasi massa. Sisi yang kedua menekankan kepada orang-orang sebagai kelompok atau individu. Sisi ini mencerminkan relasi antara media dan khalayak. Para penganut teori dalam sisi ini tertarik pada fokus relasi media-audiens dengan memberikan penekanan pengaruh kelompok dan individu dan hasil dari transaksi media. Sisi kedua ini dianggap sebagai sisi mikro dari teori komunikasi.¹³

B. Tinjauan tentang Media Digital

1. Pengertian Media Online

Media *online* (*online* media) adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs *web* (*website*) internet. Media *online* adalah media massa “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed* media) Koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (elektronik media) radio, televisi dan film/video. Media *online* merupakan

¹² Anugerah Dino. *Bentuk-bentuk Komunikasi*, Tutorial Blogku (2014) <http://www.anugerahdino.com/2014/10/bentuk-bentuk-komunikasi.html?m=1> (diakses 18 Juni 2019)

¹³ Suryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015) cet. 1, h. 144-145.

produk jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* disebut juga *cyber journalism* didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”.

Media online disebut juga *cyber media* (media cyber), internet media (media internet) dan new media (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs *web* (*website*) internet. Pedoman pemberitaan media *cyber* yang dikeluarkan dewan pers mengartikan media *cyber* sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan undang-undang pers dan standar perusahaan pers yang ditetapkan dewan pers”.¹⁴

Menurut dewan pers, media siber memiliki karakter khusus sehingga memerlukan pedoman agar pengolahannya dapat dilaksanakan secara profesional, memenuhi fungsi, hak dan kewajibannya sesuai UU pers dan kode etik jurnalistik. UU yang mengatur tentang pers, yaitu UU No. 40 Tahun 1999 tentang pers.¹⁵

Seiring dengan perkembangannya, media dan teknologi memang tak bisa dipisahkan. Teknologi dengan kemajuannya yang pesat memberikan pengaruh yang sangat besar pada perkembangan media yang ada di tengah-tengah manusia. Seperti halnya teknologi internet yang dikembangkan pada era 60-an yang hari ini pun kita bisa menikmatinya sebagai perkembangan media yang kita kenal dengan istilah media *online*.

¹⁴ Asep Syamsul M. Romli. *Jurnalistik Online “Panduan Praktis Mengelola Media Online”*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), h. 30.

¹⁵ Sedia Willing Barus. *Jurnalistik “Petunjuk Teknis Menulis Berita”*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), h. 233.

Pengertian media *online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video dan suara. Dalam pengertian umum ini, media *online* juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online.

Media *online* merupakan media baru (*new media*) dengan cara penyampaian informasi yang berbeda dengan media konvensional, media cetak dan media elektronik. Media *online* membutuhkan perangkat berbasis computer dan koneksi internet untuk mencari dan menerima informasi. Internet dengan karakternya yang tidak terbatas, menjadikan pengguna internet bebas dalam bermedia. Penggunaan istilah media *online* sering diartikan sebagai situs berita atau praktik jurnalistik secara tertulis yang dipublikasikan melalui internet. Namun, menurut Ashadi Siregar, media *online* dapat diartikan sebagai sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan *multimedia* (komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal berita, website (situs web), radio online, TV online, mail online dan lain sebagainya, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna atau konsumen memanfaatkannya.¹⁶

Media *online* kini menjadi alternatif media yang paling mudah dalam mendapatkan akses informasi atau berita. Media *online* juga memiliki keunggulan-keunggulan lain, seperti adanya fasilitas *hyperlink*, yaitu sistem koneksi antara website ke website lain. Harus diakui, penggunaan teknologi berbasis internet, termasuk kehadiran media *online* dalam satu dekade belakangan ini sangat marak. Setidaknya saat ini telah ada lebih dari 155 juta website.¹⁷

¹⁶ Agung Kurniawaan. *Transformasi Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Pembaruan, 2005), h. 20.

¹⁷ Syarifuddin Yunus. *Jurnalistik Terapan* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 32-33.

Media *online* merupakan media yang menggunakan internet, sepiantas lalu orang akan menilai media *online* merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Alasannya, media *online* menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga berhubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan.¹⁸

Media *online* adalah media massa yang dapat kita temukan di internet. Sebagai media massa, media *online* juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Internet sebagai media *online* ialah sebagai media baru, internet memiliki beberapa karakteristik, seperti media yang berbasis teknologi, berkarakteristik fleksibel, potensi interaktif, berfungsi secara privat dan publik, memiliki aturan yang rendah, dan berhubungan. Internet juga menciptakan pintu gerbang baru bagi organisasi yang dapat diakses secara global dari berbagai penjuru dunia. Karakteristik interaktif dari internet dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan jika *web* digunakan dengan benar.¹⁹

Media *online* sebagai salah satu jenis media massa tergolong memiliki pertumbuhan yang spektakuler sekalipun kehadirannya belum terlalu lama. Bahkan saat ini hampir sebagian besar mahasiswa dan pelajar mulai dan sedang menggemari media *online*, sekalipun internet tidak sepenuhnya dimanfaatkan untuk media massa, tetapi keberadaan media *online* ini sudah diperhitungkan banyak orang sebagai

¹⁸ Akbar Ali S.T. *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*, (Bandung: Penerbit M2S, 2005), h. 13.

¹⁹ Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-dasar Publik Relation-Teori & Praktik*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia), h. 101

alternatif dalam memperoleh akses informasi dan berita. Keunggulan media online adalah informasi bersifat *up to date*, *real time* dan praktis. *Up to date* karena media *online* dapat melakukan *upgrade* suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu. Hal ini terjadi karena media *online* memiliki proses penyajian informasi dan berita yang lebih mudah dan sederhana. *Real time* karena media *online* dapat langsung menyediakan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung. Praktis karena media *online* dapat diakses dimana dan kapan saja, sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet.

Tabel 2.2 Kelebihan dan Kekurangan Media Online

Kelebihan Media Online	Kekurangan Media Online
<p>Media <i>online</i> memiliki kelebihan tersendiri, informasinya lebih “personal” yang diakses oleh siapa saja. Tentu dengan syarat: ada sarannya, berupa seperangkat komputer dan jaringan internetnya. Kelebihan lain, informasi yang disebarakan dapat di-<i>update</i> setiap saat, bila perlu setiap detik. Lebih dari itu, media <i>online</i> juga melengkapi fasilitas pencarian berita dan persiapan berita yang dapat diakses dengan mudah. <i>Up to date</i>, <i>real time</i>, dan praktis.</p>	<p>Kelemahan media online yaitu untuk mengakses internet membutuhkan biaya yang besar, kurang praktis untuk mengakses media online karena harus selalu terhubung dengan internet, tidak semua masyarakat dapat mempergunakan teknologi internet (contoh: masyarakat bawah), bila terlalu lama membaca media online dapat membuat mata menjadi lebih lelah dan dapat mengalami gangguan mata.²⁰</p>

²⁰ Mulyadi Saputra, *Keunggulan dan Kekurangan Media Online*, Inspirasi Komunikasi, (2013), <http://terinspirasi.komunikasi.blogspot.com/2013/02/keunggulan-dan-kekurangan-media-online.html?m=1> (diakses 16 Maret 2019).

Media *online* memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan ter-*update* informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja, jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya juga cepat. Media *online* masuk ke dalam kategori komunikasi massa, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak luas.

2. Karakteristik Media Online

Karakteristik sekaligus keunggulan media *online* dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik *online*, antara lain:

- a. Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis dan gambar secara bersamaan.
- b. Aktualitas: berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- c. Cepat: begitu di *posting* atau di *upload*, langsung bisa di akses semua orang.
- d. *Update*: pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan. Kita belum menemukan istilah “ralat” di media *online* sebagaimana sering muncul di media cetak. Informasi pun disampaikan secara terus menerus.
- e. Kapasitas: halaman *web* bisa menampung naskah sangat panjang.
- f. Fleksibilitas: pemuatan dan *editing* naskah bisa kapan saja dan di mana saja, jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja, setiap saat.
- g. Luas: menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- h. Interaktif: dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.

- i. Terdokumentasi: informasi tersimpan di bank data (arsip) dan dapat ditemukan melalui *link*, artikel terkait dan fasilitas “cari” (*search*).
- j. *Hyperlinked*: terhubung dengan sumber lain (*link*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Sedangkan dalam buku *Online Journalism, Principles Of News For The Web*, (Holcomb Hathway Publisher, 2005), yang dikutip oleh Indah Suryawati dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Suatu Pengantar*, keunggulan jurnalistik *online* adalah sebagai berikut:

- a. *Audience Control*, jurnalistik *online* memungkinkan *audience* untuk bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin diduplikasinya.
- b. *Nonlinearity*, jurnalistik *online* memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri, sehingga *audience* tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami.
- c. *Strong and Retrieval*, jurnalistik *online* memungkinkan berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah oleh *audience*.
- d. *Unlimited Space*, jurnalistik *online* memungkinkan jumlah berita yang dipublikasikan untuk *audience* menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.
- e. *Immediacy*, jurnalistik *online* memungkinkan informasi dapat disampaikan secara langsung kepada *audience*.
- f. *Multimedia Capability*, jurnalistik *online* memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh *audience*.

g. *Interactivity*, jurnalistik *online* memungkinkan adanya peningkatan partisipasi *audience* dalam setiap berita.²¹

Ada juga karakter media *online* yang menjadi kekurangan dan kelemahannya, diantaranya:

- a. Ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet, jika tidak ada aliran listrik, baterai habis dan tidak ada koneksi internet, juga tidak ada *browser*, maka media *online* tidak bisa diakses.
- b. Bisa memiliki dan dioperasikan oleh sembarang orang. Mereka yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun dapat menjadi pemilik media *online* dengan isi berita “*copy-paste*” dari situs informasi lain.
- c. Adanya kecenderungan mata mudah lelah saat membaca informasi media *online*, khususnya naskah yang panjang.
- d. Akurasi sering terabaikan. Karena mengutamakan kecepatan, berita yang dimuat di media *online* biasanya tidak seakurat media cetak, utamanya dalam hal penulisan kata (salah tulis).²²

Dari penjelasan di atas media *online* memiliki karakteristik yang sangat khas karena pengguna internet dapat mengakses informasi di kantor, di rumah, di kamar, di warung internet (warnet), bahkan di dalam kendaraan sekalipun.

3. Pengertian *Search Engine*

Keberadaan *search engine* sangat membantu seseorang dalam melakukan pencarian sebuah alamat *website* ataupun konten-konten digital dengan cepat dan mudah seiring dengan perkembangan pemanfaatan jaringan internet sebagai media

²¹ Indah Suryawati. *Jurnalistik Suatu Pengantar*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), h. 120.

²² Asep Samsul M. Romli. *Jurnalistik Online*, h. 34.

informasi. Sangat banyak layanan *search engine* di dalam ranah dunia internet. Penggunaan *search engine* di dalam kegiatan berinternet oleh para pengguna internet sangat sering dilakukan, bahkan menjadi semacam kebutuhan utama khususnya para pengakses informasi atau berita.

Search engine adalah perangkat lunak komputer yang berupa aplikasi berbasis *web* maupun aplikasi desktop dan *mobile*, yang berfungsi untuk mencari dokumen di dalam jaringan internet berdasarkan kata kunci (*keyword*) yang diinputkan dan mengembalikan hasil dari pencarian berdasarkan inputan kata kunci (*keyword*) tersebut.²³

Saat ini terdapat beberapa perusahaan *search engine* yang menyediakan layanan pencarian dokumen di internet, diantaranya adalah Google, Yahoo, Bing, Ask, ADL.

Search Engine (mesin pencari) adalah sebuah sistem software yang didesain untuk mencari berbagai informasi yang tersimpan dalam layanan *World Wide Web* (*WWW*), *File Transfer Protocol* (*FTP*), *Mailing List*, atau *News Group* yang berada di dalam sebuah atau sejumlah *Server* dalam suatu batasan jaringan. Hasil dari pencarian akan menampilkan berbagai data informasi yang bersumber dari sebuah *Website*, *Blog*, Forum tertentu. Hasil dari pencarian sering disebut sebagai *Search Engine Result Pages* (*SERPs*).

Hasil pencarian juga memiliki variasi data yang ditampilkan, seperti bentuk tulisan, gambar, video, dan bentuk tampilan lainnya. Dari hasil pencarian yang ada akan menampilkan data sesuai dengan urutan yang telah ditentukan oleh *Algoritma*

²³ Putu Agus Eka Pratama, *Komputer dan Masyarakat* (Bandung: Informatika, 2014), h. 2112.

Search Engine. Jadi untuk dapat masuk ke urutan halaman pertama *Search Engine* tidaklah mudah. Banyak perhitungan dan tata cara yang harus dilakukan untuk dapat masuk ke halaman pertama suatu *Search Engine*. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menjalankan teknik SEO atau menggunakan jasa SEO pada *website* bisnis anda.²⁴

Dengan banyaknya pengguna internet saat ini mendorong para pemilik *website* untuk terus berkompetisi. Teknik *Search Engine Optimization* ini sangat berpengaruh penerapannya terhadap *website* yang kita punya. Jika suatu *website* berada di ranking pertama atau halaman pertama mesin pencari, maka peminat *website* tersebut akan sangat bertambah.

4. Pengertian *Search Engine Optimization*

Keberadaan *search engine* sangat membantu seseorang dalam melakukan pencarian sebuah alamat *website* ataupun konten-konten digital dengan cepat dan mudah seiring dengan perkembangan pemanfaatan jaringan internet sebagai media informasi. Sangat banyak layanan *search engine* di dalam ranah dunia internet. Penggunaan *search engine* di dalam kegiatan berinternet oleh para pengguna internet sangat sering dilakukan, bahkan menjadi semacam kebutuhan utama khususnya para pengakses informasi atau berita.

Search engine adalah perangkat lunak komputer yang berupa aplikasi berbasis *web* maupun aplikasi desktop dan *mobile*, yang berfungsi untuk mencari dokumen di dalam jaringan internet berdasarkan kata kunci (*keyword*) yang diinputkan dan

²⁴ SEO Gereggi. *Pengertian Search Engine (Mesin Pencari)*, SEOGereggi.cpm (2015), <http://www.seogereggi.com/2015/03/pengertian-search-engine-mesin-pencari.html?m=1> (diakses 10 Maret 2019).

mengembalikan hasil dari pencarian berdasarkan inputan kata kunci (*keyword*) tersebut.²⁵

Saat ini terdapat beberapa perusahaan *search engine* yang menyediakan layanan pencarian dokumen di internet, diantaranya adalah Google, Yahoo, Bing, Ask, ADL.

Search Engine (mesin pencari) adalah sebuah sistem software yang didesain untuk mencari berbagai informasi yang tersimpan dalam layanan *World Wide Web* (*WWW*), *File Transfer Protocol* (*FTP*), *Mailing List*, atau *News Group* yang berada di dalam sebuah atau sejumlah *Server* dalam suatu batasan jaringan. Hasil dari pencarian akan menampilkan berbagai data informasi yang bersumber dari sebuah *Website*, *Blog*, Forum tertentu. Hasil dari pencarian sering disebut sebagai *Search Engine Result Pages* (*SERPs*).

Hasil pencarian juga memiliki variasi data yang ditampilkan, seperti bentuk tulisan, gambar, video, dan bentuk tampilan lainnya. Dari hasil pencarian yang ada akan menampilkan data sesuai dengan urutan yang telah ditentukan oleh *Algoritma Search Engine*. Jadi untuk dapat masuk ke urutan halaman pertama *Search Engine* tidaklah mudah. Banyak perhitungan dan tata cara yang harus dilakukan untuk dapat masuk ke halaman pertama suatu *Search Engine*. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menjalankan teknik SEO atau menggunakan jasa SEO pada *website* bisnis anda.²⁶

²⁵ Putu Agus Eka Pratama, *Komputer dan Masyarakat* (Bandung Informatika, 2014), h. 212.

²⁶ SEO Gereggi. *Pengertian Search Engine (Mesin Pencari)*, SEOGereggi.com (2015), <http://www.seogereggi.com/2015/03/pengertian-search-engine-mesin-pencari.html?m=1> (diakses 10 Maret 2019).

Dengan banyaknya pengguna internet saat ini mendorong para pemilik *website* untuk terus berkompetisi. Teknik *Search Engine Optimization* ini sangat berpengaruh penerapannya terhadap *website* yang kita punya. Jika suatu *website* berada di ranking pertama atau halaman pertama mesin pencari, maka peminat *website* tersebut akan sangat bertambah.

Search Engine Optimization yaitu serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan volume dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari menuju situs *website* tertentu dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari yang disebut *Page Rank*. Berdasarkan prinsip kerja *Page Rank* secara umum bisa dikatakan bahwa halaman *website* yang memperoleh peringkat tinggi adalah halaman *website* yang mendapatkan *link* dari halaman *website* lain.

Salah satu dari sekian banyak indikasi kesuksesan dari sebuah *website* adalah trafik pengunjung. Agar *website* yang dibuat lebih mudah ditemukan melalui *Search Engine*, perlu diterapkan teknik *Search Engine Optimization*. Tujuan dari *Search Engine Optimization* adalah menempatkan sebuah situs *website* posisi teratas hasil pencarian berdasarkan kata kunci tertentu yang ditargetkan. Situs *website* yang menempati posisi teratas pada hasil mesin pencari memiliki peluang lebih besar untuk mendatangkan pengunjung.²⁷

Dalam prakteknya, penerapan *SEO Friendly* bagi suatu *website* tidaklah mudah. Ada banyak variabel dan faktor penting yang harus diperhatikan di dalamnya.

²⁷ Nova Tri Cahyono, Joko Triyono, Suwanto Rahajo. Skripsi, *Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Blog (Studi Kasus: Nova13.com)*, Teknik Informatika; (Institut Sains & Teknologi AKPRIND), 2013, h. 3.

Dari sekian banyaknya variabel dan faktor tersebut, ada 4 point yang sebaiknya dipersiapkan di awal, yaitu:

a. Struktur *website*

Struktur *website* diajukan untuk robot mesin pencari. Supaya lebih mudah, kita ambil google sebagai contoh. Sebagai mesin pencari terpopuler saat ini, google pastinya punya standar tersendiri dalam memprioritaskan *website* mana yang diletakkan diposisi teratas hasil pencariannya. Menurut para pakar *SEO*, struktur *website* ini merupakan salah satu variabel yang digunakan oleh google untuk meranking suatu *website*.

b. Kenyamanan pengunjung

Website yang dibuat juga harus memperhatikan kenyamanan pengunjung. Dari mulai *desain* (tampilan), kecepatan *loading* ketika diakses, hingga konten berkualitas yang dipublikasikan disuatu *website*. Intinya *website* yang baik (versi google) adalah *website* yang dibuat untuk mesin pencari dan juga manusia. Cara mudahnya posisikan diri anda sebagai pengunjung, dan lakukan penilaian suau *website* dari sudut pandang pengunjung.

c. Mempublikasikan konten *SEO Friendly* secara rutin

Konten bisa berbentuk video, audio, dan artikel. Atau bisa juga merupakan kombinasi dari ketiganya. Pemilik *website* sebaiknya fokus mempublikasikan konten secara rutin. Untuk kuantitasnya terserah, asalkan rentan waktu publikasi konten yang satu dan berikutnya tidak terlalu lama.

d. Mempromosikan konten secara optimal

Setelah mempublikasikan konten, langkah berikutnya adalah mempromosikan konten tersebut. Caranya bisa di media sosial, forum, komunitas, atau berkomentar di *website* yang topiknya relevan.²⁸

Malaga RA mengkonsep *Search Engine Optimization* ke dalam tiga tahap pendekatan yaitu *indexing*, *on-page optimization*, dan *backlinks* yaitu:

- a. *Indexing*, merupakan proses untuk membuat sebuah situs ditambahkan ke dalam *search engine*.
- b. *On-page optimization* adalah proses melakukan perubahan di halaman *website* agar halaman tersebut menjadi relevan pada mesin pencari dengan kata kunci yang dicari oleh pengguna di internet. Elemen-elemen dari visibilitas *website* yang bisa dimanipulasi langsung oleh pengembang *website* seperti penggunaan *meta tags*, *title*, dan optimasi *keywords* di dalam konten. *Meta tags* atau *meta description* menjelaskan secara singkat mengenai *website*, penyusunan *meta description* yang baik, jika nama domain berada di awal kalimat. Penggunaan *title* yang optimal dapat membantu performa *search engine optimization*. Optimasi *keyword* berisi tentang kata kunci yang akan dikaitkan dalam tema *website*.

²⁸ Folder SEO. *Apa Itu SEO Friendly dan Bagaimana Cara Penerapannya*, (2017) <http://www.google.co.id/amp/s/www.foldersei.com/apa-itu-seo-friendly/amp/> (diakses 1 Januari 2019).

- c. *Backlink* adalah *link* apapun yang diterima oleh sebuah halaman *web*, direktori, situs *web* atau domain tingkat atas dari *web* lain, jumlah dan kualitas *backlink* adalah salah satu indikasi popularitas *website* atau halaman.

C. Tinjauan tentang Minat Baca

1. Pengertian Minat

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata minat memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.²⁹ Hal ini menjadi sebuah landasan penting untuk mencapai keberhasilan sesuatu karena dengan adanya minat, seseorang menjadi termotivasi tertarik untuk melakukan sesuatu.

Minat ditandai dengan rasa suka dan terkait pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Artinya, harus ada kerelaan dari seseorang untuk melakukan sesuatu yang disukai. Dengan demikian, timbulnya minat terjadi karena adanya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar dirinya. Semakin kuat atau semakin besar hubungan tersebut maka semakin dekat minat seseorang.

Adanya minat dalam diri seseorang juga dapat diungkapkan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang cenderung lebih menyukai sesuatu hal dari pada yang lain. Minat dapat pula diungkapkan dalam suatu aktivitas tertentu. Seseorang yang memiliki minat terhadap sesuatu akan memberikan perhatian lebih besar terhadap benda tersebut. Misalnya mengoreksi beberapa benda yang memiliki arti tertentu bagi dirinya seperti peranko, boneka, poster dan lain sebagainya.

²⁹ Depdiknas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001)

Seseorang yang menyukai suatu aktivitas, biasanya akan termotivasi dan mau melakukan aktivitas tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat menjadi kekuatan tersendiri untuk melakukan suatu hal. Menurut Noeng Muhajir, minat adalah kecenderungan afektif (perasaan, emosi) seseorang untuk membentuk aktifitas. Dari sini dapat dilihat bahwa minat itu melibatkan kondisi psikis (kejiwaan) seseorang. Senada dengan hal ini, Crow menjelaskan bahwa minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada orang lain atau objek lain. Sementara itu Harlock, mengutarakan pendapat yang sama yaitu bahwa minat merupakan sumber motivasi sama, yaitu bahwa minat merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.³⁰ Minat merupakan rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.³¹

Menurut Hurlock, mengartikan minat sebagai sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang pada apa yang akan mereka lakukan bila diberi kebebasan untuk memilihnya. Bila mereka melihat sesuatu itu mempunyai arti bagi dirinya, maka mereka akan tertarik terhadap sesuatu itu yang pada akhirnya nanti akan menimbulkan kepuasan bagi dirinya.

Menurut Chaplin, menyebutkan bahwa *interest* atau minat dapat diartikan sebagai:

- a. Suatu sikap yang berlangsung terus menerus yang memberi pola pada perhatian seseorang sehingga membuat dirinya selektif terhadap objek minatnya.

³⁰ Dwi Sunar Prasetyo. *Rahasia Mengajarkan Gemar Membaca pada Anak Sejak Dini*, (Yogyakarta: Think 2008), h. 54.

³¹ Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 180.

- b. Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu.
- c. Satu keadaan atau satu set motivasi yang menuntut tingkah laku menuju satu arah tertentu.³²

Dari berbagai pendapat di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan minat adalah suatu rasa yang lebih suka atau rasa ketertarikan pada suatu kegiatan yang ditunjukkan dengan keinginan, kecenderungan untuk memperhatikan kegiatan tersebut tanpa ada seorang pun yang menyuruh, dilakukan dengan kesadaran diri sendiri dan diikuti dengan perasaan yang senang. Minat merupakan sumber motivasi seseorang, sehingga minat itu besar pengaruhnya terhadap kegiatan yang dilakukan seseorang. Bahkan kegiatan yang menarik minat siswa akan dilakukannya dengan senang hati.

2. Pengertian Membaca

Dalam mencari informasi dan memperluas cakrawala pengetahuan, membaca mempunyai arti penting. Dalam studi ilmu pengetahuan, hampir semuanya diperoleh dengan membaca. Apabila seorang bisa membaca dia akan dapat mengenal kata-kata, gambar-gambar, mengetahui, mengerti dan menghayati ide yang dikemukakan oleh pengarang yang terdapat dalam suatu bacaan. Membaca adalah proses untuk memperoleh pengertian dari kombinasi beberapa huruf dan kata.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, membaca adalah melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis. Membaca merupakan suatu proses yang dilakukan serta dipergunakan oleh pembaca untuk memperoleh pesan yang hendak

³² Hermanto. *Konsep Minat*, <http://kasturi82.blogspot.com/2011/12/konsep-minat.html>. 2011 (diakses 12 Maret 2019).

disampaikan penulis melalui media kata-kata/bahasa tulis. Dengan kata lain, membaca adalah memetik serta memahami arti atau makna yang terkandung di dalam bahan tulis.

Menurut Nurhadi, ada 4 modal yang harus dimiliki oleh seseorang untuk memperlancar proses membacanya, antara lain: "pengetahuan dan pengalaman, kemampuan berbahasa, (kebahasaan), pengetahuan tentang teknik membaca dan tujuan membaca". Membaca adalah sebuah proses yang kompleks dan rumit. Kompleks artinya dalam proses membaca terlibat berbagai faktor internal dan faktor eksternal membaca. Factor internal meliputi intelegensi (IQ), minat, bakat, motivasi dan tujuan membaca. Sedangkan factor eksternal meliputi sarana membaca, teks bacaan, faktor lingkungan atau faktor latar belakang sosial ekonomi, kebiasaan dan tradisi membaca. Rumit artinya factor eksternal dan internal saling berhubungan membentuk koordinasi yang rumit untuk menunjang pemahaman bacaan.

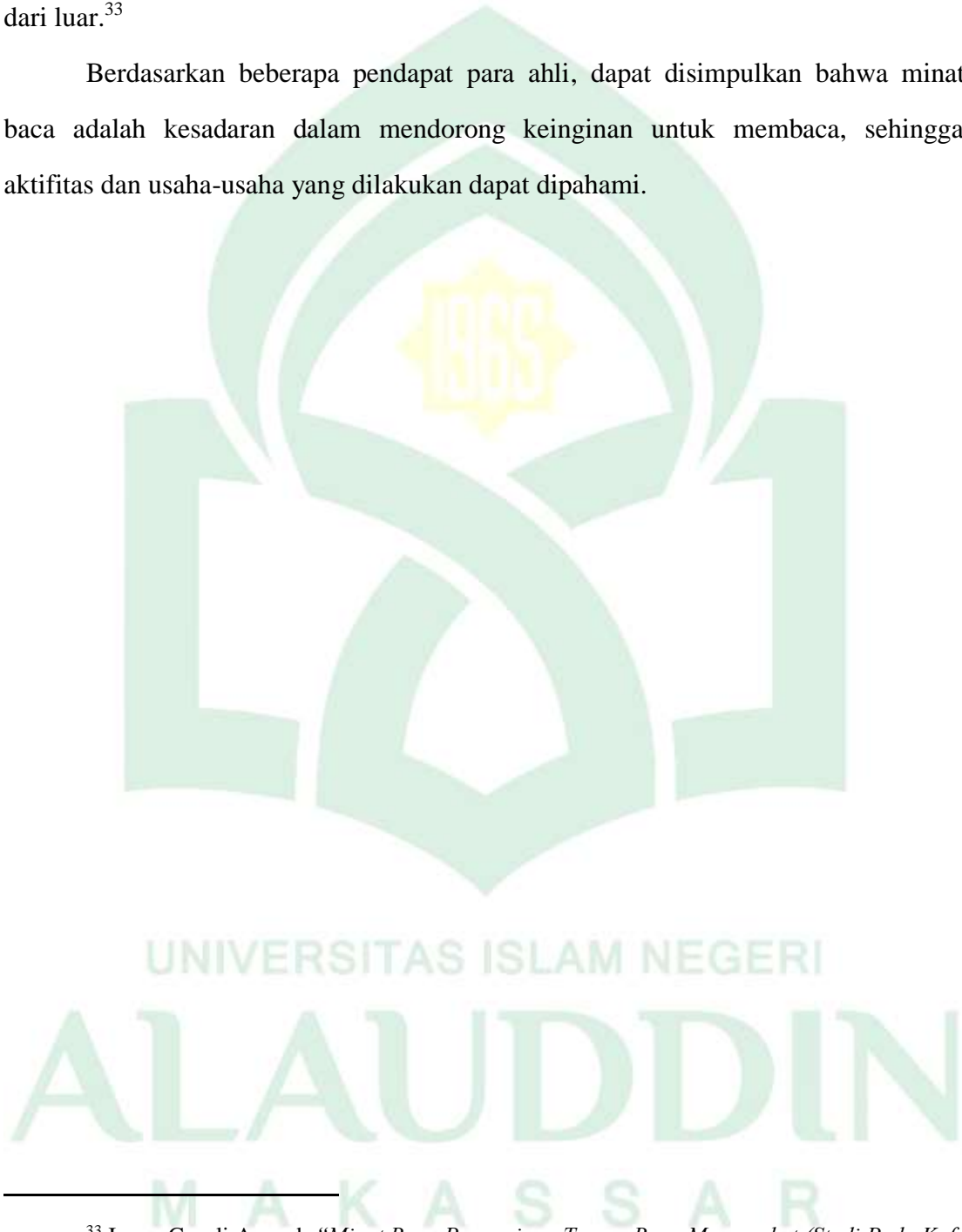
3. Pengertian Minat Baca

Minat baca bukanlah sesuatu yang lahir begitu saja pada diri seseorang. Akan tetapi minat baca harus dipupuk dan dibina sejak usia dini. Minat baca merupakan suatu kesadaran yang kuat guna memiliki kemampuan membaca dengan tingkat konsentrasi tertentu guna memahami inti permasalahan dari apa yang dibaca.

Farida Rahim, mengemukakan bahwa minat baca ialah keinginan yang kuat disertai dengan usaha-usaha seseorang untuk membaca. Orang yang mempunyai minat membaca yang kuat akan diwujudkan dalam kesediaannya untuk mendapat

bahan bacaan dan kemudian membacanya atas kesadarannya sendiri atau dorongan dari luar.³³

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa minat baca adalah kesadaran dalam mendorong keinginan untuk membaca, sehingga aktifitas dan usaha-usaha yang dilakukan dapat dipahami.



³³ Imam Gazali Arsyad. *“Minat Baca Pengunjung Taman Baca Masyarakat (Studi Pada Kafe Baca BPPAUD & DIKMAS Sulawesi Selatan)”*, Skripsi (Makassar Fak. Ilmu Pendidikan UNM, 2016), h. 14-15

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah suatu cara untuk bertindak menurut sistem aturan atau tatanan yang bertujuan agar kegiatan praktis terlaksana secara rasional dan terarah sehingga dapat mencapai hasil yang optimal.

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan kajian analisis deskriptif yaitu menggambarkan karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi, atau kelompok tertentu.¹ Penggunaan studi kasus deskriptif dalam penelitian ini bermaksud agar dapat mengungkap atau memperoleh informasi dari data penelitian secara menyeluruh dan mendalam.²

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistis atau cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti dengan rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. Defenisi ini lebih melihat perspektif emik dalam penelitiannya itu memandang suatu upaya membangun pandangan subjek penelitian yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistic dan rumit.

Menurut Jane Richie, penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi

¹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Publik Relation dan Komunikasi*, Edisi I (Cet IV, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 12.

² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006), h. 35.

dan persoalan tentang manusia yang meneliti.³ Peneliti tidak menggunakan angka dalam memberikan penafsiran terhadap hasil penelitian. Peneliti mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai penerapan *SEO Friendly* untuk meningkatkan minat baca pelanggan media *online* TribunTimur Makassar.

Penelitian ini akan dilaksanakan di salah satu harian surat kabar di Makassar, Sulawesi Selatan yaitu Harian Tribun Timur, tepatnya di Jl. Cendrawasih No. 430 Makassar.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan dakwah dan komunikasi, yaitu lebih mengarah pada komunikasi di media *online* untuk melihat penerapan *Search Engine Optimization Friendly* dalam meningkatkan popularitas pada halaman mesin pencari yang juga dapat meningkatkan minat baca para pelanggan media *online* TribunTimur Makassar.

C. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan ada dua yakni:

1. Sumber Data Primer

Sumber Data Primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan.⁴ Diperoleh secara langsung dengan melakukan wawancara kepada beberapa informan yang terlibat secara langsung di redaksi. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan yaitu penanggung jawab media sosial, penanggung jawab TI, sekretaris redaksi sekaligus *champion team*

³ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet 31: Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h. 6.

⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (cet. III: Jakarta Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 41.

redaksi, dan news manager Tribun Timur agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui telaah pustaka, dokumen, buku, dan arsip yang berkaitan dengan pokok masalah penelitian. Sumber data sekunder merupakan data pelengkap atau data tambahan yang melengkapi data yang sudah ada sebelumnya agar dapat membuat pembaca semakin paham akan maksud penulis, seperti sumber referensi dari buku-buku atau situs internet yang terkait dengan judul skripsi.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Ada beberapa teknik atau metode pengumpulan data yang biasa dilakukan oleh peneliti. Ada tiga teknik pengumpulan data yang sering digunakan peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif terbagi dua yakni pertama, wawancara mendalam yang dilakukan dalam konteks observasi partisipasi. Wawancara mendalam adalah tanya jawab yang terbuka untuk memperoleh data tentang maksud hari partisipan, bagaimana menggambarkan dunia mereka dan bagaimana mereka menjelaskan atau menyatakan perasaannya tentang kejadian-kejadian penting dalam hidupnya.⁵ Kedua, wawancara bertahap yakni wawancara yang mana peneliti

⁵ Djam'an Satori dan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (cet. 6: Bandung; Alfabeta, 2014), h. 130.

melakukannya dengan sengaja datang berdasarkan jadwal yang ditetapkan sendiri untuk melakukan wawancara dengan informan dan peneliti tidak sedang observasi partisipasi, ia bisa tidak terlibat intensif dalam kehidupan sosial informan, tetapi dalam kurun waktu tertentu, peneliti bisa datang berkali-kali untuk melakukan wawancara.⁶ Dari penjelasan tersebut, wawancara yang dilakukan peneliti yakni dengan wawancara mendalam.

Wawancara dalam penelitian kualitatif sifatnya mendalam yaitu suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan 4 orang narasumber.

2. Observasi

Observasi ialah metode atau cara-cara yang menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.⁷

Penggunaan metode observasi dalam penelitian di atas pertimbangan bahwa data yang dikumpulkan secara efektif bila dilakukan secara langsung mengamati objek yang diteliti. Teknik ini penulis gunakan untuk mengetahui kenyataan yang ada dilapangan. Alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati, mencatat, menganalisa secara sistematis terhadap penerapan media *online* melalui *Search Engine Optimization*. Kemudian juga faktor penghambat dan pendukung dalam menerapkan *Search Engine Optimization* pada media *online* Tribun Timur Makassar.

⁶ Djam'an Satori dan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (cet. 6: Bandung; Alfabeta, 2014), h. 131.

⁷ Bara, *Observasi, Wawancara, Kuisisioner, Teknik Sample*, Blog Indah (2011) <http://babylucuna.blogspot.com/2011/03/observasi-wawancara-kuisisioner-teknik.html?m=1> (diakses 10 Maret 2019).

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen atau barang-barang tertulis. Dengan teknik dokumentasi ini, peneliti dapat memperoleh informasi bukan dari orang sebagai narasumber, tetapi mereka yang memperoleh informasi dari berbagai sumber tertulis atau dari dokumen yang ada pada informan dalam bentuk dokumen resmi seperti surat keputusan dan file-file dalam redaksi yang sifatnya resmi dan juga fotografi.⁸ Menurut peneliti foto dapat dijadikan sebagai bahan pelengkap penelitian karena foto dapat menggambarkan situasi yang sebenarnya dan menambah nilai artistik laporan penelitian sehingga mengundang minat pembaca untuk memahami lebih jauh mengenai temuan-temuan yang dihasilkan dari penelitian.

E. Instrumen Penelitian

Salah satu faktor penunjang keberhasilan dalam sebuah penelitian adalah instrumen atau alat yang digunakan. Dalam pengumpulan data dibutuhkan beberapa alat untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Penulis akan menggunakan beberapa instrumen yaitu mencatat hasil observasi dan wawancara, pedoman wawancara dan telah kepustakaan seperti buku, foto, dokumen, serta alat penunjang seperti kamera, perekam suara, dan buku catatan.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data dalam sebuah penelitian sangat dibutuhkan bahkan merupakan bagian yang sangat menentukan dari beberapa langkah penelitian sebelumnya. Dalam penelitian kualitatif, analisis data harus seiring dengan

⁸ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (cet. 6:Bandung; Alfabeta, 2014), h. 155.

pengumpulan fakta-fakta di lapangan, dengan demikian analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian.

Data yang diperoleh dan digunakan dalam pembahasan penelitian ini bersifat kualitatif. Data kualitatif adalah data yang bersifat abstrak atau tidak terukur seperti ingin menjelaskan, tingkat nilai kepercayaan terhadap rupiah menurun. Oleh karena itu, dalam data tersebut penulis menggunakan metode pengolahan data yang sifatnya kualitatif, sehingga dalam mengolah data penulis menggunakan teknik analisis sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data yang dimaksud disini ialah proses pemulihan, pemusatan perhatian untuk menyederhanakan, mengabstrakkan dan transformasi data “kasar” yang bersumber dari catatan tertulis di lapangan.⁹ Reduksi data ini diharapkan untuk menyederhanakan data yang telah diperoleh agar memberikan kemudahan dalam menyimpulkan hasil penelitian. Dengan kata lain seluruh hasil penelitian dari lapangan yang telah dikumpulkan kembali dipilih untuk menentukan data mana yang tepat untuk digunakan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data yang telah diperoleh dari lapangan terkait dengan seluruh permasalahan penelitian dipilah antara mana dibutuhkan dengan yang tidak, lalu dikelompokkan kemudian diberikan batasan masalah.¹⁰ Dari penyajian data tersebut, maka diharapkan dapat memberikan kejelasan, mana data yang substantif dan mana yang data pendukung.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, h. 247.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, h. 249.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verivication*)

Langkah selanjutnya dalam menganalisis data kualitatif menurut Miles and Hubermen sebagaimana ditulis Sugiyono adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, setiap kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.¹¹

Setelah penulis memperoleh data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data. Pengolahan data hasil observasi dilakukan dengan mengumpulkan dan mencatat hasil dari apa yang diamati di lapangan. Pengolahan data dari hasil wawancara dilakukan dengan cara peneliti mendengarkan ulang rekaman wawancara lalu ditulis kembali. Sedangkan pengolahan data dari hasil dokumentasi dilakukan dengan melihat *penerapan Search Engine Optimization* terhadap peningkatan minat baca media *online* Tribun Timur Makassar. Setelah itu, penulis akan menganalisis dan menyimpulkan pembahasan dalam penelitian ini.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, h. 253.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. *Gambaran Umum Media Online Tribun Timur*

1. Sejarah Singkat Media Online Tribun Timur

Tanggal 9 Februari 2004, setelah lama ditunggu-tunggu, *Tribun Timur* terbit untuk pertama kalinya di Sulawesi Selatan. Tanggal 9 Februari 2007, kami merayakan secara sederhana acara ulang tahun yang ketiga. *Tribun Timur* adalah satu dari sembilan kelompok koran daerah yang dikelola PT Indopersda Primamedia, divisi koran daerah Kelompok Kompas Gramedia (KKG). Di Makassar, KKG bekerja sama dengan Bosowa Group untuk mendirikan *Tribun Timur*. Sebelum terbit, muncul keraguan, bagaimana bisa bertahan untuk sekadar hidup di “kandang macan”. Di sini, sebelum kami datang, ada koran yang sudah terbit hampir tiga dekade dengan merek yang begitu kuat. Dengan produk yang begitu beragam. Tiga tahun kemudian, semua keraguan itu terjawab. *Tribun*, yang hadir dengan konsep liputan dan gaya penyajian yang khas, ternyata mampu melakukan penetrasi pasar dengan cepat. Lebih cepat dari yang kami perkirakan. *Tribun* mampu hidup, bahkan berkembang sangat baik, justru di “kandang macan”. Menurut survei terpercaya pada tujuh kuartal berturut-turut sejak 2005 sampai kuartal ketiga 2006 menunjukkan, *readership Tribun* tumbuh 180 persen, angka yang jarang dicapai koran-koran lain di Indonesia.¹

Sebelum kami datang ke Makassar, kami melihat tumbuhnya suatu kelompok masyarakat yang jumlahnya sangat besar. Kelompok masyarakat itu diberi nama *civil society* oleh para ahli sosiologi. Kalangan bisnis menyebutnya kaum professional.

¹ Jumadi Mappanganro (News Manager Tribun Timur), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 10 Juni 2019.

Ciri utama kelompok ini adalah *well educated*, memiliki daya beli tinggi, memiliki *skill* yang tinggi, gaya hidupnya metropolis, tinggal di kota . Sebagian dari mereka membangun keluarga muda. Keluarga-keluarga muda itu tumbuh karena keberhasilan melakukan mobilisasi vertikal dengan bekal pendidikan yang baik. Mereka bergerak di sektor modern. Tentu saja, kelompok masyarakat baru ini tidak bisa lagi dilayani dengan cara-cara kerja jurnalisme jaman dulu. Kaum profesional menikmati isi berita yang berbeda, juga mengharapkan cara penyajian yang berbeda. Mereka juga ingin diakui, didengar suaranya secara politik, karena merekalah pembayar pajak yang tinggi. Dengan pajak yang mereka bayar, politisi dan pejabat pemerintah menikmati gaji. Karena itu, *civil society* membutuhkan pemerintah untuk mengelola masyarakat dengan baik. Itulah yang kami sebut sebagai *public services*. Kami membuka satu halaman *public services*. Inilah salah satu rubrik paling sukses di *Tribun*. Lebih 100 SMS setiap hari masuk ke nomor *hotline* kami. Semuanya berkaitan dengan tema-tema yang akrab dengan masyarakat profesional: selular, *health*, perbankan, pelayanan listrik, telepon, air bersih, dan seterusnya.

Pendekatan ini ternyata mampu mendorong *Tribun* untuk melewati tahap-tahapan paling krusial dari perkembangan surat kabar dengan mulus dan cepat: dari mula-mula diminati pembaca, dibeli secara eceran, lalu berlangganan. Lebih dari 60 persen pembaca *Tribun* saat ini adalah pelanggan. Mereka itu adalah keluarga metropolis dengan ciri yang kuat sebagai *civil society* atau kaum profesional. Dengan melayani masyarakat kaum profesional, *Tribun* mendorong Kota Makassar tumbuh menjadi kota modern. Karena, kami yakini, demikian itulah harapan kaum profesional dan keluarga metropolis. Mereka menginginkan kota yang nyaman, aman, lengkap dengan fasilitas leisir, dan iklim bisnis yang kondusif. Itulah yang

menjelaskan, mengapa *Tribun* mendorong pembangunan ikon kota seperti peremajaan Pantai Losari. Pembangunan pedestrian. Penggunaan lajur kiri bagi kendaraan bermotor. Busway. Kami senang ada yang mengikuti kami. Visi besar untuk membangun masyarakat seharusnya menjadi visi semua media massa.

Pada ulang tahun *Tribun* yang ketiga, kami ingin mendeklarasikan satu tahapan penting perkembangan *Tribun*. Koran ini sudah melewati tahapan menarik perhatian pembaca, dibeli secara eceran, dan berlangganan. Lebih dari itu, *Tribun* telah mampu memerankan diri sebagai salah satu pemimpin baru, yang memimpin opini dan pengaruh, dalam masyarakat. Surat kabar adalah institusi bisnis. Tapi dia sukses tidak semata karena bisnis. Dia sukses justru karena surat kabar memiliki pengaruh. Karena itu, surat kabar sesungguhnya adalah pabrik yang menjual pengaruh. Komoditi atau mata dagangan surat kabar adalah kata-kata. Namun tidak semua kata-kata laku dijual, kecuali kata-kata yang bisa dipercaya. Tidaklah gampang menghasilkan kata-kata yang bisa dipercaya :

- Kata-kata yang dipercaya hanya lahir dari pena wartawan yang secara moral tidak mengharapkan apalagi menerima imbalan saat meliput berita
- Kata-kata yang bisa dipercaya hanya lahir dari pena wartawan yang secara politik tidak memihak
- Kata-kata yang bisa dipercaya hanya lahir dari pena wartawan yang secara professional kompeten dan kapabel.

Dengan bekal itu, *Tribun* tumbuh secara cepat di bidang bisnis maupun kepemimpinan di bidang jurnalistik maupun *public opinion*. “Kandang macan” rupanya tidak mampu mengubah *Tribun* menjadi macan. Sebaliknya, *Tribun* mampu

mengubah ”macan” menjadi ke “Tribun-tribunan”. Edisi Superball, yang tadinya menjadi ciri khas Tribun, kini mulai diadopsi koran lain. Grafis *Tribun*, gaya pemberitaannya, model layoutnya, diikuti. Itulah kepemimpinan baru di bidang jurnalistik, yang tidak pernah ada sebelumnya. Itulah pengaruh *Tribun* hadir memaksa pemain lain di bisnis surat kabar untuk mengubah strategi bisnis secara mendasar. Yang ada sekarang adalah koran umum, seperti *Tribun*. Ada yang seperti warna *Tribun*. Seperti perfoma *Tribun* dari sisi *layout*. Beberapa arsitektur halaman, seperti model *pull out* dan *indexing page*, bahkan mirip-mirip *Tribun*.

Apakah meniru haram dalam bisnis surat kabar? Tidak. Silakan meniru sebab bisnis surat kabar adalah bisnis di panggung terbuka. Seperti halnya model rambut artis yang bisa ditiru secara bebas, demikianlah itu *Tribun*. Silakan tiru. Itu semakin memperkuat kepemimpinan *Tribun*. Memperkokoh pengaruh *Tribun*. Itu semakin menunjukkan bahwa *Tribun* adalah pemimpin baru di Sulawesi Selatan. Ada yang usul, kenapa tidak mematenkan *Tribun* supaya hasil karya jurnalistik ini dilindungi oleh hukum? Jawabannya, kenapa kita mematenkan kebajikan. Biarlah surat kabar berlomba-lomba berkarya untuk kebajikan masyarakat. Itulah sisi lain surat kabar. Dia butuh kesuksesan di bidang bisnis untuk menjalankan idealisme. Tapi dia juga butuh pengaruh yang kuat, kepemimpinan yang kuat, untuk memperbaiki masyarakat.²

TANGGAL 9 Februari 2007. *Tribun* berusia tiga tahun. Sebagaimana fungsi pers sebagai kekuatan keempat demokrasi di luar partai politik, parlemen, dan

² Jumadi Mappanganro (News Manager *Tribun Timur*), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 10 Juni 2019.

pemerintah, *Tribun* ikut mewarnai, bahkan terkadang memberi arah, terhadap pembentukan *public opinion*. Itulah surat kabar. Kekuatannya tidak hanya diukur secara bisnis, tapi juga pengaruhnya, kepemimpinannya dalam pembentukan *public opinion*. Surat kabar membawakan peranannya sebagai penyalur pendapat publik.

Kekuatan pendapatan publik itulah yang memengaruhi pengambilan keputusan politik. Surat kabar membantu rakyat mewujudkan mimpinya dalam demokrasi: bahwa suara rakyat adalah suara Tuhan. Melalui kesempatan ini, kami ingin menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya kepada para anggota DPRD di Sulawesi Selatan. Dulu ada rencana pengadaan 75 laptop bagi anggota dewan senilai Rp 975 juta. Ada juga rencana pengadaan mobil Kijang Innova senilai Rp 14,2 miliar. Semua itu batal. Masyarakat menyampaikan isi hatinya melalui berita dan *hotline Public Services Tribun*. Dan, akhirnya, mereka menang. Teman-teman aktivis memberikan ucapan selamat kepada *Tribun* setelah rencana pengadaan laptop dan Innova itu dibatalkan. Saya bilang, *Tribun* tidak pantas berpesta karena itu bukan kemenangan *Tribun*. Tanpa pembaca, *Tribun* bukanlah siapa-siapa. Itu adalah kemenangan *civil society*.

Itu adalah kemenangan masyarakat yang percaya kepada *Tribun* sebagai kekuatan sosial baru yang tidak mengharap pamrih politik. Mereka percaya bahwa *Tribun* adalah kekuatan moral yang dibangun kaum profesional, *civilized people*. Kami percaya bahwa pengaruh dan kepemimpinan pers dibangun bukan dengan tekanan, apalagi intimidasi. Pengaruh dan kepemimpinan pers dibangun berdasarkan kepercayaan pembaca. Kami berterima kasih kepada pembaca yang mempercayai

kata-kata *Tribun*. Kami berterima kasih kepada pembaca yang memberikan pengaruh dan membangun kepemimpinan *Tribun*.

Karena itu, pada hari ulang tahun ketiga *Tribun Timur*, perkenalkan kami mengukuhkan identitas baru kami: ***Tribun Timur, Pemimpin Baru***.³

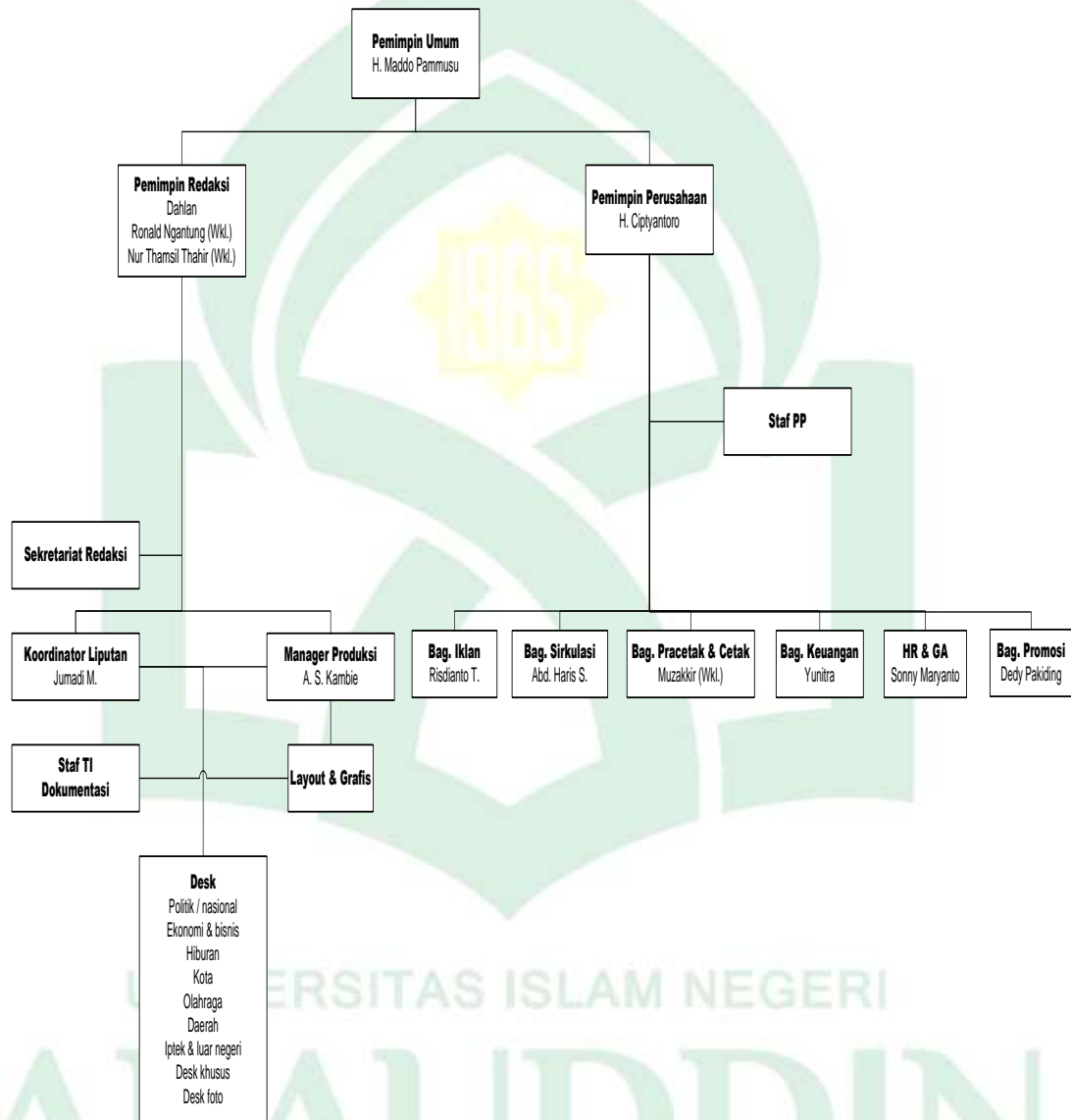
Tribun-timur.com merupakan sub domain dari tribunnews.com. tribun timur adalah portal berita pertama di Indonesia Timur. Media cetak *Tribun Timur* berdiri tahun 2004, merupakan koran nomor dua yang menggunakan brand *Tribun* setelah adanya *Tribun Kaltim* yang berdiri tahun 2003. Tapi di digital *Tribun Timurlah* yang pertama membuat portal berita dengan domain *tribun-timur.com*. *Tribun-timur.com* merupakan portal berita nomor dua di Indonesia setelah *detik.com*. Selanjutnya karena dianggap sukses akhirnya diadopsi ke Jakarta Pusat. Jadi bisa dibilang *tribun-timur.com* itu adalah cikal bakal berdirinya *tribunnews.com*. *Tribun-timur.com* didirikan tahun 2006 kemudian menyusul dua tahun setelahnya *tribunnews.com*. Tapi karena ada di pusat maka dibaliklah *tribun-timur.com* ini menjadi sub domain (menjadi bagian) *tribunnews.com*.⁴

³ <http://www.tribun-timur.com/profil.php>.

⁴ Budiman (Sekretaris Redaksi), wawancara oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 24 Juni 2019.

2. Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI PT. BOSOWA MEDIA GRAFIKA



Gambar. 4.1

Struktur Keredaksian

(Sumber: www.Tribun-Timur.com 2019)

a. Bagian Redaksi

1. Koordinator Liputan

Mengkoordinasi dan mengawasi tugas peliputan dan penulisan, mengedit, dan mengoreksi hasil penulisan wartawan peliputan berita sesuai dengan rapat perencanaan.

Bertugas mengkoordinasi dan mengawasi tugas peliputan dan penulisan, mengedit, dan mengoreksi hasil penulisan wartawan maupun menulis artikel tertentu agar peliputan berita sesuai dengan rapat perencanaan.

2. Manajer Produksi

Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas design lay out, setting, image processing, serta pekerjaan pracetak lain sehingga siap dicetak dengan standar kualitas dan pada waktu yang ditentukan.

Bertugas mengkoordinasikan pelaksanaan tugas design lay out, setting, image processing, serta pekerjaan pracetak lain sehingga siap dicetak dengan standar kualitas dan pada waktu yang ditentukan.

3. Sekretaris Redaksi

Melakukan kegiatan-kegiatan kesekretariatan redaksi. Bertugas mengomunikasikan agenda-agenda peliputan yang masuk ke redaksi.

4. Redaktur

Membuat perencanaan harian atau mingguan, mengatur, mengkoordinasi dan mengawasi tugas peliputan dan penulisan, mengedit dan mengoreksi hasil penulisan wartawan maupun menulis artikel tertentu agar pemuatan berita sejalan dengan hasil rapat perencanaan.

5. Wartawan & Fotografer

Mencari dan menulis berita atau foto dengan cara melakukan peliputan / wawancara narasumber / menerjemahkan / internet sesuai dengan penugasan dari redaktur.

6. Layout & Grafis

Melakukan penataan halaman sesuai dengan perencanaan.

7. Staf Ti

Karyawan di media yang menangani urusan perangkat teknologi informasi yang dibutuhkan media, termasuk menangani proses *Search Engine Optimization*. Melakukan perencanaan, perbaikan, dan perawatan sistem jaringan komputer termasuk peripheral lain.

b. Bagian Iklan

1. Manajer Iklan

Membuat rencana dan program kerja serta mengkoordinasikan penjualan iklan untuk mencapai target.

2. Pemasaran Iklan

Melakukan penjualan space iklan yang menjadi tanggung jawabnya untuk mencapai target yang ditentukan.

3. Administrasi Iklan

Melaksanakan fungsi administrasi iklan.

4. Design Iklan

Membuat desain dan materi artistik untuk mendukung penjualan iklan.

c. Bagian Sirkulasi

1. Manajer Sirkulasi

Mengembangkan dan meningkatkan penjualan surat kabar yang meliputi perencanaan, penyusunan strategi pemasaran, koordinasi pemasaran sampai memelihara hubungan baik dengan agen.

2. Pengendali Wilayah

Mengkoordinir penjualan dan distribusi produk penerbitan di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya sesuai dengan kebijakan penjualan / pemasaran yang ditetapkan.

3. Administrasi Sirkulasi

Melaksanakan fungsi administrasi iklan.

4. Ekspedisi

Melakukan kegiatan packaging dan pendistribusian surat kabar.

d. Bagian Pracetak dan Percetakan

1. Manajer Pracetak dan Percetakan

Merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan dan mengawasi secara berkesinambungan proses produksi mulai dari perencanaan produksi, pracetak, cetak sampai dengan finishing untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya agar tercapai efisiensi dan efektivitas produksi sesuai kebijakan yang digariskan perusahaan.

2. Operator Pracetak

Melakukan kegiatan dan proses pracetak

3. Operator Cetak

Melakukan kegiatan dan proses cetak

4. Maintenance

Melakukan kegiatan perencanaan, perbaikan dan perawatan mekanik dan elektrik mesin-mesin pracetak dan cetak.

e. Bagian Keuangan

1. Manajer Keuangan

Merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan dan mengawasi secara berkesinambungan proses dibagian keuangan sesuai kebijakan yang digariskan perusahaan.

2. Accounting

Melakukan penyusunan, pemeriksaan, dan pelaporan hal-hal yang berhubungan dengan keuangan perusahaan.

3. Administrasi Keuangan

Melaksanakan fungsi administrasi keuangan.

4. Kasir

Menerima dan mengeluarkan uang untuk keperluan operasional perusahaan.

5. Inkaso

Melakukan kegiatan penagihan pembayaran dari klien perusahaan.

f. Bagian HR & GA

1. Manajer HR & GA

Merencanakan, mengevaluasi, dan merealisasikan kebutuhan sumber daya manusia dan barang untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan.

2. Staf Umum

Melakukan perencanaan, pembelian, dan pengendalian aset perusahaan untuk mendukung kegiatan operasional di tiap bagian.

3. Administrasi Umum

Melaksanakan fungsi administrasi keuangan.

4. Driver & Petugas Gudang

Melakukan kegiatan perbaikan dan perawatan kendaraan operasional perusahaan dan pengontrolan stok gudang.⁵

3. Logo



Gambar. 4.2

Logo Portal Tribun-Timur.com

(Sumber: www.Tribun-Timur.com 2019)

⁵ Budiman (Sekretaris Redaksi), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 24 Juni 2019.

B. Teknik Penerapan Search Engine Optimization

1. Penerapan Search Engine Optimization pada Website Tribun Timur

Tribun Timur menerapkan teknik *Search Engine Optimization* sejak pertama kali terbentuknya *website* Tribun-Timur.com yang *launching* pada tahun 2006. Begitupun dengan konsep dasar yang diterapkan tetap sama saat pertama kali Tribun Timur menggunakan *Search Engine Optimization*. Namun, yang terus berubah dari tahun ke tahun adalah teknik penerapannya sesuai dengan algoritma yang ditentukan oleh google.

Algoritma pada google setiap saat dapat berubah seiring dengan banyaknya pemilik *website* yang terus berkompetisi. Meminimalisir adanya pemilik *website* yang menggunakan *keyword stuffing*. *Keyword stuffing* adalah kata kunci yang ditumpuk-tumpuk dalam suatu konten di *website*. Hal ini yang sering dimanfaatkan pemilik *website* yang ingin portalnya mudah ditemukan oleh google.⁶

Hal serupa juga dikemukakan oleh Syamsul Yakin selaku koordinator TI portal Tribun Timur, beliau mengatakan:

“Seorang praktisi *Search Engine Optimization* pasti memulai menerapkan *Search Engine Optimization* dari awal pembuatan websitenya, perancangan *website* itu sudah dimasukkan unsur-unsur untuk proses melakukan *Search Engine Optimization*. *Search Engine Optimization* kan berbicara tentang *search engine*, kalau dalam hal ini berarti kita berbicara tentang google. Mesin pencari yang paling banyak digunakan oleh orang-orang dibanding bing, yahoo, baidu dll. Bagaimana cara mengintegrasikan antara kita punya *website* dengan mesin pencari, tentu kita pakai *tools-tools* yang dari google. Sebenarnya ada dua langkah besar yang harus dilakukan untuk dapat mencapai ranking tertinggi pada *Search Engine Result Page (SERP)*, yaitu pembuatan *website* dan integrasi dari *website* ke *search engine* dengan memperhatikan *tools-tools* dari google itu sendiri. Kalau konsep *Search Engine Optimization* yang diterapkan oleh Tribun

⁶ Budiman (Sekretaris Redaksi), wawancara oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 24 Juni 2019.

Timur itu dinamakan konsep organik, suatu konsep yang mengikuti langkah-langkah dari awal teknik *Search Engine Optimization*.⁷

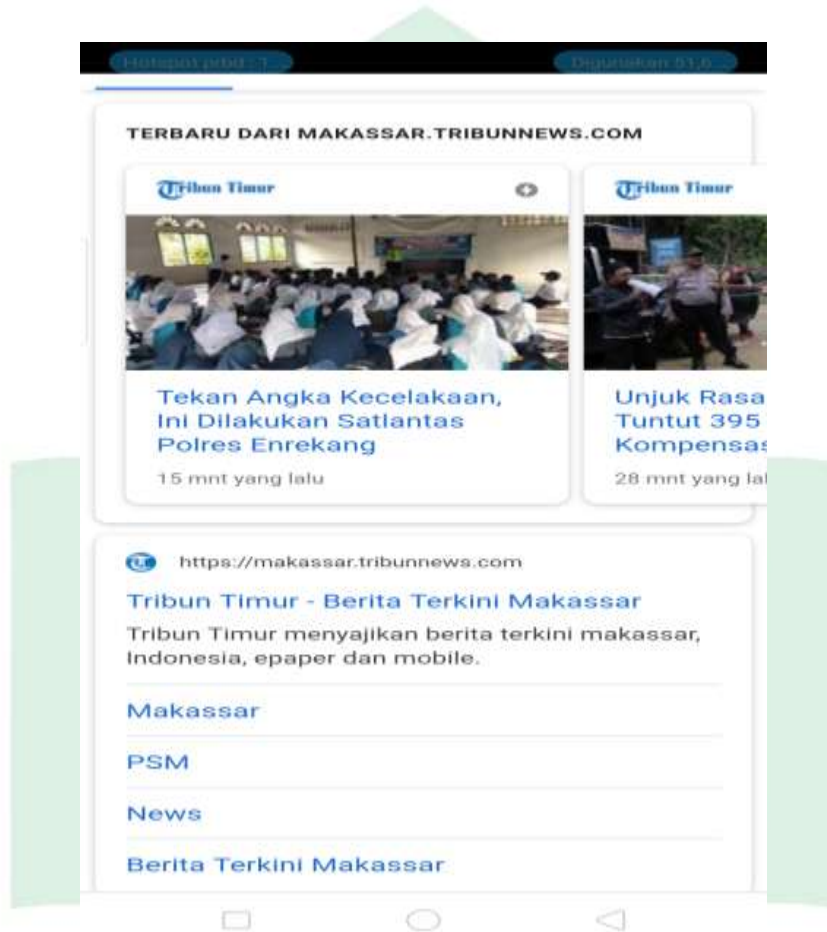
Adapun konsep dasar *Search Engine Optimization* yang diterapkan yaitu:

- a. *Indexing*, pada proses ini praktisi *Search Engine Optimization* atau yang menggarap *Search Engine Optimizaion* pada portal berita Tribun Timur terlebih dahulu mendaftarkan *website* Tribun-Timur.com pada halaman *add url* di google (<http://makassar.tribunnews.com>). Tahap ini merupakan tahap awal yang harus diterapkan agar supaya ketika google memperbaharui seluruh index otomatis secara teratur, halaman-halaman baru akan terjaring oleh google.



⁷ Syamsul Yakin (Koordinator TI), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 13 Juni 2019.

b. *On-page Optimization*



Gambar. 4.3
Optimisasi Portal Tribun Timur

(Sumber: www.Google.com 2019)

Gambar di atas menjelaskan bagaimana penggunaan *meta description* Tribun Timur yang menyajikan Berita Terkini Makassar. Penggunaan *title* dengan kata kunci utama Tribun Timur dan kata kunci tambahan Berita Terkini Makassar. Dan penggunaan *optimasi keyword* yaitu tribun, tribun timur, tribunwiki, Sulsel, Makassar, news, psm, berita, Indonesia, politik dan nasional.

1. *Meta tags atau meta description* Tribun Timur adalah menyajikan berita terkini Makassar, epaper, dan mobile.
 2. *Tittle* yang digunakan portal Tribun Timur dengan kata kunci utama yaitu Tribun Timur dan kata kunci tambahan yaitu Berita Terkini Makassar.
 3. Optimasi *keyword* Tribun Timur adalah *tribun, tribuntimur, tribunwiki, Sulsel, Makassar, news, psm, berita, indonesia, politik, nasional, epaper.*
- c. *Backlink*, Tribun Timur mempunyai jumlah *backlink* yang cukup untuk bisa meraih posisi teratas pada hasil pencarian *search engine*. *Backlink* bukan satu-satunya syarat untuk menempatkan *website* di posisi teratas. Namun untuk ada di posisi teratas hasil *search engine*, *backlink* ini adalah salah satu variabel yang harus diperbanyak. Maka dari itu untuk mengoptimasi *backlink*, portal Tribun Timur telah memiliki *backlink* dari situs-situs media sosial yaitu facebook dan twitter.⁸



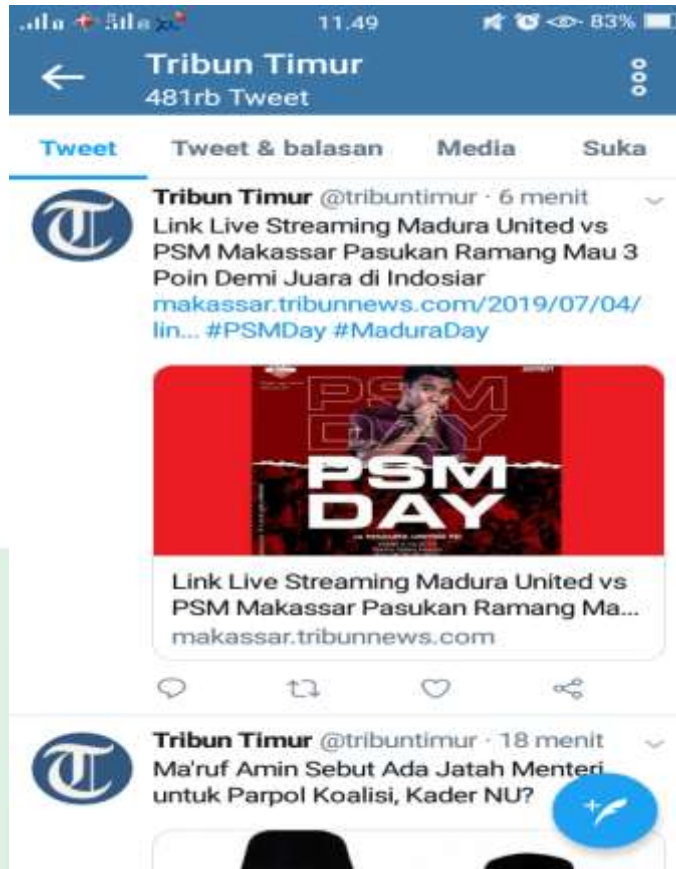
⁸ Edi Sumardi (Penanggung Jawab Media Sosial), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 1 July 2019.



Gambar. 4.4
Backlink dari Facebook

(Sumber: Akun Media Sosial Facebook 2019)

Gambar di atas menunjukkan **backlink** (link balik) Tribun Timur dari facebook yang menjadi salah satu ketentuan agar *website* mendapatkan visitor. *Backlink* bisa disebut sebagai alat promosi di sosial media untuk meningkatkan jumlah pengunjung portal.



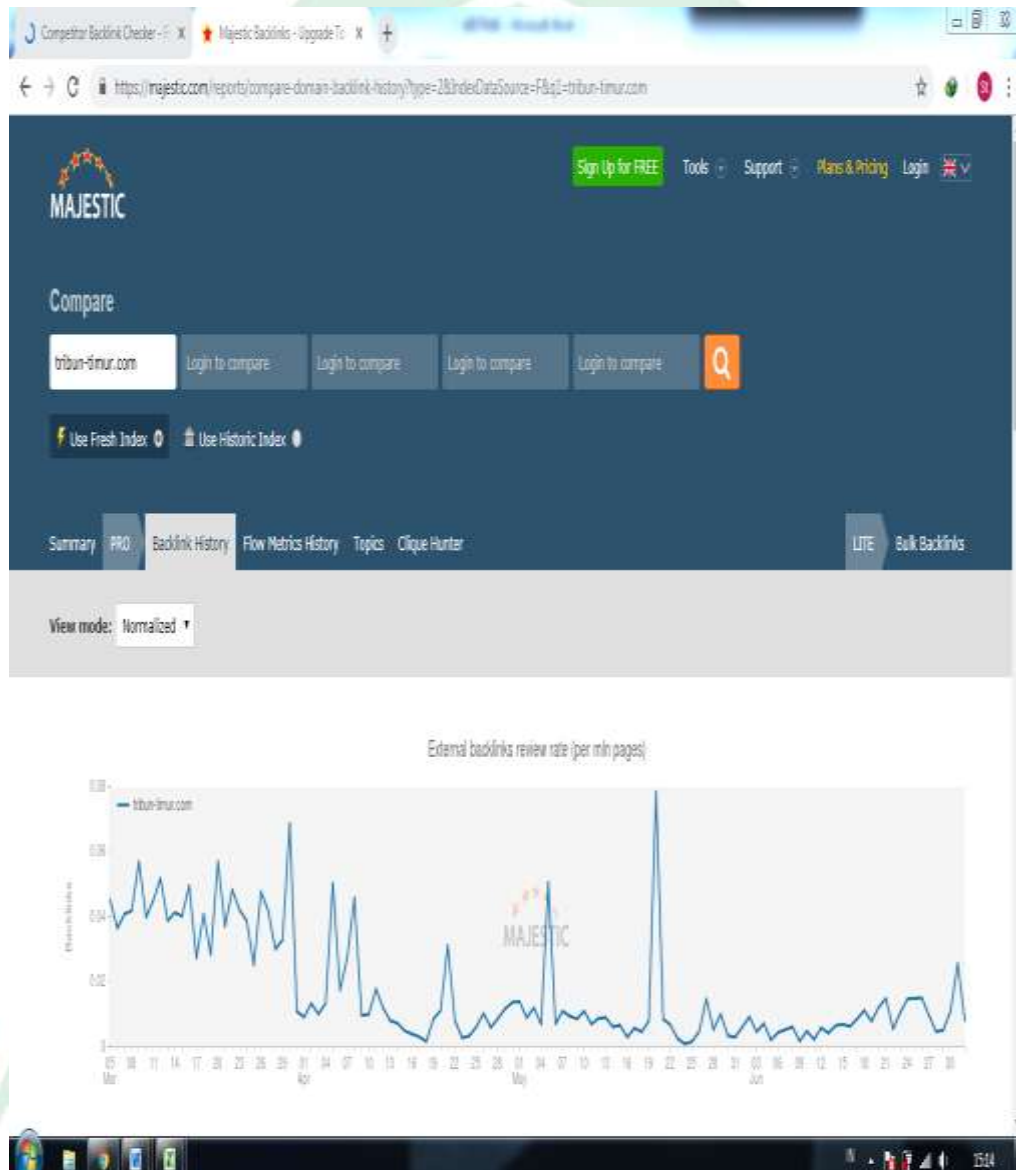
Gambar. 4.5
Backlink dari Twitter

(Sumber: Akun Media Sosial Twitter 2019)

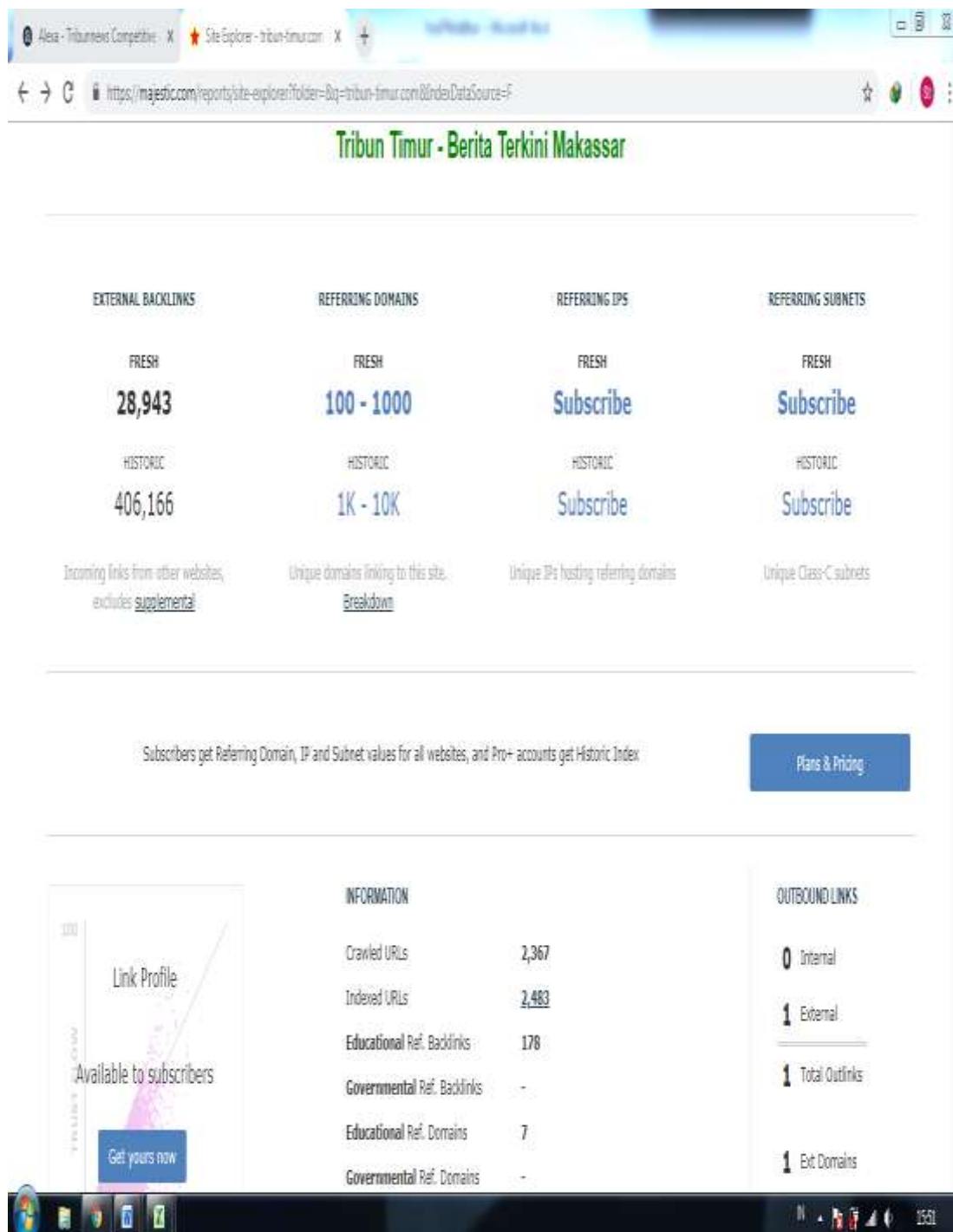
Gambar di atas menjelaskan *backlink* (link balik) dari twitter yang dapat menarik visitor dengan mudah. *Backlink* dari twitter digunakan agar supaya para pengguna media sosial tidak hanya dapat membuka Tribun-timur.com dengan cara masuk ke google, tetapi bisa dengan hanya membuka twitter atau akun media sosial lainnya.

Pada Tribun Timur tidak ada target tertentu jumlah *backlink* yang harus didapatkan. *Backlink* adalah salah satu di antara banyak konsep *Search Engine Optimization* yang harus diterapkan untuk membuat *website* berada di posisi pertama

mesin pencarian. Semakin banyak *backlink* maka semakin bagus juga peluang *website* untuk menjadi ranking pertama pada *Search Engine Result Page (SERP)*. Berikut ini jumlah *backlink* yang dimiliki portal Tribun Timur, hasil survey Majestic Tools.



Gambar. 4.6
Jumlah Backlink Hasil Survey Majestic Tools
 (Sumber: Majestic Tools 2019)



M A K A S S A R

Gambar. 4.7
Jumlah Backlink Hasil Survey Majestic Tools
(Sumber: Majestic Tools 2019)

Jumlah *backlink* pada hasil survey Majestic Tools menunjukkan 28,943 *backlink* dalam kurun waktu tertentu. Selain jumlah *backlink*, Tribun Timur juga menjadikan *page view* sebagai alat ukur untuk mengetahui seberapa besar potensi yang dimiliki sebuah situs. *Page view* (jumlah halaman yang diakses) portal Tribun Timur sekarang mencapai 130 juta perbulannya. Hasilnya telah menempatkan portal Tribun Timur sebagai situs berita *online* pertama di Indonesia. Jumlah pengunjung tersebut dibuktikan dengan hasil survey Alexa.com berikut ini:

Rank	Site	Daily Time on Site	Daily Pageviews per Visitor	% of Traffic from Search	Total Sites Linking In
1	Google.com Enables users to search the world's information, including webpages, images, and videos. Offers...More	804	10.69	0.30%	2,095,732
2	Tribunnews.com TRIBUNNEWS.COM Berita Terkini Indonesia Diutamakan TRIBUNNEWS "The Nation's Local...More	419	2.54	83.00%	38,608
3	Detik.com Detik.com Portal Berita Online Indonesia Berita Terkini dan Terkini Terhangat Nasional...More	336	3.32	42.60%	18,288
4	YouTube.com YouTube is a way to get your videos to the people who matter to	834	4.81	10.70%	1,321,814

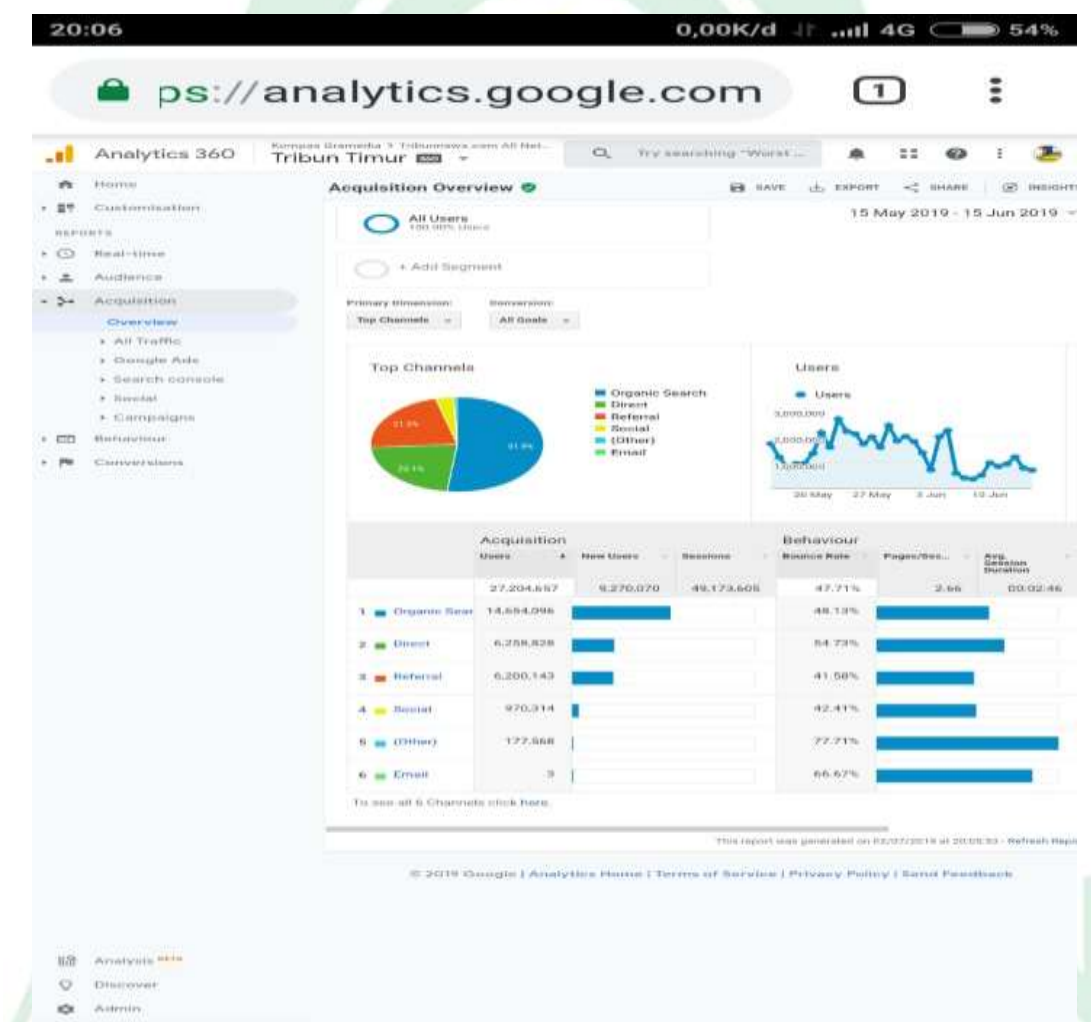
Gambar. 4.8

Hasil Survey Alexa
(Sumber: www.Alexa.com 2019)

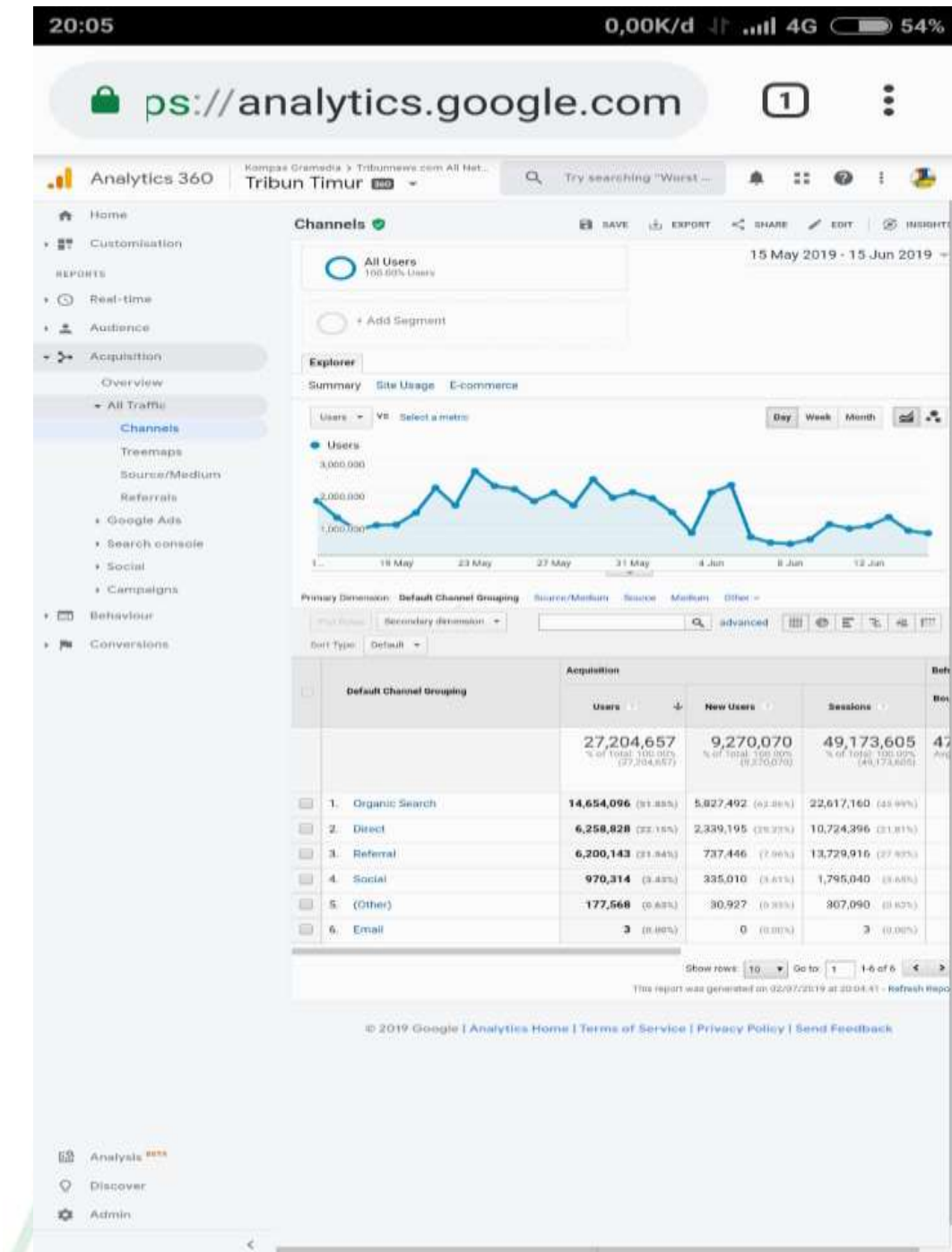


Gambar. 4.9
Hasil Survey Majestic Tools
 (Sumber Majestic Tools 2019)

Untuk mengukur lalu lintas visitor portal berita atau suatu *website* itu menggunakan *google analytic*. Pada *Tribun Timur* ada 4 pintu masuk untuk melihat seberapa banyak orang yang mengunjungi *website* dalam waktu tertentu. Mesin pencari *google* juga menyediakan aplikasi *google analytic* bagi para pemilik *website* agar dapat digunakan untuk mengetahui jumlah pengunjung portal secara terperinci.



Gambar. 4.10
Visitor Portal Tribun Timur
 (Sumber: Google Analytic 2019)

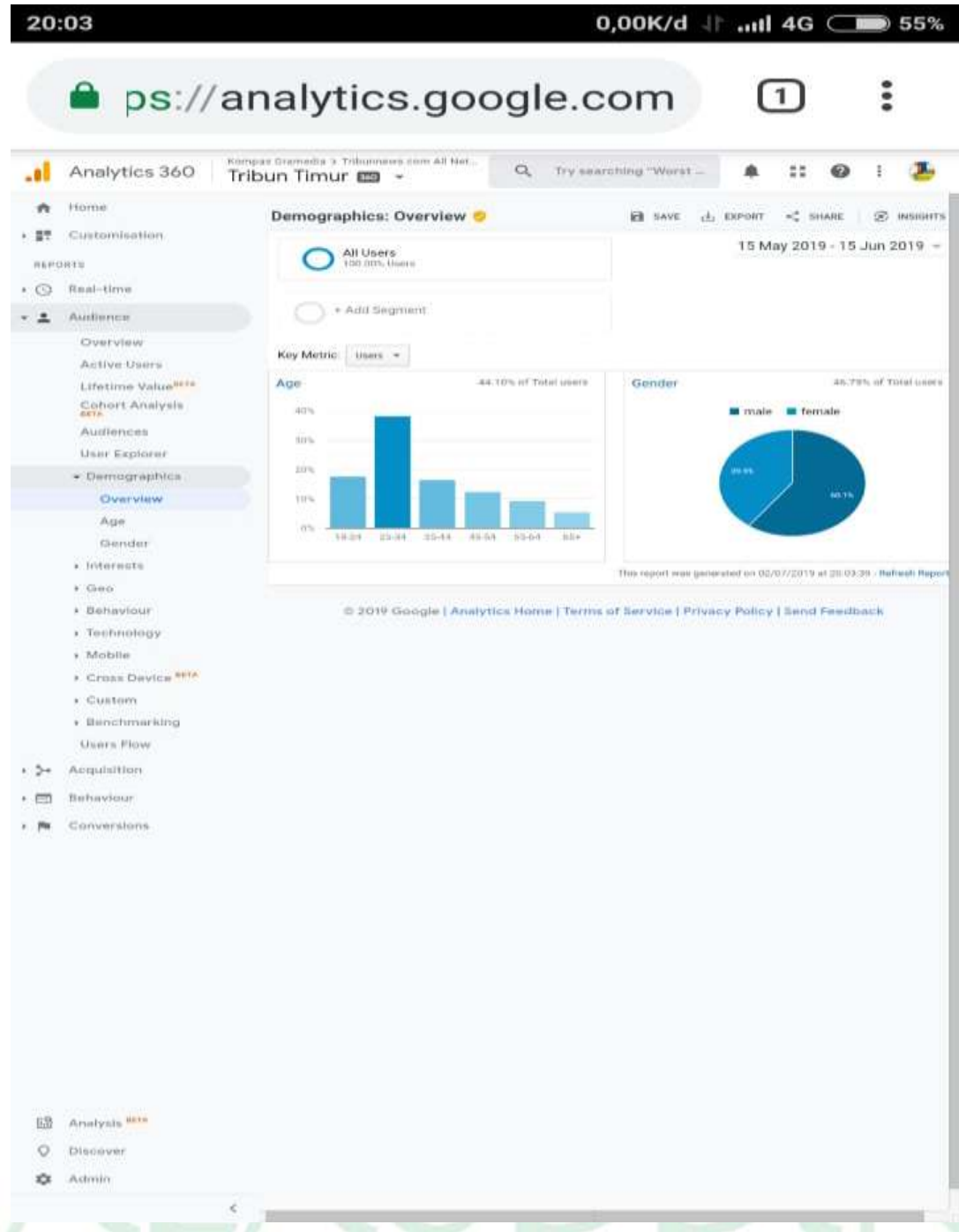


Gambar. 4.11
Visitor Portal Tribun Timur
 (Sumber: Google Analytic 2019)

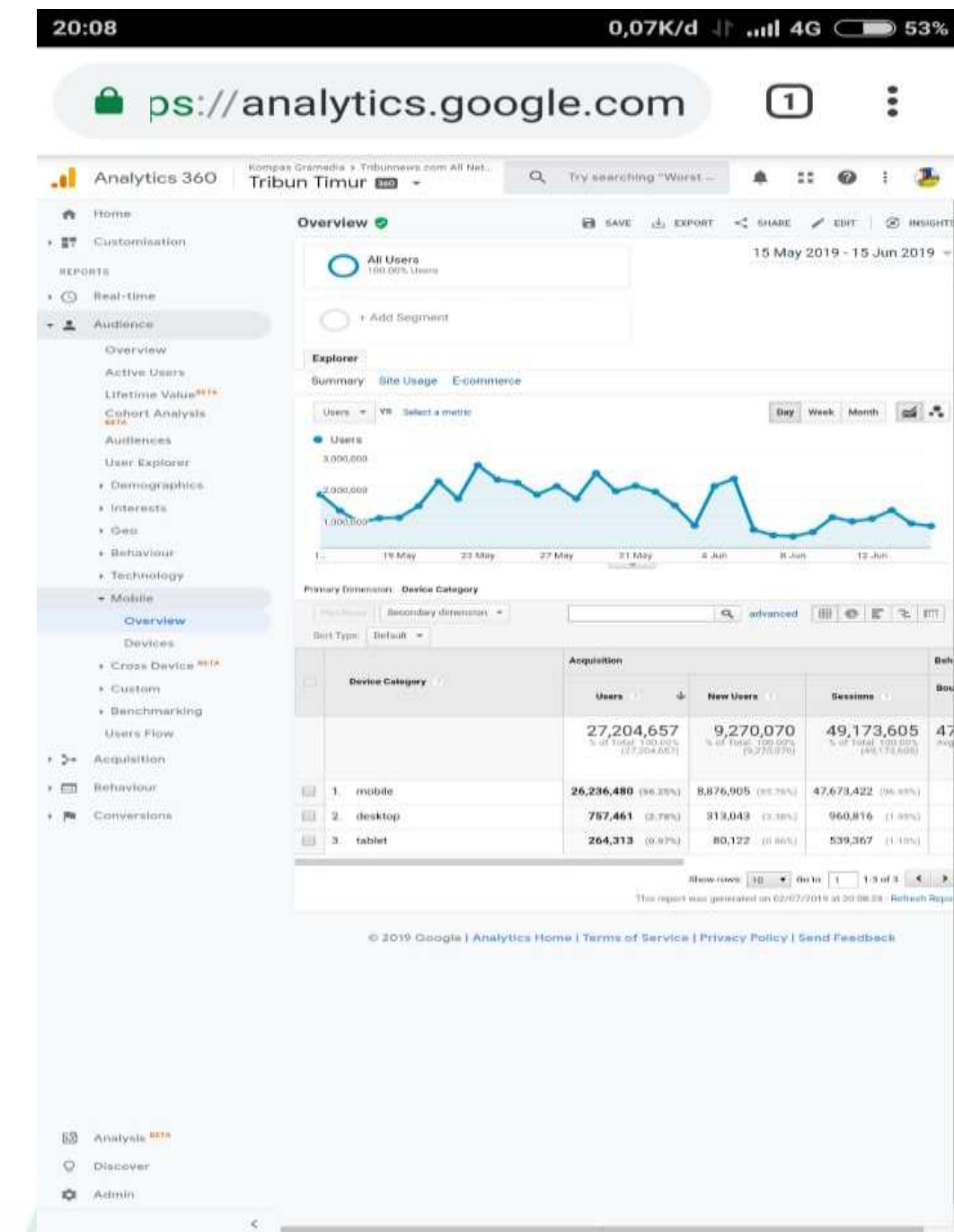
Berdasarkan hasil survey google analytic di atas menunjukkan pengunjung yang mengakses Tribun-timur.com sebanyak 27.204.657 user dan 49.173.605 session dengan menggunakan *search organic* sebanyak 14 juta user dengan 22 juta session , *direct* sebanyak 6 juta user dengan 10 juta session, *referral* sebanyak 6 juta user dengan 13 juta *session* dan sosial media sebanyak 970 ribu user dengan 1 juta *session*.

Adapun jenis berita yang sering dikunjungi dalam jangka waktu 31 hari selama tanggal 15 Mei sampai dengan 15 Juni berdasarkan google *analytic* adalah sebagai berikut:





Gambar. 4.12
Usia Visitor
(Sumber: Google Analytic 2019)



Gambar. 4.13
Jenis User yang Digunakan
 (Sumber: Google Analytic)

Terhitung secara keseluruhan sebanyak 130.848.862 page views perbulan yang mengakses Tribun Timur. Jenis berita yang paling banyak diakses pada kurun waktu yang telah ditentukan adalah makassar.tribunnews.com/amp/2019/05/23/bukan-prabowo-tapi-orang-ini-yang-harus-bertanggung-jawab-atas-kerusuhan-aksi-22-mei-kata-mahfud-md dengan 1 juta page views. Rata-rata pengakses berita dengan page views terbanyak pada saat itu adalah mereka yang berusia 25-34 tahun menggunakan mobile sebanyak 26.236.480 user perbulan.

Hal ini semakin memperkuat bukti bahwa penerapan *Search Engine Optimization* berhasil menarik pengunjung portal. Faktanya pengunjung yang paling banyak mengakses *website* Tribun Timur yaitu dengan menggunakan *search engine*, artinya teknik penerapan *Search Engine Optimization* yang digunakan sangat ramah terhadap *search engine*.

Melalui teknik penerapan *Search Engine Optimization* ini, *search engine* google dapat menempatkan *website* Tribun Timur berada di posisi teratas hasil pencarian. Dalam perhitungannya *search engine* google tidak melihat hanya dari satu sisi teknik penerapan. Melainkan memperhatikan seluruh *tools-tools* yang telah diterapkan oleh google mulai dari pendaftaran *website*, pengoptimalisasian kata kunci, *backlink* serta *tools-tools* lain yang dapat terus berubah setiap saat.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan *Search Engine Optimization* pada *Website* Tribun Timur

Search engine adalah aplikasi bagaimana user menemukan konten, sedangkan *Search Engine Optimization* adalah bagaimana konten tersebut mudah didapatkan oleh user dengan menggunakan teknik-teknik yang telah ditetapkan oleh google.

Google menggunakan algoritma tertentu untuk mengurutkan *website-website* berdasarkan ranking. Dengan mempraktekkan *Search Engine Optimization*, berarti kita menyesuaikan *website* kita agar bersahabat dengan algoritma tersebut.⁹

Bagaimana Tribun Timur menerapkan teknik-teknik *Search Engine Optimization* supaya ramah terhadap *search engine*. Jadi tugasnya *search engine* adalah mempertemukan, membuat user lebih gampang menemukan konten tersebut. Contohnya seperti yang dikemukakan oleh Budiman selaku Sekretaris Redaksi Tribun Timur Makassar. Beliau mengatakan:

“konten yang ada dalam satu website dan website yang ada dalam search engine itu jumlahnya sangat banyak. Dan untuk mempertemukan antara user dengan konten yang diinginkan itu menggunakan *Search Engine Optimization*. Anggap saja google itu adalah perpustakaan. Perpustakaannya dunia maya. Dalam perpustakaan tersebut ada puluhan ribu buku yang disediakan. Lalu bagaimana kita mendapatkan satu buku yang kita cari? Yah dengan menggunakan katalog. Agar lebih mudahnya dibuatlah indexing buku tersebut berdasarkan tema dan nama. Agar kita hanya tinggal membuka katalog. Cara kerja itulah yang diadopsi search engine bahwa kita sebenarnya ingin membuka katalog tentang konten yang bermiliaran ini. Cara mengindeks katalognya itulah yang harus di mengerti karena itu dapat berubah-ubah. Tapi memang ada prinsip dasar yang harus diterapkan”.¹⁰

Manfaat dan tujuan menggunakan teknik *Search Engine Optimization* adalah untuk mempermudah atau meningkatkan visitor melalui *search engine*. Jadi bagaimana orang mendapatkan konten dari *search engine* dan Tribun Timurlah yang pertama kali muncul di halaman mesin pencari. Namun ada faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan *search engine optimization* terhadap *website* Tribun Timur.

⁹ Syamsul Yakin (Koordinator TI), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 13 Juni 2019.

¹⁰ Budiman (Sekretaris Redaksi), wawancara oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 24 Juni 2019.

a. Faktor Pendukung Penerapan *Search Engine Optimization*

Untuk dapat meningkatkan kualitas *brand* agar tetap menjadi kepercayaan para pengguna *search engine*, Tribun Timur menerapkan teknik *Search Engine Optimization* supaya *website* Tribun Timur ramah terhadap mesin pencari dan dapat menempati posisi teratas hasil pencarian. Jika *website* tersebut berhasil berada di urutan pertama atau setidaknya halaman pertama hasil pencarian, maka *Tribun-timur.com* mempunyai kesempatan besar untuk mendapatkan banyak pengunjung.

Teknik *Search Engine Optimization* yang digunakan Tribun Timur yaitu konsep *Search Engine Optimization* organik. Yang dimaksud dengan organik adalah membuat konten *website* dengan memenuhi kriteria yang baik sehingga dapat ditempatkan di halaman yang paling baik atau halaman pertama hasil pencarian.¹¹ Sedangkan konsep non-organik adalah proses yang tidak alami dalam mengoptimalkan *website*. Hal ini bisa dilakukan dengan membayar biaya iklan pada pihak yang menyediakan mesin pencari.

Search Engine Optimization organik merupakan teknik yang membutuhkan waktu lebih lama untuk mengakses suatu *website*, namun menghasilkan dampak dalam jangka panjang. *Search Engine Optimization* organik bekerja dengan fokus pada pembuatan konten, membangun *link*, optimasi *meta-tag* hingga peningkatan *keyword*. *Search Engine Optimization* organik lebih mudah menarik 80% *traffic*. Sedangkan *Search Engine Optimization* non-organik dapat menghasilkan hasil yang lebih cepat dibandingkan *Search Engine Optimization* organik, tapi efeknya kurang

¹¹ Syamsul Yakin (Koordinator TI), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 13 Juni 2019.

baik dalam jangka panjang. *Search Engine Optimization* non-organik bekerja dengan cara melibatkan iklan berbayar di mesin pencarian.

Ada beberapa hal-hal yang harus diperhatikan dan dijalankan dalam konsep organik ini. Diantaranya:

1. *On-page Optimization*

Suatu faktor yang dapat memengaruhi *page rank*. Semakin baik optimasi yang dilakukan, maka semakin besar juga peluang halaman situs anda ditampilkan di halaman pertama hasil penelusuran mesin pencari semacam google.¹²

Proses mengoptimalkan halaman *website* agar mendapat peringkat lebih tinggi di halaman mesin pencari. Proses tersebut mencakup hal-hal yang berkaitan dengan apa yang ada dalam *website*. Seperti konten, judul, deskripsi, kecepatan *loading* halaman, mengintegrasikan konten dengan berbagai media sosial dan lainnya¹³

Mengintegrasikan konten dengan berbagai media sosial sama halnya dengan mempromosikan konten tersebut. Konten yang di promosikan di media sosial akan membawa nama *brand* dari suatu perusahaan itu sendiri. Inti dari promosi tersebut adalah usaha yang dilakukan oleh seorang pemilik *brand* dengan menunjukkan konten-konten yang baik, agar mampu menarik minat pembaca untuk mau berlangganan.

Hukum melakukan jenis promosi ini adalah mubah atau diperbolehkan, terutama jika dalam promosi yang dilakukan terdapat usaha untuk menginformasikan kepada konsumen akan detail barang, jasa ataupun informasi. Proses promosi

¹² Yasha. *On-Page SEO: Anatomi Web Page yang Optimal*. Dewaweb (2017), (<https://www.dewaweb.com/blog/on-page-seo/#>) (diakses 05 Juli 2019)

¹³ Edi Sumardi (Penanggung Jawab Media Sosial), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 1 July 2019.

menggunakan media sosial pada dasarnya harus melalui tahap perencanaan yang baik dan strategi yang tepat. Segala bentuk pemasaran baik barang maupun jasa pada dasarnya dalam menyusun rencana harus secara sistematis untuk mencapai tujuan perusahaan. Konsep tentang perencanaan yang dapat dipahami yaitu menyusun rancangan secara sistematis dan baik dalam kegiatan ekonomi dengan menjunjung tinggi kejujuran serta amanah dalam berdagang. Hal ini berkaitan sebagaimana perintah Allah swt. dalam surah Al-Mu'minin/23:8

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

Terjemahnya:

dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya.¹⁴

Menurut M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Mishbah, kebahagiaan adalah mereka yang terhadap amanat-amanat yang dipikulkan atas mereka dan juga perjanjian yang mereka jalin dengan pihak lain adalah pemelihara-pemelihara. Kata *amanatihim* adalah bentuk jamak dari amanah. Ia adalah sesuatu yang diserahkan kepada pihak lain untuk dipelihara dan bila tiba saatnya atau bila diminta oleh pemiliknya ia dikembalikan oleh si penerima dengan baik serta lapang dada. Kata *amanah* terambil dari akar kata *aminal/percaya* dan *aman*. Ini karena amanat disampaikan oleh pemiliknya atas dasar kepercayaannya kepada penerima bahwa apa yang diserahkan itu akan terpelihara dan aman di tangan penerima. Islam mengajarkan bahwa amanat/kepercayaan adalah asas keimanan, berdasar sabda Nabi saw.: “Tidak ada iman bagi yang tidak memiliki amanah.” Selanjutnya, amanah yang merupakan lawan dari khianat adalah sendi utama interaksi. Amanah tersebut

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Kaffah al-Qur'an dan terjemahannya* (Surabaya: Sukses Publishing, 2014), h. 343.

membutuhkan kepercayaan dan kepercayaan itu melahirkan ketenangan batin yang selanjutnya melahirkan keyakinan dan kepercayaan.¹⁵

Hal ini berkaitan dengan seorang pebisnis harus senantiasa menjaga amanah yang dipercayakan kepadanya sebagai wakil perusahaan dalam memasarkan dan mempromosikan *brand* perusahaan kepada pelanggan.

2. *Off-page Optimization*

Istilah *off-page optimization* mengacu pada faktor-faktor yang tidak berhubungan dengan halaman *website* anda. Jika *on-page Search Engine Optimization* berhubungan dengan *website* seperti *internal links*, konten dan *keywords*, *off-page* berhubungan dengan *link building* atau *back linking*.¹⁶

Proses *Search Engine Optimization* yang berhubungan dengan hal-hal di luar *website*. Penerapan *off-page optimization* ini agar dapat mengetahui seberapa populer *website* yang kita punya dengan digunakannya teknik *backlink*.¹⁷

Search Engine Optimization pun mudah dipantau dengan mengecek hasil optimasi melalui banyak cara, seperti menggunakan majestic tools dan alexa.

Banyaknya *tools-tools* lain yang dapat digunakan untuk memaksimalkan cara kerja *Search Engine Optimization*.

Brand Tribun Timur dapat cepat terkenal karena posisi pertama pada hasil pencarian yang membuat para pengguna *search engine* lebih percaya terhadap konten-kontennya.

¹⁵ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 159.

¹⁶ Natasya. *Off-Page Optimization (Panduan bagi Pemula)*. Dewaweb (2017), (<https://www.dewaweb.com/blog/off-page-seo/>) (diakses 05 Juli 2019)

¹⁷ Edi Sumardi (Penanggung Jawab Media Sosial), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 1 July 2019.

b. Faktor Penghambat Penerapan *Search Engine Optimization*

Dengan diterapkannya teknik *Search Engine Optimization* pada *website* Tribun Timur maka diperlukan perhatian khusus untuk terus merawat *website* dengan berbagai cara yang dianjurkan oleh google. Memperhatikan algoritma dari google yang setiap saat dapat berubah. Hasilnya pun tidak bisa dilihat dengan hitungan jam tetapi bisa berminggu-minggu ataupun bahkan berbulan-bulan. Termasuk dalam hal persaingan, karena hampir semua pemilik *website* melakukan teknik *Search Engine Optimization* maka persaingan pun menjadi ikut tinggi.

Algoritma-algoritma dari google yang setiap saat berubah dari tahun ke tahun adalah sebagai berikut:

1. Panda

Dirilis pada tanggal 24 Februari 2011, algoritma ini fokus utamanya yaitu soal duplikasi atau plagiat, setidaknya konten, spam yang *user generated* dan *keyword stuffing*. Algoritma panda dilengkapi dengan “*quality score*” (angka mutu) bagi halaman *website* atau *page*. Skor ini kemudian berguna sebagai faktor peringkat pada mesin penelusur google. Dengan bergulirnya panda menjadi semakin sering, kemudian menjadi faktor penentu penalti dari google terhadap *website* anda.

2. Penguin

Dirilis pada tanggal 24 April 2012, fokus utamanya yaitu mengenai *link* yang tidak relevan atau bersifat spam dan pada anchor text yang terlalu teroptimasi. Tujuan dari penguin ini dikabarkan untuk menurunkan peringkat *website* yang tautannya dianggap manipulatif atau menipu. Algoritma ini bekerja secara real time atau langsung.

3. Hummingbird

Dirilis pada tanggal 22 Agustus 2013, fokus utamanya yaitu mengenai *keyword stuffing* dan konten-konten yang berkualitas rendah. Hummingbird membantu google untuk menginterpretasikan kueri penelusuran yang lebih baik dibandingkan dengan sebelumnya. Selain itu, juga bisa memberikan hasil yang lebih cocok dengan maksud dari penelusur (anda sebagai pengguna mesin telusur google).

4. Pigeon

Dirilis pada tanggal 24 Juli 2014, fokus utamanya yaitu pada kualitas *on-page* dan *off page* yang kurang teroptimasi (SEO). Pigeon berfungsi untuk mempengaruhi penelusuran dimana di mana lokasi pengguna saat memainkan bagian besar dan penting. Pembaruan ini membuat hubungan yang lebih erat antara algoritma lokal dan algoritma utama.

5. Mobile

Dirilis pada tanggal 21 April 2015, fokus utamanya yaitu pada aksesibilitas *website* atau *page* pada perangkat *mobile* dan tidak adanya versi *mobile*. Pembaruan google *mobile* atau *mobile geddon* untuk memastikan bahwa webpage yang ramah seluler atau *mobile friendly* berperingkat di posisi atas dalam hasil penelusuran dari perangkat seluler. Sementara itu, jelas bahwa web page yang tidak dioptimalkan untuk perangkat seluler akan difilter (disingkirkan ke halaman berikutnya) dari SERP's, sehingga mendapatkan peringkat bawah yang membuat peluang halaman web anda diakses pengguna menjadi kecil bahkan hampir mustahil.

6. Rankbrain

Dirilis pada tanggal 26 Oktober 2015, fokus utamanya yaitu mengenai kekurangan fitur pendukung *query* yang spesifik, konten yang sedikit dan *user*

experience (UX) yang buruk. Rankbrain merupakan bagian dari algoritma hummingbird. Rankbrain adalah sistem pembelajaran mesin yang dapat membantu google untuk memahami makna di balik kueri serta menyajikan hasil pencarian yang paling cocok untuk menjawab pertanyaan tersebut. Google menganggap rankbrain sebagai faktor peringkat yang paling penting.

7. Possum

Dirilis pada tanggal 1 September 2016, fokus utamanya yaitu pada penempatan kompetisi yang sesuai dengan lokasi lebih spesifik yang ditargetkan. Pembaruan possum membuat hasil penelusuran lokal bervariasi lebih banyak tergantung pada lokasi si penelusur.

8. Fred

Dirilis pada tanggal 8 Maret 2017, fokus utamanya yaitu mengenai sedikitnya konten, dan affiliate yang terlalu banyak atau terlalu terpusat pada ads atau iklan. Fred menargetkan situs yang melanggar pedoman pada webmaster dari google. Sebagian besar situs yang terkena dampaknya yaitu blog dengan postingan berkualitas rendah yang tampaknya sebagian besar dibuat hanya untuk tujuan menghasilkan pendapatan dari iklan.¹⁸

Sebagai penanggung jawab TI Tribun Timur tentunya harus memperhatikan konsep dasar *Search Engine Optimization*. Selain itu juga beberapa *tools-tools* lain yang menjadi penentu tinggi tidaknya peringkat *website*, seperti on-page

¹⁸ Helmi Ashari. 8 *Pembaruan Algoritma Google Terbaru dan Terupdate 2019*. Idwebhost (2019), (<https://www.google.co.id/amp/s/idwebhost.com/blog/algoritma-google-terbaru/amp/>) (diakses 05 Juli 2019).

optimization, off-page optimization, dan algoritma-algoritma lain yang telah ditentukan oleh google.¹⁹

Berikut analisi SWOT yang digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam penerapan *Search Engine Optimization* pada portal Tribun Timur:

Tabel. 4.1.

Analisis Swot untuk Mengetahui Faktor Pendukung dan Penghambat

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
Dalam hal promosi, berbicara mengenai brand. Orang mengakses website menggunakan search engine. Jadi kekuatan brand itu ada di bagaimana Tribun Timur menerapkan SEO dengan benar.	Persaingan bisnis di dunia digital berkembang pesat. Pemilik website pun berlomba-lomba meningkatkan strategi untuk mengetahui teknik SEO yang juga terus berkembang.	Dengan penerapan SEO brand Tribun Timur diharapkan terus meningkat.	Dari security sejauh ini masih aman.

Kekuatan Tribun Timur dalam menerapkan *Search Engine Optimization* adalah memiliki tim yang khusus menggarap konten yang berbasis *Search Engine Optimization*. *Search Engine Optimization* adalah salah satu teknik promosi dengan cara memanfaatkan pengoptimalan mesin pencari agar website dapat berada di posisi teratas. Dengan kesuksesan penerapan teknik *Search Engine Optimization* tersebut juga membuat brand Tribun Timur semakin dikenal di masyarakat karena menempati ranking pertama hasil mesin pencari.

Kelemahan Tribun Timur dalam menerapkan *Search Engine Optimization* adalah semakin banyaknya *website* yang juga telah menerapkan teknik *Search Engine*

¹⁹ Syamsul Yakin (Koordinator TI), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 13 Juni 2019.

Optimization. Membuat persaingan semakin ketat dan menuntut pakar *Search Engine Optimization* terus mencari strategi yang dapat digunakan agar ramah terhadap algoritma google yang setiap saat berubah.

Peluang Tribun Timur dalam menerapkan *Search Engine Optimization* adalah karena penerapannya sejak awal dibentuknya website Tribun-timur.com, membuat brand dari Tribun Timur Makassar telah menjadi kepercayaan masyarakat. Hal itu yang membuat Tribun Timur tetap bisa mempertahankan rankingnya pada halaman pencarian.

Ancaman Tribun Timur dalam menerapkan *Search Engine Optimization* adalah bagaimana dari penanggung jawab TI Tribun Timur sendiri selalu memperhatikan kesalahan yang bisa saja terjadi jika sedikit saja *website* diabaikan.²⁰



²⁰ Syamsul Yakin (Koordinator TI), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 13 Juni 2019.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Teknik *search engine optimization* yang diterapkan dalam *website* Tribun Timur Makassar menggunakan konsep Malaga RA yakni *indexing*, *on-page optimization* dan *backlink* serta faktor pendukung dan penghambat dalam penerapannya, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsep dasar yang diterapkan dalam *website* Tribun Timur Makassar dengan menggunakan konsep Malaga RA yang pertama yaitu *indexing*, pada tahap ini penanggung jawab *website* melakukan pendaftaran *website* ke *search engine* menggunakan domain makassar.tribunnews.com. Kemudian ditambahkan pula pada situs *social bookmarking*, hal ini dilakukan secara berkala dengan mendaftarkan satu *URL* perhari. Karena google setiap saat melakukan pembaruan index yang membuat *URL-URL* mati secara otomatis hilang dari *search engine* dan *URL-URL* yang baru akan terbaca dengan sendirinya. Yang kedua yaitu *on-page optimization* yaitu *meta tags* atau *meta description* pada *website* Tribun Timur Makassar menyajikan berita terkini Makassar, epaper dan *mobile*, *tittle* menggunakan kata kunci utama Tribun Timur dan kata kunci tambahan Berita Terkini Makassar, optimasi *keyword* pada Tribun Timur adalah *tribun*, *tribuntimur*, *tribunwiki*, *Sulsel*, *Makassar*, *news*, *psm*, *berita*, *indonesia*, *politik*, *nasional*, *epaper*. Yang ketiga yaitu *backlink* dari media sosial seperti facebook dan twitter.
2. Faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan *Search Engine Optimization* pada portal Tribun Timur Makassar. Faktor pendukungnya yaitu

konsep yang digunakan adalah *search engine optimization* organik yang merupakan suatu teknik membuat konten *website* dengan memenuhi kriteria yang baik sehingga dapat ditempatkan di halaman yang pertama hasil pencarian. Teknik *search engine optimization* organik ini membutuhkan waktu yang lama untuk dapat mengakses suatu *website* tetapi hasil yang didapatkan berlangsung dalam jangka panjang. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu penanggung jawab portal Tribun Timur atau yang mempunyai andil dalam penerapan *search engine optimization* ini adalah orang yang selalu bisa memberikan perhatian khusus pada *website*. Karena ada algoritma-algoritma dari google yang terus berubah dan itu sangat berpengaruh terhadap berhasil tidaknya penerapan *search engine optimizaion* tersebut.

B. Implikasi Penelitian

Search Engine Optimization memiliki kemampuan untuk menempatkan suatu *website* berada di posisi pertama hasil mesin pencari, *website* yang telah teroptimasi akan mampu menarik *visitor* dan membuat *trafik* pengunjung terus meningkat. Hampir semua *website* resmi menggunakan teknik SEO, namun tidak semua *website* berhasil mencapai ranking pertama hasil pencarian di google karena tidak mampu menerapkan teknik SEO sesuai dengan algoritma apa yang ditentukan oleh google. Hal ini terbukti dari semakin meningkatnya minat pembaca pada *website* Tribun-Timur dari tanggal 15 Mei 2019 sampai 15 Juni 2019 sebanyak **1.586.245 orang/hari**.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Akbar S.T. *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*, (Bandung: Penerbit M2S, 2005).
- Anas Ahmad. *Paradigma Dakwah Kontemporer*, (Semarang: PT Pustaka Rizki Putra, 2002).
- Arsyad Imam Gazali. “*Minat Baca Pengunjung Taman Baca Masyarakat (Studi Pada Kafe Baca BPPAUD & DIKMAS Sulawesi Selatan)*”, Skripsi (Makassar Fak. Ilmu Pendidikan UNM, 2016).
- Ashari Helmi. *8 Pembaruan Algoritma Google Terbaru dan Terupdate 2019*. Idwebhost (2019), (<https://www.google.co.id/amp/s/idwebhost.com/blog/algoritma-google-terbaru/amp/>) (diakses 05 Juli 2019).
- Bara, *Observasi, Wawancara, Kuisisioner, Teknik Sample*, Blog Indah (2011) <http://babylucuna.blogspot.com/2011/03/observasi-wawancara-kuisisioner-teknik.html?m=1> (diakses 10 Maret 2019).
- Barus Sedia Willing. *Jurnalistik “Petunjuk Teknis Menulis Berita”*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010).
- Budiman (Sekretaris Redaksi), wawancara oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 24 Juni 2019.
- Cahyono Nova Tri, Joko Triyono, Suwanto Rahajo. Skripsi, *Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Blog (Studi Kasus: Nova13.com)*, Teknik Informatika; (Institut Sains & Teknologi AKPRIND), 2013.
- Cangara Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016) cet. 16.
- Departemen Agama RI, *Al-Hikmah al Qur’an dan terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2014).
- Depdiknas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001).
- Dewan Dakwah Aceh. *Hubungan Ilmu Dakwah dengan Ilmu Komunikasi*, (2008), <http://dewandakwahaceh.com/hubungan-ilmu-dakwah-dengan-ilmu-komunikasi/> (diakses 18 Juni 2019)
- Dino Anugerah. *Bentuk-bentuk Komunikasi*, Tutorial Blogku (2014) <http://www.anugerahdino.com/2014/10/bentuk-bentuk-komunikasi.html?m=1> (diakses 18 Juni 2019).
- Fariyah Irum. Skripsi, *Media Dakwah Pop*, Komunikasi dan Penyiaran Islam, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus), 2013.
- Folder SEO. *Apa Itu SEO Friendly dan Bagaimana Cara Penerapannya*, (2017) <http://www.google.co.id/amp/s/www.foldersei.com/apa-itu-seo-friendly/amp/> (diakses 1 Januari 2019).

- Hermanto. *Konsep Minat*, <http://kasturi82.blogspot.com/2011/12/konsep-minat.html>. 2011 (diakses 12 Maret 2019).
- <http://www.tribun-timur.com/profil.php>.
- Ilahi Wahyu, M.A. *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2010) cet. 1.
- Kriyantono Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (cet. III: Jakarta Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 41.
- Kurniawan Agung. *Transformasi Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Pembaruan, 2005).
- Mappanganro Jumadi (News Manager Tribun Timur), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 10 Juni 2019.
- Moleong Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet 31: Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).
- Mubarok Ahmad. *Psikologi Dakwah "Membangun Cara Berpikir dan Merasa"*, (Malang: Madani Press, 2014).
- Natasya. *Off-Page Optimization (Panduan bagi Pemula)*. Dewaweb (2017), (<https://www.dewaweb.com/blog/off-page-seo/>) (diakses 05 Juli 2019).
- Nuruddin, *Jurnalisme Masa Kini* (Cet. 1; Jakarta: Rajawali Pers, 2009).
- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Cet. 2; Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara, 2008).
- Prasetyo Dwi Sunar. *Rahasia Mengajarkan Gemar Membaca pada Anak Sejak Dini*, (Yogyakarta: Think 2008), h. 54.
- Pratama Putu Agus Eka, *Komputer dan Masyarakat* (Bandung Informatika, 2014).
- Romli Asep Syamsul M.. *Jurnalistik Online "Panduan Praktis Mengelola Media Online"*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012).
- Rumarni Maria Assumpta, *Dasar-Dasar Public Relation-Teori & Praktik*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia).
- Ruslan, Rosady *Metode Penelitian Publik Relation dan Komunikasi*, Edisi I (Cet IV, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008).
- Santana Septiawan K, *Jurnalisme Kontemporer*, edisi kedua (Yayasan Obor Indonesia).
- Saputra Mulyadi, *Keunggulan dan Kekurangan Media Online*, Inspirasi Komunikasi, (2013), <http://terinspirasi.komunikasi.blogspot.com/2013/02/keunggulan-dan-kekurangan-media-online.html?m=1> (diakses 16 Maret 2019).
- Satori Djam'an dan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (cet. 6: Bandung: Alfabeta, 2014), h. 130.
- SEO Gereggi. *Pengertian Search Engine (Mesin Pencari)*, SEOGereggi.cpm (2015), <http://www.seogereggi.com/2015/03/pengertian-search-engine-mesin-pencari.html?m=1> (diakses 10 Maret 2019).

- Setiawan Samhis, *Pengertian Internet "Interconnection Network"*. Guru Pendidikan.com (2019), (<http://www.asep-hs.web.um.ac.id>) (diakses 13 Maret 2019).
- Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006).
- Sumardi Edi (Penanggung Jawab Media Sosial), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 1 July 2019.
- Suryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015) cet. 1.
- Suryawati Indah. *Jurnalistik Suatu Pengantar*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014).
- Syofiyanti Dessy, *Wawancara dan Obsrvasi*, Renungan Hati, (2011) <http://echisyofiyani.blogspot.com/2011/01/wawancara-dan-observasi.html?m=1> (diakses 10 Maret 2019).
- Tribun Timur, *Profil Tribun Timur*, Blog Tribun Timur (2009), (<http://blogtribuntimur.blogspot.com/2009/11/prpfil-tribun-timur.html?=1>) (diakses 13 Maret 2019).
- Usman Husaini dan Pornomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Cet IV, Jakarta PT. Bumi Aksara, 2011).
- Widjaja, A. W. *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, 2000).
- William L. Rivers-Jay W. Jensen Theodore Peterson, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, edisi kedua (Jakarta Prenamedia Group).
- Yakin Syamsul (Koordinator TI), wawancara, oleh penulis di ruang redaksi harian *Tribun Timur*, Tgl 13 Juni 2019.
- Yasha. *On-Page SEO: Anatomi Web Page yang Optimal*. Dewaweb (2017), (<https://www.dewaweb.com/blog/on-page-seo/#>) (diakses 05 Juli 2019).
- Yunus Syarifuddin. *Jurnalistik Terapan* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).