

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Eksistensi media konvensional seperti koran, majalah, atau radio sudah mulai beralih menjadi media berbasis *online*. Ini dikarenakan perkembangan teknologi saat ini dimana semua aktivitas menggunakan *platform* digital, termasuk dalam kegiatan mencari informasi. Jadi yang sebelumnya menggunakan media konvensional kini beralih dan menggunakan media *online* dimana menawarkan kemudahan dan kepraktisan, serta informasi yang lebih cepat dan beragam.

Media *online* secara umum adalah segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet. Sedangkan secara khusus yang dimaksud media *online* adalah segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet secara , baik itu segala jenis media cetak maupun media elektronik (Vera, 2016: 89).

Perubahan dari kemajuan teknologi di bidang media juga saat ini sudah banyak diaplikasikan di banyak media koran, majalah, atau radio yang mulai beralih menjadi media berbasis *online*. Berdasarkan data dari Dewan Pers pada 2018 mengatakan bahwa media *online* di Indonesia berjumlah 43 ribu. Dengan jumlah sebanyak ini juga berdampak kepada persaingan media *online* saat ini yang cukup ketat untuk bisa menarik pembaca ke dalam situs media tersebut.

Maka dari itu dalam pelaksanaannya media *online* ini juga menggunakan berbagai macam cara dan teknik yang bisa membuat situs yang sudah digunakan bisa bersaing terutama di mesin pencari Google.

Pikiran Rakyat adalah salah satu media yang kini sudah mulai beralih ke media *online*. Sebagai media yang sudah sangat populer saat masih berbasis konvensional, Pikiran Rakyat sendiri mendapatkan atensi yang bagus dari pembaca ketika mulai beralih menjadi media *online*. Hal ini terbukti dari data *Alexa Rank* dimana Pikiran Rakyat berada di urutan keempat untuk *website* yang paling populer di Indonesia setelah Google, Okezone, dan Youtube. Posisi yang diraih tersebut tentunya karena Pikiran Rakyat memiliki teknik dan caranya tersendiri yang digunakan untuk bersaing dengan media *online* lainnya, termasuk dalam penerapan *Search Engine Optimizaton* (SEO) dan penggunaan *platform* Google Trends.

Jika dilihat secara seksama situs Pikiran Rakyat dan cabangnya seperti Potensi Badung, Pikrian Rakyat Tasikmalaya, Portal Jember, Pikiran Rakyat Bogor, Jurnal Garut Pikiran Rakyat, dan masih banyak lagi portal lainnya yang seringkali menempati urutan pertama dalam mesin pencari. Hal tersebut tentunya berdampak baik kepada media tersebut karena akan mendapatkan volume pembaca yang banyak dari berita yang dibuatnya. Posisi dan visibilitas yang diraih oleh portal Pikiran Rakyat dan cabangnya tersebut juga tak lepas dari penerapan teknik atau metode *Search engine optimization* (SEO) dan salah satunya menggunakan *platform* Google Trends sebagai tempat untuk mendapatkan kata kunci yang akan dibahas dalam penelitian ini.

SEO atau Optimasi Mesin Pencari merupakan teknik atau upaya mengoptimasi situs supaya dapat bersaing dan tampil di berita utama mesin pencari Google. Dengan teknik SEO ini situs akan mudah untuk ditemukan pembaca sehingga berpotensi menyedot lebih banyak *traffic* ke dalam situs.

Menurut Hernawati (2013), SEO adalah proses yang berlangsung secara sistematis dan berujung untuk meningkatkan jumlah kunjungan pembaca dari mesin pencari menuju situs *web*, dengan memanfaatkan algoritma, dimana salah satunya adalah *page rank*. Tujuannya adalah untuk membuat sebuah situs memiliki peringkat teratas di Google dan bisa mendapatkan pembaca yang lebih banyak.

Menurut Rika (2018) *Search Engine Optimizaton* (SEO) dapat diartikan sebagai sebuah seni atau ilmu yang dapat membantu sebuah *website* supaya tercantum dalam *search engine* misalnya Google, MSN, Ask dan mesin pencari lain berdasarkan kata kunci atau frasa yang relevan. Pada intinya, metode SEO adalah proses agar sebuah *website* dapat ditemukan dan ditelusuri melalui mesin pencari dengan mudah.

Sementara itu salah satu cara yang juga bisa digunakan untuk mendapatkan kata kunci yang berbasis SEO adalah penggunaan *platform* bernama Google Trends. Google Trends adalah sebuah situs yang dibuat oleh Google.Inc yang berisi data terkait tren pencarian kata kunci di mesin pencari Google dan juga berita atau informasi yang sedang ramai ditelusuri (Ibrahim dalam Riyanto, 2014:53). Bisa dikatakan Google Trens ini merupakan suatu alat, *platform* dan atau aplikasi yang diluncurkan oleh Google sebagai wadah untuk menampilkan data dan statistik apa saja yang sedang terjadi dan banyak dicari di Google. Data tersebut diperoleh dari volume banyaknya pengguna internet mencari sebuah isu berdasarkan kata kunci yang digunakan. Data tersebut juga bisa menampilkan minat apa yang sedang banyak dibutuhkan oleh pembaca secara *real time*.

Google Trends merupakan layanan yang disediakan oleh Google yang bisa dipakai oleh pengguna untuk mencari data terkait dengan popularitas pencarian dari kueri tertentu. Layanan Google Trends sendiri telah dirilis sejak 2006 dan terus mendapatkan pembaruan sistem dan pengembangan lebih lanjut. Kelebihan dari Google Trends ini dimana menyediakan data yang lengkap tentang kueri apa saja yang memang sedang banyak ditelusuri oleh pengguna Google, sehingga sangat cocok untuk melakukan riset kata kunci. Pengguna bisa menemukan ide kata kunci yang memiliki jumlah volume pencarian tinggi, serta melihat komparasi data dari setiap kata kunci yang akan digunakan. Maka tak sedikit saat ini media *online* yang juga menggunakan *platform* Google Trends ini sebagai bahan rujukan untuk mendapatkan kata kunci yang akan digunakan dalam pembuatan tulisan berita di situsnya. Dengan begitu media *online* juga bisa menyediakan informasi apa yang dicari oleh para pembaca.

Adapun keuntungan bagi media *online* menggunakan alat Google Trends ini adalah dalam usaha untuk mendapatkan banyak pembaca di internet. Selain itu kebutuhan media *online* dalam menerapkan SEO sendiri salah satunya adalah dengan menyediakan konten yang berbasis kepada kebutuhan pembaca, dimana datanya bisa diperoleh dari Google Trends. Nantinya kata kunci hasil dari Google Trends tersebut diolah dengan menerapkan teknik SEO yang sesuai sehingga bisa tampil di halaman pertama dan mendapatkan jumlah *traffic* pembaca yang banyak.

Menurut Andi (2014), ada 6 kelebihan dari Google Trends apabila digunakan sebagai alat pencari kata kunci, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Mesin pencari Google merekam setiap kata yang dimasukkan oleh pengguna Google sejak tahun 2004 untuk dijadikan bahan riset dalam penggunaan Google Trends.
- 2) Google Trends dapat digunakan digunakan untuk melakukan riset apa yang dicari oleh pengguna Google dengan 5 kata kunci sekaligus.
- 3) Google Trends mampu menampilkan kata kunci-kata kunci alternatif yang berkaitan dengan kata kunci yang dimasukkan, yang sedang naik daun.
- 4) Google Trends dapat menyajikan minat kawasan berdasarkan Propinsi dan Kota yang melakukan pencarian berdasarkan kata kunci tertentu.
- 5) Kata kunci yang menunjukkan rating tinggi yang telah dianalisa menggunakan Google Trends sebaiknya digunakan sebagai kata kunci utama pada saat melakukan promosi menggunakan internet (bisa diletakkan pada url, *title web*, judul artikel, ataupun deskripsi).
- 6) Kota-kota yang disajikan oleh Google Trends sebaiknya menjadi kota tujuan utama dalam melakukan promosi (dapat melalui iklan gratis berbasis *website* ataupun dalam meta *tag* dan artikel).

Google Trends juga sangat efektif untuk memantapkan penerapan *Search Engine Optimizaton* (SEO). Setidaknya ada 4 manfaat yang bisa diperoleh dari penggunaan Google Trends ini, diantaranya:

- 1) Google Trends dapat memberikan ide konten yang tak terpikirkan dan memiliki nilai volume pencarian yang populer di mesin pencari Google.
- 2) Google Trends memungkinkan untuk mendapatkan suatu riset dari beberapa produk yang nantinya akan memudahkan dalam pengoptimalan konten.

- 3) Konten yang sudah ter-riset menggunakan Google Trends dan SEO, maka kemungkinan besar konten tersebut akan semakin populer dan konsisten dalam kurun beberapa waktu tertentu.
- 4) Dalam memperbarui brand atau konten akan semakin mudah dan terarah.

Selain itu topik penelitian ini juga penting untuk dipelajari oleh akademisi. Bukan hanya karena pembahasan mengenai SEO dan Google Trends ini masih jarang dibahas di perkuliahan dan mata kuliah di Jurnalistik UIN Bandung saja, tetapi bisa juga menjadi gambaran bagi para akademisi dan prodi kedepannya, terutama para calon jurnalis. Hal ini karena pada industri media berbasis *online* saat ini, dasar praktek jurnalistik saja tidak cukup untuk menyesuaikan kebutuhan media. Para jurnalis atau *content creator* juga diharapkan menguasai teknik dan metode lainnya yang digunakan dalam penulisan di media *online*, termasuk memahami *Search Engine Optimizaton* (SEO) dan Google Trends sebagai salah satu turunannya.

Oleh karena itu, topik mengenai “Penggunaan Google Trends Dalam Menentukan Ide Dan Membuat Tulisan Seo Di Media *Online* Jurnal Garut” ini layak untuk diteliti dengan tujuan dapat menambah wawasan peneliti, juga supaya bisa diketahui oleh publik, mahasiswa Ilmu Komunikasi, jurnalis, maupun pengusaha yang tertarik di bidang media, sehingga bisa mendirikan media-media *online* yang mampu bersaing di mesin pencari khususnya dalam hal ini adalah Google.

Saat ini materi pembahasan tentang *Search Engine Optimizaton* (SEO) atau teknik pencarian isu berdasarkan Google Trends sendiri juga masih minim

diberikan dalam pembelajaran di sekolah atau di mata kuliah. Padahal pengetahuan tentang SEO ini amat penting di industri media *online* saat ini yang seringkali memasukkan kriteria SEO dalam lowongannya. Selain itu adanya SEO ini juga memunculkan profesi baru seperti *SEO Specialist* dimana bertugas untuk bisa melakukan optimasi SEO kepada portal media *online*. Selain itu, *content creator* dan *content writer* saat ini juga banyak yang dibekali dengan pemanfaatan Google Trends sebagai salah satu cara yang digunakan untuk membuat konten di media *online*. Pembahasan mengenai *SEO Specialist* dan *Content writer* di media *online* tersebut akan erat kaitannya dengan topik pembahasan dalam penelitian ini.

Dengan memahami teknik atau metode SEO serta pemanfaatan *platform* Google Trends ini selain menjadi bahan wawasan untuk pribadi, tetapi juga bisa membuka wawasan lebih banyak lagi bagi para akademisi, calon jurnalis, serta pembisnis yang bergelut di bidang media *online* supaya dapat bersaing dalam peningkatan visibilitas medianya di mesin pencari Google.

Peneliti mencoba untuk meneliti bagaimana penggunaan Penggunaan Google Trends Dalam Menentukan Ide Dan Membuat Tulisan Seo Di Media *Online* Jurnal Garut, dimana termasuk dalam bagian dari situs Pikiran Rakyat. Dimana Jurnal Garut Pikiran Rakyat ini juga ternyata menggunakan teknik *Search Engine Optimizaton* (SEO) dalam kegiatan jurnalistiknya, serta melakukan riset pada fitur Google Trends dalam menentukan kata kunci untuk konten tulisan dan berita yang dimuat.

1.2. Fokus Penelitian

Menurut Moleong (2014:97) fokus penelitian merupakan inti yang didapatkan dari pengalaman peneliti atau melalui pengetahuan yang diperoleh dari studi kepustakaan ilmiah.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, fokus yang akan diambil peneliti adalah terkait strategi, implementasi, dan implikasi penerapan *platform* Google Trends pada media *online* Jurnal Garut melalui situs Jurnalgarut.pikiran-rakyat.com. Serta mencari tahu tentang bagaimana hasil yang didapatkan dari tulisan yang diangkat berdasarkan rujukan Google Trends menjadi sebuah produk artikel yang dimuat di situs media *online* yang sesuai dengan kaidah SEO.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan tadi, terdapat 3 pertanyaan utama yang akan coba dijawab dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Bagaimana strategi penulisan berita dan artikel yang digunakan dengan menerapkan SEO di Jurnal Garut?
- 2) Bagaimana implementasi dari penggunaan Google Trends dalam penulisan berita dan artikel SEO di Jurnal Garut?
- 3) Bagaimana implikasi yang didapatkan dari tulisan yang dibuat menggunakan Google Trends dan teknik SEO di Jurnal Garut?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Mengetahui strategi penulisan berita dan artikel yang digunakan dengan menerapkan SEO di Jurnal Garut?
- 2) Mengetahui implementasi dari penggunaan Google Trends dalam penulisan berita dan artikel SEO di Jurnal Garut?
- 3) Mengetahui implikasi yang didapatkan dari tulisan yang dibuat menggunakan Google Trends dan teknik SEO di Jurnal Garut?

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian Penggunaan Google Trends Dalam Menentukan Ide dan Membuat Tulisan SEO di Media *Online* Jurnal Garut ini meliputi secara akademis dan secara praktis.

- 1) Secara Akademis

Pertama penelitian ini bertujuan untuk bisa menambah wawasan dan menjadi bahan referensi terkait dengan penggunaan Google Trends dan pemahaman tentang teknik penulisan berbasis *Search Engine Optimizaton* (SEO) yang sangat penting dikuasai di era digital sekarang ini. Selain itu semoga penelitian ini juga bisa berguna untuk para calon jurnalis, *content creator*, *content writer* maupun media yang ingin bersaing dalam persaingan media massa yang cukup ketat dewasa ini.

2) Secara Praktis

Penelitian ini bisa menjadi pertimbangan para pemilik media *online* dalam pembuatan kebijakan redaksi untuk strategi penggunaan *platform* Google Trends dalam penentuan isu tulisan berbasis SEO. Selain itu semoga hasil pembahasan dalam skripsi ini bisa meningkatkan pengetahuan serta pemahaman praktisi serta masyarakat terkait dengan literasi media *online*.

1.5. Landasan Pemikiran

Saat ini Jurnalistik *Online* menggunakan cara dan teknik yang berbeda dengan kegiatan Jurnalistik Konvensional. Salah satunya dalam mencari ide tulisan, sebelumnya di media konvensional cara yang ditempuh hanya sebatas melakukan liputan langsung ke lapangan. Sedangkan saat ini banyak cara yang bisa ditempuh untuk mencari ide tulisan. Salah satunya dengan menggunakan Google Trends dimana menyediakan data tentang apa saja yang memang sedang ramai dicari oleh pengguna internet.

1.5.1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan beberapa skripsi dan jurnal terdahulu yang penulis pelajari, terdapat beberapa saran untuk penulis sebagai komparasi penelitian yang akan dilakukan.

Pertama, Dwi Riyanto, Andi (2018). Pemanfaatan Google Trends Dalam Penentuan Kata Kunci Sebuah Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Bisnis Di Dunia Internet. Metode yang peneliti gunakan adalah metode penelitian

tindakan (*action research*) yang dikenalkan pertama kali oleh Lewin di Inggris pada tahun 1933 (Kartowagiran, 2005). *Action research* merupakan suatu kerangka penelitian pemecahan masalah. Dalam metode ini terdapat sinergi yang dibuat oleh peneliti dan objek untuk mencapai sebuah tujuan. Sementara itu dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan situs Google Trends untuk uji coba terhadap fokus penelitian.

Hasil dari penelitian menunjukkan Google telah menyimpan data pencarian dari para pengguna sejak tahun 2004 yang berfungsi untuk menjadi bahan riset. Google Trends ini bisa digunakan untuk melihat komparasi data dari lima kata kunci sekaligus. Selain itu, Google Trends juga menyediakan banyak referensi kata kunci alternatif yang bisa menjadi rujukan lainnya yang masih terkait dengan kueri yang dimaksud.

Lebih lanjut, situs ini juga bisa menampilkan data pencarian berdasarkan lokasi atau wilayah tertentu. Nantinya kata kunci yang memiliki volume pencarian tinggi di Google Trends juga biasanya digunakan pada optimasi kata kunci pada konten dan masukkan pada url, *title web*, *title* artikel, ataupun deskripsi.

Kedua, Iin Apriyanti (2015). Penerapan “*Search Engine Optimizaton (SEO) Friendly*” Untuk Meningkatkan Minat Baca Pelanggan Media *Online* Tribun Timur Makassar. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu menggambarkan karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi, atau kelompok tertentu (Moeloeng, 2014:14).

Hasil yang diperoleh adalah bahwa Tribun Timur mendapatkan trafik kunjungan tinggi berkat penerapan *Search Engine Optimizaton (SEO)* yang

dilakukan. Selain itu alasan lain mengapa Tribun Timur bisa berkembang pesat adalah menyediakan berita yang cepat, menarik, benar, dan penting.

Ketiga, ST Nurjanah (2019). Penerapan “*Search Engine Optimizaton (Seo) Friendly*” Untuk Meningkatkan Minat Baca Pelanggan Media *Online* Tribun Timur Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan kajian analisis deskriptif yaitu menggambarkan karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi, atau kelompok tertentu (Moeloeng, 2014:4).

Dampak dari penggunaan SEO dalam penelitian ini membuktikan bahwa penerapan SEO yang tepat bisa menampilkan situs di urutan teratas di mesin pencari. Bukan hanya itu, biasanya jumlah kunjungan juga akan terus meningkat seiring dengan optimasi yang dilakukan. Saat ini hampir semua situs *web* yang ada di internet telah menerapkan teknik SEO dalam kegiatannya. Meski memang tidak semua situs menggunakan SEO ini dengan harapan untuk bisa masuk ke halaman pertama pencarian Google.

Keempat, Vallerry Monica Pahu, Sekplin A.S Sekeon , Fima L.F.G Langi (2020). Hubungan Antara Jumlah Kasus Covid-19 Dengan Tren Pencarian Google Terkait Covid-19 Di Sulawesi Utara. Penelitian ini menggunakan metode Observasional Analitik, metode untuk mengungkapkan suatu keadaan tertentu. Penelitian ini mengkaji keterkaitan variabel paparan getaran mekanis terhadap kelelahan dan gangguan kesehatan. Pendekatan yang digunakan adalah cross sectional, karena variabel bebas (faktor risiko) dan variabel terikat (efek) atau kasus yang terjadi pada objek penelitian diukur atau dikumpulkan secara simultan (dalam waktu yang bersamaan) (Notoatmodjo, 2010).

Hasil yang diperoleh terdapat penurunan pencarian kueri Covid 19 seiring dengan kasus yang semakin tinggi karena masyarakat juga memiliki kepanikan terhadap virus baru, dapat menimbulkan kegelisahan dan rasa ingin tahu. Menurut Husnayain, dkk (2020) menunjukkan Google Trends dapat dipakai memantau tingkat kegelisahan masyarakat terhadap kasus Covid-19 di Taiwan.

Kelima, Rofi'ah, Sumardjo, Sarwititi Sarwoprasodjo, Juara P. Lubis (2021). Google Trends dan Analisis Pengelolaan Konflik Sosial di Ruang Publik Virtual. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan netnografi yang dikembangkan oleh Kozinets, Dolbec, dan Earley (2014). Hasil penelitian ini menunjukkan pada penggunaan Google Trends membuat pengguna bisa menemukan berita yang dicari dengan lebih mudah dan terarah. Namun ini juga berdampak pada kesamaan informasi yang ditemukan di internet yang akhirnya menciptakan opini yang juga sama dan terbangun di ruang publik.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Metode dan Teori	Hasil	Relevansi
Dwi Riyanto, Andi (2018)	Pemanfaatan <i>Google Trends</i> Dalam Penentuan Kata Kunci Sebuah Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Bisnis Di Dunia Internet.	Penelitian Tindakan (Action Research)	<i>Google Trends</i> ini bisa digunakan untuk melihat komparasi data dari lima kata kunci sekaligus. Selain itu, <i>Google Trends</i> juga menyediakan banyak referensi kata kunci alternatif yang bisa menjadi rujukan lainnya yang masih terkait dengan kueri yang dimaksud. Lebih lanjut, situs ini juga bisa menampilkan data pencarian berdasarkan lokasi atau wilayah tertentu. Nantinya kata kunci yang memiliki volume pencarian tinggi di <i>Google Trends</i> juga biasanya digunakan pada optimasi kata kunci pada konten dan masukkan pada url, <i>title web</i> , <i>title</i> artikel, ataupun deskripsi.	Pembahasan pada penggunaan <i>Google Trends</i> dalam mencaai isu terkini sebagai gambaran dalam kepenulisan dan produk.
Iin Apriyanti (2015)	Strategi Media <i>Online</i> Melalui <i>Search engine optimization</i> Dalam Menyajikan Informasi (Studi Kasus Pada Portal Tribun Timur),	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian membuktikan bahwa portal Tribun Timur mendapatkan jumlah pengunjung tertinggi karena strategi <i>Search engine optimization</i> yang telah diterapkan, berhasil menempatkan portal Tribun Timur di posisi teratas	Berfokus pada penggunaan <i>Search engine optimization</i> pada media <i>online</i>
ST Nurjanah (2019)	Penerapan " <i>Search engine</i>	Kualitatif Deskriptif	penerapan SEO yang tepat bisa menampilkan situs di urutan teratas di	Penelitian ini memiliki fokus penelitian terhadap

	<i>optimization (SEO) Friendly</i> Untuk Meningkatkan Minat Baca Pelanggan Media <i>Online</i> Tribun Timur Makassar		mesin pencari. Bukan hanya itu, biasanya jumlah kunjungan juga akan terus meningkat seiring dengan optimasi yang dilakukan. Saat ini hampir semua situs <i>web</i> yang ada di internet telah menerapkan teknik SEO dalam kegiatannya. Meski memang tidak semua situs menggunakan SEO ini dengan harapan untuk bisa masuk ke halaman pertama pencarian <i>Google</i> .	teknik SEO yang digunakan di media <i>online</i> dan hasil dari penerapan teknik SEO tersebut dalam muatan produk yang dipublikasi di media <i>online</i> .
Vallery Monica Pahu, Sekplin A.S Sekeon , Fima L.F.G Langi (2020)	Hubungan Antara Jumlah Kasus Covid-19 Dengan Tren Pencarian <i>Google</i> Terkait Covid-19 Di Sulawesi Utara	Observasional Analitik	hasil yang diperoleh terdapat penurunan pencarian kueri Covid 19 seiring dengan kasus yang terjadi semakin tinggi. Hal ini terjadi karena masyarakat juga memiliki tingkat kepanikan terhadap virus baru dan dapat menimbulkan kegelisahan dan rasa ingin tahu	Penelitian ini berfokus kepada data yang disajikan oleh <i>Google Trends</i> dan hubungannya kepada kata kunci yang digunakan dalam pencarian di media onlien dan internet
Rofi'ah, Sumardjo, Sarwititi Sarwopras odjo, Djuara P. Lubis (2021)	<i>Google Trends</i> dan Analisis Pengelolaan Konflik Sosial di Ruang Publik Virtual	Kualitatif Netnografi	penggunaan <i>Google Trends</i> membuat pengguna bisa menemukan berita yang dicari dengan lebih mudah dan terarah. Namun ini juga berdampak pada kesamaan informasi yang ditemukan di internet yang akhirnya menciptakan opini yang juga sama dan terbangun di ruang publik.	Penelitian ini mengambil fokus kepada Googe <i>Trends</i> dan menggambarkan bagaimana <i>Google Trends</i> memiliki pengaruh terhadap konten informasi yang beredar di internet dan media <i>online</i> .

Berdasarkan 5 penelitian tersebut, ada beberapa kesamaan dan perbedaan dengan fokus penelitian ini. Secara keseluruhan terdapat kesamaan dimana tiga penelitian mengambil fokus kepada *Search Engine Optimizaton* (SEO) dan dua penelitian berfokus kepada Google Trends dan hubungannya terhadap informasi di media *online* dan internet.

1.5.2. Landasan Teoretis

Penelitian ini menggunakan teori Konvergensi Media, dimana intinya konvergensi media merujuk pada pertemuan antara media lama dengan media baru.

“By convergence, the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences” (Jenkins, 2008: 2)

Dalam konvergensi media sendiri tidak hanya mencakup pada pergeseran di bidang dan proses teknologi, lebih dari itu juga termasuk untuk pergeseran dalam paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru.

Teori konvergensi yang diteliti oleh Henry Jenkins dalam bukunya yang berjudul *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* pada tahun 2008, menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat. Konvergensi media ini menyatukan 3C yaitu *computing* (memasukkan data melalui komputer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi/isi konten).

Secara istilah Konvergensi media bisa dipahami sebagai penggabungan media media atau aspek aspek menuju kepada tujuan yang sama. Lebih lanjut,

konvergensi media cenderung pada eksistensi perkembangan media komunikasi digital yang bisa memunculkan konvergensi jaringan. Sementara konvergensi secara harfiah adalah dua benda atau lebih bertemu/bersatu di suatu titik pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat (Khomsahrial Romli, 2016). Secara umum, konvergensi bisa dipahami sebagai proses penyatuan beberapa aspek dalam satu tujuan atau fokus yang sama. Namun adanya sudut pandang yang berbeda membuat definisi dari konvergensi itu sendiri juga berbeda.

Henry Jenkins menjelaskan bahwa konvergensi lebih menguntungkan pihak industri media, sebab dapat memberikan kesempatan bagi mereka untuk lebih memaksimalkan penggunaan aneka *platform* media dengan tujuan untuk menjual konten yang sama. disisi lain adanya sensasi terkait munculnya beberapa gambar dalam bentuk yang lain, juga dianggap dapat memberikan nilai tambah (Haryanto, 2014).

Henry Jenkins (2006) berpendapat bahwa konvergensi bukanlah hasil akhir namun sebuah proses yang mengubah bagaimana media diproduksi dan dikonsumsi. Setidaknya ada 5 alasan kepada media berubah diantaranya sebagai berikut:

- 1) Konvergensi ekonomi terjadi ketika sebuah perusahaan mengontrol beberapa produk atau layanan dalam industri yang sama. Misalnya, PT Media Nusantara Citra Tbk, sebuah perusahaan media di Indonesia yang memberikan layanan dalam industri penyiaran televisi (RCTI, GTV, MNC TV, *INews* TV), media cetak (Koran SINDO), jaringan radio (MNC Trijaya FM), dan lain-lain.

- 2) Konvergensi sosial atau organik terjadi ketika seseorang menonton berbagai jenis program televisi atau siaran televisi secara daring dan pada saat yang sama melakukan komunikasi *online* berupa bertukar pesan teks dengan teman sekaligus juga mendengarkan musik.
- 3) Konvergensi teknologi adalah menyatunya berbagai teknologi yakni ketika satu atau lebih media yang berbeda ditransformasikan ke dalam bentuk digital.
- 4) Konvergensi budaya terjadi ketika berbagai kisah mengalir ke berbagai macam bentuk media adalah satu komponen. Misalnya, sebuah novel yang menjadi serial televisi seperti *Band of Brother*.
- 5) Konvergensi global adalah proses pengaruh budaya yang berjarak jauh secara geografis terhadap budaya lainnya. Misalnya, industri perfilman Bollywood di India yang terinspirasi dari industri perfilman Hollywood di Amerika Serikat.

Relevansinya konvergensi media saat ini memang erat kaitannya dengan penggunaan berbagai *platform* teknologi di media *online*. Implementasi dari adanya Konvergensi Media tersebut saat ini memang sudah terlihat dari praktek yang dilakukan oleh industri media *online* dimana memanfaatkan berbagai macam *platform* dan *tools* penunjang seperti adanya SEO dan Google Trends. Dimana pada akhirnya antara media *online*, SEO dan Google Trends ini juga menjadi 3 hal yang pasti ada dalam industri media *online* sebagai penunjang kegiatan jurnalistik model baru di internet. Sesuai dengan yang disebutkan oleh Teori Konvergensi Media, ketiga komponen ini sama sama menuju satu titik yang sama dimana muara dari

industri media di internet saat ini adalah produk tulisan Jurnalistik dengan jumlah pembaca yang banyak dan membawa kepada keuntungan materil.

Adapun dimensi yang digunakan adalah Konvergensi Teknologi, yaitu konvergensi sebagai proses penggabungan antara media, industri telekomunikasi dan komputasi dan penyatuan segala bentuk komunikasi termediasi dalam bentuk digital. Konsep ini juga sesuai dengan teori konvergensi media yang disebutkan oleh Henry Jenkins dimana praktek kegiatan Media *Online* juga mencakup kepada unsur 3C yaitu *computing* (memasukkan data melalui komputer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi/isi konten).

Pada penelitian ini peneliti akan mencoba menjelaskan bagaimana bab 3

1.5.3. Landasan Konseptual

A. Media Online

Media *online* secara umum adalah segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet. Sedangkan secara khusus yang dimaksud media *online* adalah segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet secara *online*, baik itu segala jenis media cetak maupun media elektronik (Vera, 2016: 89).

Sedangkan menurut perebinosof (2005) Media *online* merupakan jaringan komputer yang terkoneksi dengan internet dan dapat dijangkau secara luas oleh siapapun dengan perizinan dan siapapun dapat berbagi informasi satu sama lain dalam ruang lingkup kecil maupun antar negara. (dalam Sopiah, 2014:46). Dari pemikiran tersebut dapat dipahami bahwa media *online* merupakan hasil dari

adanya jaringan komputer yang terkoneksi internet sehingga membuat sebuah situs bisa diakses kapan saja dan dimana saja dari ruang lingkup kecil maupun besar.

B. Google Trends

Google Trends adalah situs *web* yang dimiliki Google.Inc yang berisi tren penggunaan kata kunci di *website* mesin pencari Google dan berita yang sedang tren (Ibrahim dalam Riyanto, 2014:53). Bisa dikatakan Google Trends ini merupakan suatu alat, *platform* dan atau aplikasi yang diluncurkan oleh Google sebagai wadah untuk menampilkan data dan statistik apa saja yang sedang terjadi dan banyak dicari di Google.

Google Trends saat ini banyak digunakan oleh media *online* untuk mencari dan menentukan kata kunci yang akan digunakan dalam membuat produk jurnalistik baik itu artikel maupun berita. Relevansi yang diambil adalah aspek pembahasannya juga mencari tahu bagaimana penggunaan alat Google Trends ini di media *online* dalam hal optimalisasi konten dan pemanfaatan lainnya.

C. Search Engine Optimization (SEO)

Menurut Septi Maulida dari IDN Times dalam Indonesia Writers Festival 2020, teknik SEO yang digunakan dalam penulisan berita di media *online* mencakup banyak aspek mulai dari teknik penerapan SEO *Off-page* dan *On-page* termasuk struktur penulisan, jumlah kata, penempatan kata kunci, kata kunci density, meta *title* and *description*, internal *link* dan eksternal *link* dan struktur URL, *Alt text* dalam gambar. Beberapa poin tersebut juga harus diterapkan di berita maupun artikel untuk menjadi tulisan berbasis SEO dan disukai oleh Google.

Dapat diasumsikan bahwa SEO ini merupakan teknik yang wajib untuk dilakukan oleh media *online* dalam kegiatan jurnalistiknya yang memerlukan optimalisasi terhadap *platform* bernama Google sehingga bisa tampil di halaman teratas dan mendapatkan banyak pembaca. Hal ini memiliki keterkaitan erat dengan penelitian yang sedang dengan penelitian yang sedang dilakukan, karena meujuk kepada salah satu objek penelitian yakni teknik penelitian SEO yang diterapkan di media *online*.

1.6. Langkah-langkah Penelitian

1.6.1. Paradigma dan Pendekatan

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan studi kasus. Paradigma konstruktivisme menurut (Syaodih, 2007:94) dalam (Djamal, 2015:36) adalah paradigma yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif, dan merupakan pertukaran sosial yang ditafsirkan oleh individu.

Paradigma konstruktivisme memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Kenyataan itu bersifat ganda, dapat dibentuk, dan merupakan satu keutuhan hasil konstruksi pemikiran. Kenyataan ada sebagai hasil bentukan dari hasil kemampuan berfikir seseorang dan hasil dari pemikiran manusia itu tidak tetap tetapi akan selalu berkembang. Paradigma konstruktivisme berpandangan bahwa pengetahuan itu bukan hanya merupakan hasil pengalaman terhadap fakta tetapi juga pada hasil pemikiran subjek yang diteliti. Pengenalan manusia terhadap realitas sosial berpusat pada objek, hal ini berarti bahwa ilmu pengetahuan semata, tetapi merupakan hasil konstruksi oleh pemikiran (Arifin, 2012:140).

Sedangkan pendekatan studi kasus merupakan jenis pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami sebuah kejadian atau masalah yang telah terjadi dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian diolah untuk mendapatkan sebuah solusi agar masalah yang diungkap dapat terselesaikan. Studi kasus adalah suatu bentuk penelitian (*inquiry*) atau studi tentang suatu masalah yang memiliki sifat kekhususan (*particularity*), dapat dilakukan baik dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif, dengan sasaran perorangan (*individual*) maupun kelompok, bahkan masyarakat luas menurut (Basuki, 2006).

Adapun jenis studi kasus yang digunakan adalah Studi kasus instrumental (*instrumental case study*) adalah penelitian pada suatu kasus unik tertentu dilakukan untuk memahami isu dengan lebih baik juga untuk mengembangkan, memperhalus teori (Basuki, 2006).

1.6.2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kualitatif. Menurut Moleong (2014:4) penelitian kualitatif merupakan prosedur dalam penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari perilaku orang-orang yang dapat diamati.

Pemilihan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini cocok dengan fokus penelitian dimana berfokus pada bagaimana tentang penggunaan Google Trends dalam menentukan ide dan membuat tulisan SEO di media *online* Jurnal Garut Pikiran Rakyat. Nantinya peneliti berusaha menjawab tentang bagaimana penerapan Google Trends dari strategi, implementasi, dan implikasi yang didapat, serta hasil penelitian yang bersifat umum dan bisa saja diterapkan di media lain selain Jurnal Garut PRMN.

1.6.3. Jenis Data dan Sumber Data

A. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif. Data yang akan disajikan merupakan hasil dari wawancara dengan berbagai sumber objek penelitian yang masih relevan dengan pembahasan Penggunaan Google Trends Dalam Menentukan Ide Dan Membuat Tulisan SEO di Media *Online* Jurnal Garut. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pada penelitian kualitatif sumber data yang digunakan berasal dari kata-kata dan Tindakan (Moleong, 2014:157).

Data primer, Menurut Sanusi (2014:104) data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti serta diperoleh secara langsung dari sumber asli. Dalam penelitian ini data yang dihimpun dari proses wawancara kepada redaksi dari media Jurnal Garut terkait dengan penggunaan Google Trends dalam menentukan isu tulisan SEO.

Data sekunder, Menurut Sanusi (2014:104) data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan serta didapat secara tidak langsung melalui media perantara oleh pihak lain. Peneliti tinggal memanfaatkan data tersebut menurut kebutuhannya. Data Sekunder, merupakan sumber data pendukung sebagai penguat data primer dimana disini menggunakan produk tulisan baik itu artikel dan berita yang telah dimuat di media *online* JurnalGarut.pikiran-rakyat.com.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Keduanya dibutuhkan oleh peneliti untuk mendapatkan data konkrit tentang apa yang sedang dibahas dalam penelitian ini berkaitan dengan penggunaan Google Trends dalam menentukan ide dan membuat tulisan SEO di media *online* Jurnal Garut. Sumber data primer merupakan hasil wawancara kepada narasumber dimana data yang diperoleh merupakan sumber data utama yang akan dibahas dalam penelitian ini. Jawaban data primer diperoleh dari wawancara bersama dengan Pimpinan Redaksi dan Editor di media *online* Jurnal Garut yang menjadi pelaksana utama dalam setiap kebijakan yang dilakukan oleh situs JurnalGarut.com.

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan sebagai pendukung atau penguat dari data primer. Dalam penelitian ini sumber data sekunder didapatkan dari hasil wawancara kepada *content creator* dimana merupakan pelaksana dari sistem kebijakan yang diberikan oleh redaksi Jurnal Garut.

1.6.4. Teknik Penentuan Informan

Dalam menentukan informan sendiri akan menggunakan purposive sampling. Menurut Sugiyono (2017) purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang saling berkaitan dengan topik penelitian. Sementara Creswell (dalam Sugiyono, 2017) menyebut setidaknya terdapat 3 sampai 10 orang dalam penelitian.

Adapun ciri-ciri informan yang akan menjadi narasumber adalah sebagai berikut:

- a. Subjek masih berkecimpung di media *online*;
- b. Subjek memiliki pengalaman dalam penggunaan Google Trends dalam meriset kata kunci;
- c. Subjek memiliki pengalaman dalam menulis konten atau berita berbasis SEO;
- d. Subjek mempunyai pengetahuan terkait *Search Engine Optimizaton* (SEO), sehingga subjek dapat menjabarkan hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian;
- e. Subjek berpengalaman dalam mengelola media *online*.
- f. Subjek memiliki waktu luang untuk diwawancarai.

1.6.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik Triangulasi yang dilaksanakan dalam 3 tahap, diantaranya:

1) Wawancara

Lexy J. Moleong Dalam buku "Metode Penelitian Kualitatif", mengonstruksikan tentang manusia, Aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, kebutuhan, perhatian, kebulatan dan lain-lain. Rekonstruksi kebulatan ini seperti yang diharapkan untuk mendapatkan pengalaman masa depan dari orang lain. Manusia dan non-manusia (triangulasi) dan verifikasi, modifikasi dan memperluas struktur yang dikembangkan peneliti sebagai inspeksi anggota.

Wawancara merupakan suatu percakapan yang dilaksanakan oleh dua orang atau lebih dengan maksud tertentu terdiri dari pihak pewawancara dan terwawancara. Pihak pewawancara adalah seseorang yang memberikan pertanyaan dan pihak terwawancara adalah seseorang yang menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut. (Moleong, 2014:186). Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan kepada narasumber yakni Redaksi dan *Content creator* Jurnal Garut Pikiran-Rakyat, dengan mengajukan pertanyaan terbuka secara langsung.

2) Observasi

Menurut Lofland (1971) dalam (Rakhmat, 2003:86) menjelaskan tiga analisis lapangan. Pertama, ketika di lapangan peneliti melakukan catatan mental tentang apa yang terjadi. Kedua, penulis akan meneliti peristiwa-peristiwa yang

akan terjadi. Ketiga, peneliti mengubah catatan menjadi laporan lapangan yang lengkap dan terperinci.

3) Dokumentasi

Menurut Moleong (2014:160) mengemukakan bahwa analisis dokumentasi dapat digunakan karena merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong serta dokumentasi sifatnya alamiah sesuai dengan konteks lahiriyah tersebut. Kepustakaan merupakan teknik penghimpunan bahan bacaan sebagai penguat penelitian. Penghimpunan semua rujukan dimaksudkan untuk bisa melengkapi data yang diperoleh sebelumnya dan menggambarkan lebih jelas terkait dengan fokus dari penelitian.

1.6.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara yang ditempuh dalam tahapan lanjutan penelitian dimana peneliti akan mendeskripsikan hasil temuan dari proses pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi serta menganalisis keterkaitan antara data dan mungkin latar belakang untuk nantinya ditarik sebagai kesimpulan.

Penelitian ini menghasilkan data deskriptif sehingga nantinya peneliti akan mendeskripsikan data hasil temuan dari proses wawancara dan observasi sehingga data yang akan ditampilkan adalah berupa penjelasan dan bukannya data statistik.

Miles dan Huberman (1992:15) dalam Moleong (2014) menyatakan dalam analisis kualitatif dapat dilaksanakan dengan cara terus menerus (interaktif) sampai

tuntas sampai menjadi data jenuh. Analisis data ini melewati beberapa tahap sebagai berikut:

1) Data Collection (Pengumpulan Data)

Data didapatkan dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi data-data atau catatan yang terdapat di lapangan yaitu deskriptif dan refleksi. Catatan deskriptif merupakan catatan alami, catatan mengenai sesuatu yang di dengar, disaksikan, dilihat dan yang peneliti alami tanpa ada asumsi atau tafsiran yang bersumber dari peneliti perihal suatu fenomena yang telah dialami. Catatan refleksi merupakan catatan yang isinya mengenai kesan, komentar, serta pendapat mengenai suatu temuan yang ditemukan, dan perencanaan pengumpulan data pada tahap selanjutnya.

2) Data Reduction (Reduksi Data)

Reduksi data dilakukan dengan mencari tema dan polanya, memilah hal-hal yang dirasa penting, merangkum, serta membuang halhal yang dirasa tidak diperlukan. Reduksi data nantinya akan menghasilkan gambaran dan langkah yang jelas dalam melaksanakan pengumpulan data selanjutnya. Dalam penelitian ini nantinya akan dibuat ringkasan awal hasil dari observasi dan juga wawancara yang dilakukan kepada beberapa informan yang sudah ditentukan serta akan memfilter beberapa temuan pada penelitian yang berlangsung di lapangan.

3) Data Display (Penyajian Data)

Dalam penyajian data bisa bentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik, dan tabel. Tujuan dari penyajian data ialah untuk menggabungkan informasi sehingga bisa menggambarkan keadaan yang terjadi. Peneliti tidak kesusahan dalam menguasai informasi baik dengan semua atau tugas-tugas tertentu dari hasil penelitian, untuk itu peneliti membuat suatu naratif, matrik atau grafik guna memudahkan dalam menguasai informasi data tersebut. Dengan demikian peneliti bisa memiliki penguasaan terhadap data serta tidak terpuruk pada kesimpulan dari informasi yang membosankan. Data yang disajikan dalam penelitian ini ialah data dalam bentuk kata-kata dan tabel.

4) *Conclusion Drawing or Verification* (Menarik Kesimpulan atau Verifikasi)

Kesimpulan yang telah diungkapkan diawal sifatnya masih sementara dan bisa berubah apabila ditemukan bukti-bukti lain. Tetapi apabila pada awal kesimpulan yang sudah diungkapkan dapat didukung dengan bukti yang valid atau sah dan konsisten, maka kesimpulan yang telah diungkapkan adalah kesimpulan yang andal atau kredibel.

Pada penelitian ini data akan dikumpulkan dari 3 kegiatan yaitu wawancara ke beberapa informan, dari observasi dilapangan serta dokumentasi baik rekaman suara, maupun pengambilan gambar. Selanjutnya data yang diperoleh akan difilter, artinya data dari 3 kegiatan diatas yang memiliki ketidaksesuaian dengan penelitian akan dihapus agar fokus penelitian tidak melebar. Kemudian data yang sesuai fokus penelitian akan dipaparkan dengan beberapa pilihan yang ada, hal ini berfungsi agar

penjelasan dalam penelitian bisa dibaca dengan mudah, selanjutnya apabila data dirasa lengkap, selanjutnya akan ditarik kesimpulan akhir.

