

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bab ini merangkum temuan peneliti mengenai penerapan teknik SEO pada pemberitaan di *GNFI*, serta menelaahnya melalui perspektif teori ekonomi politik media McQuail. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan data pendukung yang diperoleh dari informan, dengan tujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana praktik SEO tidak hanya berfungsi dalam ranah teknis jurnalistik, tetapi juga berhubungan erat dengan kebutuhan ekonomi dan strategi bisnis media digital.

Penelitian mengenai penerapan teknik SEO pada pemberitaan di *GNFI* menunjukkan bahwa strategi ini telah berjalan secara terarah dan terstruktur. *GNFI* secara konsisten menerapkan metode SEO *on-page* pada bagian-bagian tertentu di dalam beritanya, seperti pada judul, meta *description*, URL, deskripsi gambar, *lead*, *heading*, hingga badan berita. Selain itu, *GNFI* juga memperhatikan pada optimasi eksternal melalui metode SEO *off-page* yang praktiknya dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, serta melakukan pengecekan *backlink*. Dalam proses penerapan SEO yang dilakukan *GNFI*, terdapat beberapa tahapan yang dijalankan oleh *GNFI* dengan bantuan berbagai *tools*, yang pertama adalah melakukan riset kata kunci dengan bantuan *tools* yang digunakan, seperti *Google Trends*, *SEMrush*, *Serpdrill*, dll. Tahapan kedua, optimasi artikel yang menggunakan *tools Detailed SEO* dan *Google Alerts*. Adapun untuk tahapan ketiga, yaitu *technical* atau melakukan pemantauan *website*, *GNFI* menggunakan *tools* seperti, *Google Search Console* dan *PageSpeed Insight*. Praktik dari penerapan SEO yang dilakukan *GNFI* merupakan bagian dari upaya meningkatkan *traffic* berita yang ada di *GNFI*, di mana berdasarkan wawancara dengan Spesialis SEO *GNFI*, diketahui bahwa sekitar 80% *traffic GNFI* berasal dari mesin pencari. Dalam melakukan penentuan *traffic* tersebut, tolak ukur utama yang menjadi perhatian *GNFI* adalah jumlah klik dan *pageview* yang didapatkan. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa SEO menjadi pilar utama dalam strategi pemberitaan di *GNFI*.

Akan tetapi dalam praktik penerapan SEO di era digital saat ini, tantangan yang dihadapi bukan hanya datang dari persaingan sengit antar media *online*, tetapi juga adanya tantangan baru dari *Artificial Intelligence* atau kecerdasan buatan, yang kini juga hadir dalam mesin pencari yang dikenal dengan sebutan *AI overview*. Fitur AI tersebut berpotensi menurunkan jumlah kunjungan langsung ke *website*, karena pengguna dapat memperoleh informasi tanpa perlu melakukan akses ke laman berita. Kondisi ini menjadi tantangan struktural bagi keberlanjutan *traffic website*, sekaligus menegaskan bahwa strategi SEO harus terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Oleh karena itu, dalam menghadapi situasi tersebut *GNFI* berupaya melakukan sejumlah cara untuk menghadapi tantangan dari hadirnya *AI overview*. Beberapa cara yang dilakukan oleh *GNFI*, yaitu, yang pertama adalah dengan tetap menulis sesuai kaidah SEO. Kedua, mengelola dan mengoptimasi ulang artikel lama. Ketiga, mulai fokus pada pencarian topik atau kata kunci yang *trending*. Keempat, mengoptimalkan pencarian kata kunci untuk topik musiman. Kelima atau yang terakhir adalah dengan menghadirkan AI sebagai bagian dari pengembangan SEO di *GNFI* atau dengan kata lain adalah fokus pada manfaat yang bisa didapatkan dari penggunaan AI.

Berdasarkan temuan yang didapatkan dan kemudian ditinjau dari perspektif teori ekonomi politik media milik McQuail, maka penerapan SEO di *GNFI* memperlihatkan bahwa strategi editorial dan teknis tidak semata-mata ditujukan untuk meningkatkan kualitas konten, melainkan juga berkaitan erat dengan orientasi ekonomi, yaitu kebutuhan untuk tetap dapat menjalankan bisnis media. Peningkatan *traffic* melalui SEO telah menjadi gambaran, bahwa *audiens* atau khalayak juga memiliki peran sebagai komoditas yang dapat dimonetisasi. Hal ini tercermin dari fakta bahwa iklan pada *website GNFI* bukanlah sumber utama pendapatan, melainkan *traffic* yang dihasilkan dari SEO, justru dapat memperkuat posisi *GNFI* dalam menawarkan paket *placement* lintas *platform* (*Instagram, TikTok, YouTube, dan website*). Dengan kata lain, SEO tidak hanya berfungsi sebagai teknik optimasi untuk muncul pada hasil

pertama pencarian di mesin pencari, tetapi juga merupakan bagian dari kebutuhan ekonomi untuk meningkatkan daya tawar *GNFI* di mata mitra bisnis atau pengiklan melalui komodifikasi khalayak. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman bahwa di era media digital, keberlangsungan media bukan hanya ditentukan oleh kualitas konten. Akan tetapi juga dilihat dari sejauh mana media mampu mengintegrasikan strategi teknis, seperti SEO, dengan model bisnis yang dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan industri dan teknologi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terkait penerapan teknik SEO pada pemberitaan di portal berita *online GNFI*, maka saran yang dapat peneliti tuliskan adalah sebagai berikut:

a. Saran Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini hanya terfokus pada satu studi kasus, yaitu penerapan teknik SEO pada pemberitaan di portal berita *online GNFI*. Oleh karena itu, untuk penelitian berikutnya dapat memperluas objek kajian dengan membandingkan dan meneliti lebih dari satu media digital untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif terkait penerapan SEO pada industri media digital.

b. Saran Praktis

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, peneliti menilai bahwa *GNFI* masih dapat lagi menambah peluang untuk meningkatkan *traffic website GNFI* dengan cara mengoptimalkan penggunaan media sosial, terutama pada *platform X (Twitter)*. Selama ini, akun *X GNFI* lebih sering digunakan untuk menyajikan berita singkat khusus media sosial, tanpa secara konsisten menghubungkan konten tersebut dengan artikel di *website*. Padahal, interaksi *audiens* pada *platform* tersebut cukup tinggi dan berpotensi besar untuk meningkatkan *traffic* ke *website* utama.