

---

## Peran SEO Dalam Pembentukan Agenda Berita Di Akurat.Co

Noor Latifah Adzhari<sup>1</sup>, Bayu Suriaatmaja Suwanda<sup>2</sup>, Diadji Kuntoro<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Institut Pertanian Bogor, Indonesia

E-mail: [latifahnoor@apps.ipb.ac.id](mailto:latifahnoor@apps.ipb.ac.id)<sup>1</sup>, [bayu.suwanda@apps.ipb.ac.id](mailto:bayu.suwanda@apps.ipb.ac.id)<sup>2</sup>, [diadjikuntoro@apps.ipb.ac.id](mailto:diadjikuntoro@apps.ipb.ac.id)<sup>3</sup>

---

### Article History:

Received: 22 Mei 2025

Revised: 31 Agustus 2025

Accepted: 11 September 2025

**Keywords:** *SEO, AGENDA  
SETTING, MEDIA*

**Abstract:** *Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan besar dalam industri media. Media yang sebelumnya bergantung pada cetak dan siaran, kini harus beradaptasi dengan dunia digital yang serba cepat. Salah satu strategi penting dalam persaingan media online adalah penggunaan Search Engine Optimization (SEO), yaitu teknik untuk meningkatkan peringkat situs berita di mesin pencari seperti Google. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan SEO memengaruhi proses pemilihan topik dan penulisan berita di portal berita Akurat.co, serta kaitannya dengan pembentukan agenda berita. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam kepada pimpinan redaksi, redaktur, dan penulis konten SEO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SEO sangat memengaruhi proses kerja redaksi, terutama dalam memilih topik berdasarkan tren pencarian seperti Google Trends. Judul berita, struktur artikel, hingga sudut pandang penulisan disesuaikan agar lebih ramah algoritma. Meski strategi ini berhasil meningkatkan jumlah pembaca, ada kekhawatiran bahwa prinsip jurnalisme bisa tergeser karena terlalu mengikuti logika mesin pencari. SEO terbukti bukan hanya alat bantu teknis, tetapi juga punya peran besar dalam membentuk agenda berita yang dikonsumsi publik. Temuan ini menunjukkan pentingnya kesadaran media dalam menjaga keseimbangan antara strategi digital dan tanggung jawab menyajikan informasi yang berkualitas.*

---

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah mengubah wajah industri media secara drastis. Dahulu, masyarakat mengandalkan media cetak dan siaran televisi untuk mendapatkan informasi terbaru. Kini, dengan hadirnya berbagai *platform* digital, cara orang mengonsumsi berita menjadi jauh lebih cepat dan personal. Perubahan ini menuntut media untuk beradaptasi agar tetap relevan di tengah perubahan zaman.

Banyak media tradisional akhirnya bermigrasi menjadi portal berita *online*. Namun, masuk ke dunia digital bukanlah perkara mudah. Persaingan sangat ketat, dengan puluhan hingga

---

ratusan situs berita saling berebut perhatian pembaca yang kini memiliki tingkat perhatian lebih pendek.

Pada kondisi itu, *Search Engine Optimization* (SEO) menjadi salah satu strategi yang utama. Awalnya digunakan untuk strategi pemasaran, SEO kini jadi andalan media *online* untuk bertahan. Menguasai SEO berarti peluang lebih besar untuk muncul di halaman pertama Google di mana hal itu menjadi posisi krusial untuk mendongkrak jumlah pengunjung.

*Search Engine Optimization* atau mesin pencari merupakan serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan meningkatkan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari menuju *website* tertentu dengan memanfaatkan algoritma mesin pencari tersebut. (Savira Josephina *et al.* 2024) . SEO di sini berperan penting dalam industri media digital karena membantu meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pengunjung ke situs web.

SEO membantu situs web muncul di halaman pertama hasil pencarian serta meningkatkan peluang orang untuk mengklik dan mengunjungi situs web. Optimasi mesin pencari (SEO) menjadi kunci untuk membantu media dalam menghemat biaya sekaligus menarik lebih banyak pembaca ke kanal *online* mereka. (Heidy *et al.* 2024) . *Organic search* menyumbang 53 persen dari total trafik *website*. Ini menjadi salah satu alasan utama mengapa industri SEO global diperkirakan akan tumbuh menjadi \$122,11 miliar atau sekitar Rp1,9 triliun pada 2028. (Izzeti 2024) . Sebanyak 62 persen pengguna internet lebih cenderung mengakses 10 hingga 20 situs teratas yang muncul di halaman pertama dan kedua hasil pencarian (*Search Engine Result Page/SERP*). (Ma'mur 2023).

Menulis konten SEO yang tepat bukanlah hal yang mudah. Salah satu tantangan terbesar adalah mencari topik dan kata kunci yang sesuai dengan kebutuhan audiens. Jika konten yang dibuat tidak relevan, maka akan sulit untuk menarik pembaca dan peringkat di mesin pencari pun menurun.

Namun, SEO bukan sekadar soal menyisipkan kata kunci di artikel. Secara perlahan, algoritma mesin pencari mengubah cara media menyajikan berita. Judul dibuat lebih sensasional, struktur tulisan mengikuti pola tertentu, dan banyak topik dipilih berdasarkan tren pencarian. Kondisi ini memunculkan dilema apakah media masih mengutamakan kepentingan publik, atau justru tunduk pada logika algoritma?

Fenomena ini erat kaitannya dengan Teori Agenda Setting yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw (1972), yang menyatakan bahwa media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi topik apa yang dianggap penting oleh publik. Pada konteks digital saat ini, SEO berpotensi menjadi kekuatan baru dalam pembentukan agenda media, dengan mengutamakan berita yang secara algoritma lebih mudah viral, bukan semata-mata berdasarkan nilai kepentingan publik.

Salah satu contoh nyata dapat dilihat pada Akurat.co, portal berita di Indonesia. Judul-judul dibuat berdasarkan *keyword* di Google Trends, topik yang diangkat sering mengikuti tren viral, dan penulisan artikelnya disesuaikan dengan standar SEO. Strategi ini memang berhasil mendongkrak trafik, tetapi menimbulkan kekhawatiran terhadap mutu jurnalisme yang dihasilkan.

Lebih jauh, SEO bukan cuma memengaruhi cara berita ditulis, tetapi juga menentukan berita apa yang dianggap layak dipublikasikan. Topik-topik penting sering terpinggirkan karena kalah pamor di mesin pencari, sementara berita remeh yang viral justru diberi ruang lebih. Sedikit demi sedikit, ini menggeser peran media dalam menentukan agenda pemberitaan, sebagaimana diteorikan dalam agenda *setting* media tidak hanya memberitahu publik apa yang harus dipikirkan, tetapi juga apa yang perlu dipikirkan.

Ironisnya, di Indonesia, fenomena ini belum banyak diperhatikan. Kebanyakan penelitian

tentang SEO masih fokus pada aspek teknis seperti penggunaan kata kunci atau optimasi *tag*, tanpa melihat dampaknya terhadap kualitas jurnalistik. Padahal, pengaruh SEO terhadap konten berita sangat penting untuk dikaji karena berhubungan langsung dengan mutu informasi yang diterima publik.

Beberapa contoh jurnal yang membahas SEO di Indonesia yaitu:

1. Jurnal dari UIN Jakarta berjudul *Konvergensi Konten Berita Melalui Teknik Search Engine Optimization dan Bahasa Jurnalistik Pada Pemilihan Top News di Media Antaranews.com*, yang lebih fokus pada teknik dan penggunaan bahasa jurnalistik, tetapi tidak banyak membahas efek SEO pada pemilihan topik secara mendalam.
2. Jurnal President University berjudul *Media Siber dan Search Engine Optimization (SEO): Melacak Motif, Adaptasi untuk Cari Untung, dan Upaya Menjaga Kualitas Jurnalisme* yang mengakui bahwa SEO bisa mengancam kualitas jurnalisme, tetapi baru sampai sebatas kekhawatiran, belum pada pembahasan konseptual tentang agenda setting.
3. Jurnal Netnografi Komunikasi berjudul *Penerapan Search Engine Optimization pada Pemberitaan di Media Siber* membahas bagaimana SEO memengaruhi cara media *online* membuat dan menyebarkan berita, mulai dari pemilihan topik hingga cara menulis. Namun, jurnal ini lebih fokus pada aspek teknis SEO dan belum menghubungkannya dengan konsep agenda setting dalam pemberitaan, yang menjadi fokus penelitian ini.

Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang cenderung fokus pada aspek teknis SEO, penelitian ini berupaya mengkaji dampak SEO terhadap pembentukan agenda berita, sehingga memberikan perspektif baru dalam studi tentang jurnalisme digital.

Efek SEO terhadap sudut pandang berita juga sering diabaikan. Banyak media memilih mengangkat *angle* tertentu dalam sebuah isu karena dianggap lebih mudah dioptimasi untuk mesin pencari. Tanpa disadari, pola ini membentuk cara pandang publik terhadap berbagai persoalan besar.

Masalahnya, algoritma mesin pencari tidak selalu memahami konteks lokal Indonesia. Tren pencarian yang dijadikan acuan seringkali bersifat global dan kurang relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat kita. Akibatnya, banyak isu penting di daerah terabaikan hanya karena kurang populer di Google.

Melihat kenyataan ini, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut. Pembaca bisa melihat secara lebih jelas bagaimana teknik ini mempengaruhi proses jurnalistik, mulai dari pemilihan topik, penyusunan artikel, hingga penyajiannya kepada khalayak dengan mengamati praktik SEO di Akurat.co.

**Rumusan masalah:**

Bagaimana praktik penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) mempengaruhi proses pemilihan topik dan penyusunan berita di Akurat.co dalam konteks pembentukan agenda berita?

**Tujuan penelitian:**

Mendeskripsikan bagaimana penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) mempengaruhi proses pemilihan topik dan penyusunan berita di Akurat.co dalam konteks pembentukan agenda berita.

**LANDASAN TEORI**

**1. Penulisan Konten *Search Engine Optimization* (SEO)**

Penulisan berita merupakan kegiatan untuk menyampaikan sebuah informasi maupun suatu peristiwa dalam bentuk tertulis agar mudah dipahami oleh masyarakat. Menulis berita ialah suatu upaya dalam penyampaian sebuah informasi maupun kabar yang mengenai suatu peristiwa

---

atau hal dalam bentuk tertulis. Sehingga masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan berita terkini tanpa harus kesulitan memahaminya. (Effendy et al. 2023). Menulis berita membutuhkan keterampilan dan pemahaman khusus, sehingga sangat penting untuk memahami sesuatu struktur berita. (Budiono et al. 2021).

Kini penulisan berita tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi yang bersifat jelas dan akurat, namun juga mengedepankan keterbacaan di mesin pencari melalui optimasi konten berbasis *Search Engine Optimization* (SEO). Konsep ini tentunya relevan dalam konteks penulisan konten SEO di Akurat.co. Penulisan konten SEO bertujuan untuk menyampaikan informasi secara jelas, dan tepat kepada pembaca, namun dengan tambahan optimasi agar konten tersebut mudah ditemukan di mesin pencari. SEO merupakan upaya optimasi yang dilakukan agar *website* dapat muncul di posisi teratas hasil pencarian mesin pencari ketika dicari oleh pengguna. (Budi Dewanto et al. 2023).

SEO terbagi ke dalam dua jenis yaitu SEO *on-page* dan SEO *off-page*. SEO *on page* merupakan teknik yang dilakukan di dalam halaman *website*, seperti mengubah konten, *link*, *tag*, dan penggunaan kata kunci untuk meningkatkan optimasi. Sementara itu, SEO *off page* merupakan upaya optimasi yang dilakukan di luar *website*, misalnya dengan membangun *backlink* atau mempromosikan *website* melalui media sosial. (Pradana et al. 2021).

*Search Engine Optimization* (SEO) merupakan serangkaian langkah yang dilakukan secara bertahap untuk meningkatkan jumlah dan kualitas kunjungan ke sebuah *website* lewat mesin pencari, dengan memanfaatkan sistem kerja atau algoritma mesin pencari yang dikenal sebagai *Page Rank*. Judul merupakan daya tarik paling awal yang bersifat penting untuk pembaca pada proses produksi sebuah berita. (Aminah dan Yusniah Dalimunthe 2024).

Keterampilan menulis yang baik, pemahaman struktur tulisan, serta kemampuan memasukan kata kunci menjadi hal yang utama dalam menghasilkan SEO yang efektif. Hasilnya, konten yang dibuat tidak hanya informatif dan mudah untuk dipahami, melainkan mampu mencapai peringkat teratas di hasil pencarian, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

## 2. Dampak SEO terhadap Praktik Jurnalistik

Penerapan SEO dalam media digital membawa perubahan signifikan pada praktik jurnalistik. Algoritma mesin pencari mendorong media untuk memilih topik-topik yang sedang viral, membuat judul lebih sensasional, dan menyusun struktur artikel yang mudah dipindai oleh pembaca daring. Fenomena ini berpotensi menggeser prioritas media, dari mengutamakan nilai berita berdasarkan kepentingan publik menjadi berorientasi pada potensi trafik.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyinggung perubahan ini. Jurnal dari UIN Jakarta mengamati penggunaan teknik SEO dan bahasa jurnalistik dalam pemilihan topik utama di Antaranews.com, meskipun belum mengupas mendalam kaitannya dengan pembentukan agenda media. Jurnal Netnografi Komunikasi membahas pengaruh SEO terhadap cara media online memilih dan menulis berita, tetapi masih berfokus pada aspek teknis tanpa menghubungkannya dengan pembentukan agenda pemberitaan. Sementara itu, penelitian dari President University menyoroti kekhawatiran bahwa penerapan SEO dapat mengancam kualitas jurnalisme, namun masih belum secara eksplisit mengaitkannya dengan konsep agenda setting.

Penggunaan bahasa jurnalistik di media massa juga mengalami penurunan kualitas. Hal ini disebabkan oleh tuntutan untuk mempercepat produksi berita serta penerapan teknik SEO yang lebih berorientasi pada peningkatan trafik dan keuntungan ekonomi, sehingga akurasi dan keutuhan bahasa jurnalistik seringkali terabaikan.

### 3. Teori Agenda *Setting*

Teori Agenda *Setting* yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw (1972) menjelaskan bahwa media massa tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada publik, tetapi juga membentuk persepsi tentang isu-isu yang dianggap penting. Media bisa mempengaruhi perhatian masyarakat terhadap suatu isu dengan cara seberapa sering, seberapa lama, dan bagaimana isu itu disampaikan. Semakin sering sebuah isu diberitakan, makin besar pula kemungkinan masyarakat menganggap isu itu penting.

Di era digital seperti sekarang, peran media dalam menentukan isu-isu penting makin dipengaruhi oleh algoritma mesin pencari. Penggunaan SEO dalam memilih dan menulis berita membuat redaksi lebih fokus pada kata kunci yang sedang populer dan tren pencarian untuk menentukan topik berita. Hal ini memunculkan kekhawatiran tentang seberapa bebas media dalam memilih isu, dan bagaimana hal itu mempengaruhi keberagaman informasi yang disampaikan.

SEO ikut membentuk agenda berita sejak awal, mulai dari pemilihan topik, sudut pandang penulisan, hingga pemilihan kata dalam judul dan isi berita. Topik yang dianggap berpotensi mendatangkan banyak klik biasanya lebih diutamakan. Sementara isu penting yang kurang diminati dalam pencarian bisa jadi tidak diliput. Akibatnya, media bisa saja mengabaikan kepentingan publik hanya demi mengejar trafik.

### 4. SEO dalam Pembentukan Agenda Berita di Akurat.co

Akurat.co merupakan salah satu media *online* nasional yang aktif menggunakan strategi SEO dalam proses penulisan beritanya. Berdasarkan pengalaman selama magang, diketahui bahwa pemilihan topik berita di Akurat.co sering mengacu pada tren yang muncul di Google Trends. Selain itu, tim redaksi juga menyusun kata kunci dan mengatur struktur artikel agar sesuai dengan teknik SEO *on-page*.

Strategi ini memang cukup efektif untuk menarik lebih banyak pembaca dan memperluas jangkauan berita. Tapi jika terlalu fokus pada SEO, bisa muncul masalah etika dan profesional. Terlalu mengikuti algoritma bisa membuat topik berita jadi kurang beragam, isi berita jadi dangkal, dan prinsip jurnalisme jadi terabaikan. Karena itu, penting untuk melihat lebih dalam bagaimana SEO memengaruhi cara Akurat.co menentukan berita, serta bagaimana redaksi berusaha menyeimbangkan antara persaingan di internet dan tanggung jawab sebagai media yang menyampaikan informasi yang berkualitas.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengamatan kualitas dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk melihat aspek-aspek alami agar bisa mendapatkan pemahaman yang lengkap tentang manusia dan lingkungan mereka. (Ulfatin 2015). Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus pada penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) mempengaruhi proses pemilihan topik dan penyusunan berita di Akurat.co dalam konteks pembentukan agenda berita, tanpa pengujian hipotesis tertentu.

Lokasi penelitian ini di PT Akurat Sentra Media, dengan partisipasi dari pimpinan redaksi, redaktur, dan penulis konten SEO. Data dikumpulkan selama periode yang telah ditentukan, yaitu 1 Mei hingga 16 Mei 2025, dengan penyesuaian kebutuhan penelitian.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer meliputi wawancara, observasi,

dan diskusi kelompok terarah (*focus group discussion/FGD*). Pada penelitian ini data primer diperoleh langsung dari wawancara bersama dengan pimpinan redaksi, redaktur, dan penulis konten SEO. (Fadilla dan Wulandari 2023). Masih dalam (Fadilla dan Wulandari 2023) data sekunder merupakan informasi yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari objek penelitian. Data ini berupa hasil pengumpulan yang telah dilakukan oleh pihak lain menggunakan berbagai metode, baik untuk tujuan komersial maupun nonkomersial. Data sekunder diperoleh dari wawancara, internet, artikel, jurnal, dan sumber lain.

Analisis data dalam penelitian ini mengikuti tahapan dari Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap reduksi, data yang sudah dikumpulkan dipilih dan disederhanakan sesuai dengan fokus penelitian. Hanya data yang relevan seperti hasil wawancara bersama pimpinan redaksi, redaktur, dan penulis konten SEO. Setelah itu, data disusun dalam bentuk narasi agar lebih mudah dipahami dan dianalisis. Kesimpulan diambil dengan menghubungkan hasil temuan dengan teori yang sesuai, untuk melihat bagaimana penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) mempengaruhi proses pemilihan topik dan penyusunan berita di Akurat.co dalam konteks pembentukan agenda berita.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1 Evolusi Strategi SEO dalam Praktik Media Online**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa perhatian terhadap strategi SEO di Akurat.co mulai serius diterapkan sejak tahun 2021. Penerapan SEO dilakukan bukan sekadar untuk menaikkan jumlah pembaca, tetapi sebagai respons terhadap perubahan perilaku audiens digital yang semakin mengandalkan mesin pencari untuk mengakses berita. Pimpinan Redaksi Akurat.co menyebutkan bahwa pembentukan tim khusus SEO dilakukan agar media tetap kompetitif, terutama dalam menghadapi tantangan algoritma Google dan luasnya pengaruh media sosial.

Strategi ini merefleksikan pergeseran dari pola produksi berita yang bersifat sepenuhnya editorial menuju sistem *hybrid* yang menggabungkan nilai berita dan potensi keterlihatan di mesin pencari.

### **2 Peran Google Trends sebagai Alat Riset Agenda Media**

Google Trends menjadi alat utama yang digunakan *SEO Content Writer* dalam menentukan topik penulisan. Titania menyampaikan bahwa sebelum menulis, ia selalu membuka Google Trends untuk memantau topik yang sedang banyak dicari. Ini menunjukkan bahwa algoritma pencarian tidak hanya memengaruhi distribusi berita, tetapi juga proses perencanaan isi berita itu sendiri.

Kecenderungan ini mengarah pada perubahan pola agenda *setting* dari yang sebelumnya bersifat *top-down* (dari redaksi ke audiens), menjadi lebih responsif terhadap minat audiens yang terlihat melalui data pencarian daring. Dengan kata lain, agenda media turut dibentuk oleh apa yang sedang populer di dunia digital.

### **3 Dinamika antara Nilai Berita dan Popularitas SEO**

Meskipun kata kunci menjadi acuan utama, hasil wawancara menunjukkan bahwa tidak semua berita mengikuti tren pencarian. Redaktur News, Wahyu, menyampaikan bahwa redaksi tetap memprioritaskan nilai informasi dan urgensi isu sebelum memutuskan untuk mengangkatnya. Bahkan dalam beberapa kasus, berita yang belum masuk Google Trends bisa lebih dulu ditayangkan jika dianggap penting secara publik.

Hal ini mengindikasikan adanya filter redaksional yang tetap berfungsi untuk menjaga nilai-nilai jurnalistik, meskipun media turut mengakomodasi kebutuhan SEO. Dinamika ini

---

memperlihatkan adanya negosiasi antara komersialisasi konten dengan tanggung jawab informasi.

#### 4 Strategi Adaptif Penulis Menggabungkan Kreativitas dan Algoritma

Pada praktiknya, SEO Content Writer tetap memiliki ruang kreativitas dalam menyusun berita. Titania menjelaskan bahwa ia dapat menyesuaikan gaya penulisan sesuai kanal berita, dan bahkan meniasati isu-isu berat agar bisa relevan secara SEO. Contohnya, ketika menulis tentang konflik internasional, ia memilih untuk mengangkat sisi simbolik atau budaya agar berita lebih mudah dicerna pembaca.

Ini menunjukkan bahwa strategi SEO tidak meniadakan kemampuan jurnalistik penulis. Justru, keberhasilan penulis terletak pada kemampuannya menggabungkan kreativitas dengan tuntutan algoritmik. Penulis bukan hanya sekadar pengisi keyword, tetapi tetap dituntut memiliki intuisi jurnalistik.

#### 5 Peran Redaktur dalam Menjaga Kualitas dan Struktur SEO

Redaktur memiliki posisi penting sebagai penjaga kualitas sekaligus penghubung antara tim SEO dan penulis. Wahyu menjelaskan bahwa redaksi memiliki standar teknis tertentu dalam penyusunan berita, seperti penempatan *keyword*, *heading tag*, serta kelengkapan meta *tag*. Koordinasi antara penulis dan redaktur dilakukan setiap hari, baik dalam rapat pagi maupun melalui komunikasi daring.

Redaktur juga berperan dalam memastikan bahwa berita tidak hanya layak tayang dari sisi SEO, tetapi juga dari sisi etika dan kualitas jurnalistik. Ini menunjukkan bahwa walaupun SEO memberi arah teknis, peran editor tetap krusial dalam menjaga integritas konten.

#### 6 Pandangan Pimpinan Redaksi SEO sebagai Pendukung, Bukan Penentu Tunggal

Pimpinan redaksi menyampaikan bahwa strategi SEO dipahami sebagai alat pendukung distribusi, bukan penentu tunggal arah editorial. Aldi Gultom menjelaskan bahwa media tetap memiliki agenda sendiri yang dibangun berdasarkan nilai-nilai jurnalistik, bukan semata-mata berdasarkan apa yang sedang viral.

Pentingnya menjaga etika juga ditegaskan. Misalnya, judul berita harus tetap sesuai KBBI, tidak diperbolehkan membuat judul *clickbait*, dan isi berita tetap harus informatif. Ini menegaskan bahwa meskipun SEO memberi insentif trafik, tanggung jawab terhadap publik tetap dijaga.

#### 7 Integrasi SEO dan Media Sosial dalam Ekosistem Distribusi Berita

Pada praktik distribusi konten, SEO tidak berdiri sendiri. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook juga menjadi jalur utama penyebaran berita. Menurut Aldi, bagi generasi muda, informasi kini lebih sering diakses dari media sosial dibanding langsung dari *website*. Oleh karena itu, struktur SEO yang dibuat harus bisa fleksibel untuk lintas platform.

Integrasi antara SEO dan media sosial ini menandakan bahwa distribusi berita saat ini tidak lagi linear. Redaksi harus mampu menyesuaikan struktur kontennya agar bisa optimal di mesin pencari sekaligus menarik di media sosial, yang keduanya memiliki algoritma berbeda. Pembentukan tim khusus SEO dilakukan agar media tetap kompetitif, terutama dalam menghadapi tantangan algoritma Google dan luasnya pengaruh media sosial.

#### 8 Korelasi Temuan dengan Teori Agenda Setting

Teori Agenda *Setting* yang diperkenalkan oleh McCombs dan Shaw (1972) menyatakan bahwa media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi apa yang dianggap penting oleh masyarakat. Pada konteks ini, media tidak hanya melaporkan fakta, tetapi juga membentuk prioritas isu yang menjadi perhatian publik. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan adanya pergeseran penting dalam bagaimana agenda media dibentuk di era digital, khususnya melalui pengaruh algoritma pencarian seperti Google.

Berdasarkan wawancara, peran alat seperti Google Trends dalam proses editorial menandai bahwa kini audiens juga berkontribusi dalam membentuk agenda media secara tidak langsung. Ketika *SEO Content Writer* menggunakan kata kunci dan tren pencarian sebagai acuan utama, media pada dasarnya sedang merespons apa yang dicari oleh publik. Dengan kata lain, terjadi transisi dari *traditional agenda setting* menjadi *reverse agenda setting*, di mana audiens ikut menentukan isu yang dianggap penting oleh media.

Namun demikian, Akurat.co tetap menjaga prinsip dasar agenda setting tradisional, sebagaimana ditegaskan oleh redaktur dan pimpinan redaksi. Mereka tidak sepenuhnya tunduk pada popularitas semata, melainkan tetap memfilter isu berdasarkan nilai berita, urgensi sosial, dan kepentingan publik. Hal ini sejalan dengan konsep *intermedia agenda setting*, di mana agenda media dibentuk oleh interaksi antara tekanan pasar, profesionalisme jurnalistik, dan algoritma distribusi konten.

Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa praktik di Akurat.co mencerminkan pendekatan agenda setting yang lebih kompleks:

- Agenda media tidak sepenuhnya dikendalikan oleh redaksi (*top-down*),
- Agenda publik tidak sepenuhnya spontan,
- Tapi keduanya saling memengaruhi melalui data pencarian (*search behavior*) dan teknologi SEO.

Temuan ini mendukung teori bahwa di era digital, agenda media bersifat interaktif dan dinamis, dengan SEO sebagai mediasi antara kepentingan redaksi dan kebutuhan audiens. Maka, dapat dikatakan bahwa SEO bukanlah ancaman terhadap nilai-nilai jurnalistik, melainkan alat adaptif yang memungkinkan media mempertahankan relevansi sembari tetap menjalankan fungsi pengaturan agenda.

## KESIMPULAN

### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) memengaruhi proses pemilihan topik dan penyusunan berita di Akurat.co dalam konteks pembentukan agenda berita.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa SEO memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap proses redaksional di Akurat.co. Strategi SEO digunakan untuk menentukan topik-topik yang dianggap relevan dan berpotensi tinggi menarik pembaca melalui pencarian Google. Tim redaksi secara rutin menggunakan alat seperti Google Trends dan riset kata kunci untuk melihat isu yang sedang dicari masyarakat. Hal ini kemudian dijadikan dasar dalam merumuskan ide liputan, memilih sudut pandang berita, hingga menentukan judul dan susunan paragraf awal agar ramah terhadap mesin pencari.

Penerapan SEO ini sejalan dengan konsep teori *Agenda Setting*, di mana media massa berperan dalam membentuk apa yang dianggap penting oleh publik. Namun dalam konteks media daring seperti Akurat.co, proses pembentukan agenda ini tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh media itu sendiri, melainkan juga dipengaruhi oleh data pencarian dan minat audiens secara daring. Dengan kata lain, redaksi tidak hanya menyusun agenda pemberitaan berdasarkan kepentingan redaksional, tetapi juga merespons apa yang sedang dibutuhkan atau dicari oleh pembaca.

Kendati demikian, Akurat.co tetap menjaga keseimbangan antara konten yang berbasis SEO dengan berita-berita aktual yang bersifat *hard news*. Ini menunjukkan bahwa strategi SEO

---

tidak sepenuhnya menggeser peran jurnalis dalam menentukan nilai berita, melainkan digunakan sebagai pelengkap untuk menjangkau lebih banyak pembaca.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan SEO di Akurat.co menjadi bagian dari proses pembentukan agenda media yang bersifat adaptif. Redaksi mengikuti pola pencarian masyarakat sebagai salah satu acuan dalam menentukan isi berita, namun tetap berusaha menjaga prinsip-prinsip jurnalistik.

## **B. Saran**

### **1. Untuk Akurat.co**

Akurat.co disarankan untuk terus menjaga keseimbangan antara strategi SEO dan prinsip jurnalistik. Penting bagi redaksi untuk tidak hanya mengejar trafik atau kata kunci yang sedang tren, tetapi juga tetap mengangkat isu-isu publik yang penting meskipun tidak populer di mesin pencari. Dengan begitu, fungsi media sebagai penyampai informasi yang bernilai tetap terjaga.

### **2. Untuk media *online* lainnya**

Praktik SEO yang diterapkan dalam produksi berita hendaknya digunakan secara bijak. SEO seharusnya menjadi alat bantu untuk memperluas jangkauan berita, bukan satu-satunya penentu arah liputan. Penting bagi redaksi untuk tetap mengedepankan kepentingan publik dan keberimbangan informasi.

### **3. Untuk peneliti selanjutnya**

Penelitian ini masih bersifat deskriptif dan terbatas pada satu media daring. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur sejauh mana pengaruh SEO terhadap persepsi pembaca, atau melakukan studi perbandingan antara beberapa media online agar diperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai praktik SEO dalam pembentukan agenda media.

### **4. Refleksi terhadap teori Agenda *Setting***

Temuan dalam penelitian ini memberikan gambaran bahwa teori Agenda *Setting* mengalami perkembangan dalam konteks media digital. Agenda media kini tidak lagi ditentukan sepenuhnya oleh redaksi, tetapi juga dipengaruhi oleh data dan algoritma dari platform digital seperti Google. Dengan demikian, pembentukan agenda tidak lagi bersifat satu arah, melainkan merupakan proses dua arah antara media dan audiens yang terhubung melalui teknologi pencarian.

---

**DAFTAR REFERENSI**

- Aminah RS, Yusniah Dalimunthe W. 2024. Th Application OF Search Engine Optimization In Cyber Media In News Penerapan Search Engine Optimization Pada Pemberitaan Di Media Siber. *Jurnal Netnografi Komunikasi*. 3(1):73–87. <http://netnografiikom.org/index.php/netnografi>.
- Budi Dewanto F, Habib Purnama Febrian M, Raihan Amir M, Farida Adi Prawira I. Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan. *Jurnal Maneksi*. 12(4):2023.
- Budiono T, Yanti D, Denafri B. KOMMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang Pengenalan Struktur Piramida Terbalik Dalam Penulisan Berita Langsung (Straight News) Di SMK Pembina Bangsa Bogor.
- Effendy E. Gaya Penulisan Berita dan Feature. Volume ke-5.
- Fadilla AR,, Wulandari PA. 2023. Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data. . *Mitita Jurnal Penelitian*. 1(3):34–46.
- Heidy G, Wattimena JA, Aruman AE, Muris D. 2024. Sinergi SEO dan Hubungan Masyarakat di Era Digital: Studi Kualitatif Pada Praktik Industri E-Commerce. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*. 8(4):2024. doi:10.35870/jti.
- Izzeti A. 2024 Feb 26. Pahami Pentingnya SEO pada Berbagai Search Engine untuk Bisnis.
- Ma'mur K. 2023. Optimasi Web Log Menggunakan Teknik SEO On Page dan Off Page untuk Meningkatkan Trafik Pengunjung Organik. Volume ke-05. <https://barispuisi.blogspot.com/2013/09/contoh-kosakata->.
- Pradana M, Prihati Y, Prakoso S. 2021. 2251-5692-1-PB.
- Savira Josephina A, Duryatmo S, Imani Satriani dan, Pakuan U, Koresponden S. 2024. Penerapan Search Engine Optimization Media Daring Pikiran-rakyat.com dalam Meningkatkan Jumlah Pembaca. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*. 8(1):87–93. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik>.
- Ulfatin N. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan: Teori Dan Aplikasinya*. Malang: Media Nusa Creative.