

Proposal

Analisis Performa Website dan SEO Pada Situs Media Berita Study Kasus Headline.co.id



Universitas
Alma Ata
The Globe Inspiring University

Disusun Oleh:

Eko Setiawan, S.Kom., M.Kom

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS KOMPUTER DAN TEKNIK
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA

2024

Daftar Pustaka

BAB 1 Pendahuluan	3
A. Latar Belakang.....	3
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Batasan Masalah	5
BAB II Landasan Teori	6
A. Performa Website	6
BAB III Metode Penelitian	8
A. Jenis Penelitian	8
B. Sampel Penelitian	8
C. Teknik Pengumpulan Data.....	8
D. Indikator Performa.....	9
BAB IV HASIL YANG DIHARAPKAN	10

BAB 1

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Dalam beberapa dekade terakhir, industri media pemberitaan telah mengalami perubahan yang signifikan dengan berkembangnya teknologi digital dan akses internet yang semakin mudah. Transformasi ini tidak hanya mempengaruhi cara berita diproduksi, tetapi juga bagaimana berita disebarluaskan dan dikonsumsi oleh audiens. Jika dahulu surat kabar dan media cetak mendominasi industri pemberitaan, kini situs web berita dan platform digital menjadi sarana utama bagi publik untuk mendapatkan informasi. Dalam konteks ini, performa website dan optimisasi mesin pencari (SEO) menjadi komponen krusial yang mempengaruhi kesuksesan sebuah platform media online. Tanpa performa yang baik dan strategi SEO yang efektif, media pemberitaan bisa kehilangan daya saingnya dalam menjangkau audiens yang lebih luas [1].

Kecepatan akses merupakan salah satu elemen utama dalam performa website. Seiring meningkatnya kecepatan internet, ekspektasi pengguna terhadap kecepatan muat sebuah situs web juga meningkat [2]. Menurut beberapa studi, pengguna cenderung meninggalkan sebuah halaman web jika waktu muatnya lebih dari tiga detik. Dalam industri media pemberitaan, hal ini menjadi krusial karena berita adalah konten yang sifatnya sangat dinamis dan real-time [3]. Jika pengguna mengalami keterlambatan dalam mengakses sebuah berita, ada kemungkinan besar mereka akan beralih ke situs lain yang lebih cepat. Akibatnya, media pemberitaan yang tidak memperhatikan kecepatan akses berpotensi kehilangan audiens yang signifikan, yang pada akhirnya bisa berdampak pada pendapatan dan relevansi mereka di pasar.

Selain kecepatan, responsivitas website terhadap berbagai perangkat juga menjadi faktor yang sangat penting [4]. Data menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet yang mengakses berita melalui perangkat mobile seperti smartphone dan tablet terus meningkat dari tahun ke tahun. Sebuah situs web yang tidak dioptimalkan untuk perangkat mobile dapat menyebabkan pengalaman pengguna yang buruk, termasuk kesulitan dalam navigasi dan pembacaan konten. Responsivitas yang baik memungkinkan website untuk menyesuaikan tampilannya dengan ukuran layar perangkat pengguna, sehingga memastikan bahwa informasi dapat diakses dengan mudah dan nyaman di berbagai perangkat. Dengan demikian, media pemberitaan yang responsif akan lebih mampu mempertahankan pembacanya, bahkan ketika mereka beralih antara perangkat yang berbeda.

Di luar aspek teknis performa website, SEO memainkan peran penting dalam menentukan seberapa mudah pengguna menemukan konten berita melalui mesin pencari seperti Google [5]. SEO mencakup berbagai teknik dan strategi untuk meningkatkan peringkat situs web di halaman hasil pencarian (SERP). Semakin tinggi peringkat sebuah situs, semakin besar kemungkinan situs tersebut dikunjungi oleh pengguna. Di tengah kompetisi yang sangat ketat antar media pemberitaan, strategi SEO yang kuat dapat menjadi pembeda antara situs yang mendapatkan lalu lintas pengunjung yang tinggi dengan situs yang tenggelam di bawah kompetitornya.

Salah satu faktor utama dalam SEO adalah kecepatan website itu sendiri. Google dan mesin pencari lainnya mempertimbangkan kecepatan muat halaman sebagai salah satu indikator dalam menentukan peringkat situs [6]. Selain itu, struktur konten, penggunaan kata kunci, meta tag, dan backlink juga merupakan bagian penting dari strategi SEO yang harus dioptimalkan oleh media pemberitaan. Dengan kata lain, SEO tidak hanya berfungsi untuk menarik lebih banyak pengunjung, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kualitas dan aksesibilitas konten yang disajikan.

Lebih lanjut, SEO juga membantu media pemberitaan menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Misalnya, ketika sebuah berita dioptimalkan dengan kata kunci yang relevan, artikel tersebut akan lebih mudah ditemukan oleh pengguna yang mungkin tidak familiar dengan platform berita tersebut, tetapi sedang mencari informasi terkait topik tertentu. Hal ini meningkatkan kemungkinan situs berita tersebut menjadi sumber informasi yang dicari oleh lebih banyak pengguna, baik secara lokal maupun global. Pada akhirnya, SEO membantu membangun visibilitas dan reputasi situs web, yang pada gilirannya dapat memperkuat posisi platform tersebut di tengah kompetisi.

Performa website dan SEO saling berkaitan erat dalam menentukan kesuksesan media pemberitaan digital [7]. Kecepatan akses dan responsivitas website memberikan dasar yang kuat untuk pengalaman pengguna yang baik, sementara SEO memastikan bahwa konten yang dihasilkan dapat ditemukan dengan mudah oleh audiens yang lebih luas. Kombinasi ini memberikan pengaruh yang signifikan terhadap durasi kunjungan pengguna, tingkat engagement, dan loyalitas pembaca.

Pengalaman pengguna yang optimal tidak hanya berdampak pada tingkat keterlibatan pengunjung, tetapi juga pada peringkat situs web di mesin pencari. Google, misalnya, memperhitungkan faktor-faktor seperti bounce rate, page loading time, dan interaksi pengguna dengan konten saat menentukan peringkat dalam hasil pencarian [8]. Oleh karena itu, situs web yang lambat atau tidak responsif tidak hanya akan kehilangan pengunjung, tetapi juga akan mengalami penurunan peringkat di SERP. Sebaliknya, situs yang menawarkan pengalaman pengguna yang baik dan dioptimalkan secara SEO akan mendapatkan keuntungan berupa peringkat yang lebih tinggi dan lebih banyak lalu lintas organik.

Dalam industri media pemberitaan yang sangat kompetitif, keunggulan dalam performa website dan SEO dapat menjadi faktor penentu dalam keberhasilan jangka panjang sebuah platform. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana performa website dan SEO dapat dioptimalkan secara simultan guna meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkuat posisi media pemberitaan di pasar digital yang terus berkembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini akan berfokus pada beberapa permasalahan utama terkait performa website dan penerapan SEO di industri media pemberitaan. Beberapa rumusan masalah yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana performa website media pemberitaan Headline.co.id dalam memenuhi standar kecepatan akses yang optimal?
2. Bagaimana strategi SEO yang diterapkan oleh media pemberitaan dalam meningkatkan visibilitas dan peringkat pencarian di mesin pencari seperti Google?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara performa website dan penerapan strategi optimisasi mesin pencari (SEO) dalam industri media pemberitaan, dengan fokus pada dampaknya terhadap pengalaman pengguna dan peringkat pencarian. Adapun tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis performa website media pemberitaan dalam hal kecepatan akses dan responsivitas terhadap berbagai perangkat (desktop, tablet, dan smartphone).

2. Mengidentifikasi implementasi strategi SEO pada platform media pemberitaan dan mengukur sejauh mana strategi tersebut efektif dalam meningkatkan visibilitas dan peringkat di mesin pencari.

D. Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa batasan yang perlu diperhatikan guna memperjelas fokus kajian dan ruang lingkup penelitian. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Fokus pada Aspek Teknis**

Penelitian ini hanya berfokus pada aspek teknis performa website dan implementasi SEO. Aspek-aspek seperti kecepatan akses, responsivitas terhadap berbagai perangkat, serta optimisasi mesin pencari akan menjadi pusat analisis. Penelitian tidak akan mencakup aspek konten editorial, kualitas penulisan, atau nilai jurnalistik dari berita yang dipublikasikan.

2. **Tidak Mencakup Perangkat Lunak dan Infrastruktur Server**

Penelitian ini tidak akan mendalami isu-isu teknis terkait perangkat lunak server, hosting, atau infrastruktur jaringan yang mendukung operasional situs web media. Fokus akan diarahkan pada analisis performa dari sisi front-end (seperti kecepatan muat halaman dan responsivitas) dan implementasi SEO yang dapat diukur melalui alat dan indikator digital.

3. **Hanya Menganalisis Performa Website dari Sisi Pengguna Akhir**

Studi ini akan menilai performa website dari perspektif pengguna akhir (end-user) melalui pengukuran kecepatan akses, pengalaman pengguna di berbagai perangkat, dan bagaimana hal tersebut memengaruhi keterlibatan pengunjung. Aspek-aspek yang terkait dengan backend development atau optimasi server-side tidak akan dianalisis secara mendetail.

4. **Fokus pada Penggunaan SEO sebagai Strategi Pemasaran Digital**

Penelitian ini akan memfokuskan pada penerapan SEO sebagai strategi untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat di mesin pencari, namun tidak akan mengeksplorasi secara mendalam aspek lain dari pemasaran digital, seperti iklan berbayar (PPC), pemasaran media sosial, atau strategi content marketing.

5. **Terbatas pada Studi Kasus di Media Pemberitaan Digital**

Penelitian ini dibatasi pada platform media pemberitaan digital tertentu dan tidak mencakup platform non-berita atau media hiburan. Data yang dikumpulkan akan terbatas pada situs web berita yang menjadi fokus studi kasus, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya berlaku untuk sektor media lainnya.

BAB II

Landasan Teori

A. Performa Website

Penelitian mengenai performa website telah banyak dikaji dalam berbagai studi, terutama dalam konteks pengalaman pengguna, konversi pengunjung, dan strategi pemasaran digital. Performa website tidak hanya memengaruhi kepuasan pengguna, tetapi juga berpengaruh langsung pada visibilitas situs di mesin pencari. Beberapa faktor utama yang memengaruhi performa website adalah kecepatan akses, responsivitas, serta optimisasi teknis seperti ukuran file dan caching. Tinjauan pustaka berikut akan membahas beberapa kajian penting terkait performa website.

1. Kecepatan Akses Website

Kecepatan akses website adalah salah satu faktor krusial yang menentukan kualitas pengalaman pengguna. Menurut Fabriyan Fansi (2024), kecepatan muat halaman yang lambat berkontribusi secara signifikan pada peningkatan bounce rate, di mana pengguna meninggalkan situs sebelum halaman selesai dimuat [9]. Studi oleh Akamai (2017) menunjukkan bahwa penundaan waktu muat sebesar satu detik dapat mengurangi tingkat konversi hingga 7%. Kecepatan akses juga berdampak pada SEO, karena Google menggunakan kecepatan situs sebagai salah satu faktor peringkat dalam algoritma pencariannya (Google, 2010).

2. Responsivitas Website

Responsivitas website merujuk pada kemampuan situs web untuk beradaptasi dengan berbagai ukuran dan resolusi layar, seperti pada perangkat desktop, tablet, dan smartphone. Studi oleh Statista (2021) mengungkapkan bahwa lebih dari 50% lalu lintas internet global berasal dari perangkat mobile. Website yang tidak responsif dapat menurunkan tingkat keterlibatan pengguna serta menyebabkan frustrasi, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif pada loyalitas pengguna. Artz et al. (2019) menunjukkan bahwa situs web yang responsif cenderung memiliki durasi kunjungan lebih lama dan tingkat retensi pengguna yang lebih tinggi.

3. Faktor Teknis Lainnya yang Mempengaruhi Performa Website

Selain kecepatan akses dan responsivitas, faktor teknis lainnya seperti ukuran file gambar, minimifikasi kode (CSS, HTML, dan JavaScript), serta penggunaan caching juga berpengaruh terhadap performa website. Menurut Patel (2019), file gambar yang besar dapat memperlambat waktu muat halaman secara signifikan, sehingga kompresi gambar menjadi teknik yang penting untuk meningkatkan performa. Penggunaan teknik caching yang efektif juga dapat membantu mengurangi waktu muat untuk pengguna yang kembali, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan (Krug, 2020).

4. Pengaruh Performa Website terhadap SEO dan Pengalaman Pengguna

Performa website memengaruhi SEO secara langsung karena mesin pencari, seperti Google, mempertimbangkan elemen teknis seperti kecepatan muat halaman, mobile-friendliness, dan keamanan sebagai bagian dari algoritma peringkat. Menurut Moz (2020),

situs yang cepat dan responsif lebih cenderung mendapat peringkat lebih tinggi di hasil pencarian. Selain itu, pengalaman pengguna (User Experience/UX) yang baik juga bergantung pada performa website yang optimal. Nielsen (2020) menyatakan bahwa desain yang ramah pengguna, navigasi yang mudah, dan kecepatan akses yang cepat berkontribusi pada tingkat keterlibatan pengguna yang lebih tinggi.

5. Hubungan Antara Performa Website dan Konversi Pengguna

Performa website juga berkaitan erat dengan konversi pengguna. Adobe (2020) melaporkan bahwa 38% pengguna akan berhenti berinteraksi dengan situs yang memiliki desain atau performa yang buruk. Lebih lanjut, studi oleh Gomez (2019) menemukan bahwa peningkatan kecepatan muat halaman dapat meningkatkan tingkat konversi hingga 20%. Hal ini menunjukkan bahwa performa website yang baik tidak hanya penting untuk mempertahankan pengguna, tetapi juga untuk mendorong konversi dan meningkatkan ROI (Return on Investment) pada kampanye pemasaran digital.

6. Pentingnya Performa Website di Industri Media Pemberitaan

Dalam konteks media pemberitaan, kecepatan akses dan responsivitas menjadi sangat penting karena berita adalah konten yang bersifat dinamis dan real-time. Studi oleh Reuters Institute (2020) menunjukkan bahwa pengguna berita online cenderung tidak sabar dan lebih memilih situs yang memberikan informasi dengan cepat dan akurat. Penelitian juga menunjukkan bahwa media pemberitaan dengan performa website yang buruk cenderung mengalami penurunan loyalitas pembaca dan trafik, yang pada akhirnya berdampak pada pendapatan iklan (Newman et al., 2020).

BAB III

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan akan mengikuti pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif, yang didukung oleh studi kasus pada platform media pemberitaan digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi performa website dan penerapan SEO pada media pemberitaan tertentu, serta menganalisis pengaruhnya terhadap pengalaman pengguna dan peringkat pencarian.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi ini berfokus pada analisis mendalam terhadap performa website dan strategi SEO pada satu atau lebih situs media pemberitaan, baik nasional maupun lokal. Pendekatan studi kasus ini dipilih untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana platform berita digital mengelola performa teknis dan optimisasi pencarian guna meningkatkan pengalaman pengguna dan visibilitas di mesin pencari.

B. Sampel Penelitian

Sampel penelitian mencakup beberapa situs media pemberitaan digital yang dipilih berdasarkan popularitas dan relevansi dalam industri media di Indonesia. Sampel akan mencakup:

- Satu situs berita nasional yang memiliki jumlah pengunjung yang besar dan cakupan berita yang luas (Headline.co.id).
- Satu situs berita local yang fokus pada pemberitaan regional dengan target audiens yang lebih spesifik (KotaJogja.co.id).

Pemilihan sampel ini bertujuan untuk membandingkan bagaimana situs berita nasional dan lokal mengelola performa website dan penerapan SEO dalam konteks target audiens yang berbeda.

C. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini akan dikumpulkan melalui alat-alat analisis performa website dan SEO yang kredibel. Teknik pengumpulan data meliputi:

- Google PageSpeed Insights: Alat ini digunakan untuk mengukur kecepatan akses dan performa teknis website, termasuk metrik-metrik penting seperti waktu muat halaman dan Core Web Vitals.
- GTmetrix: Alat ini digunakan untuk melakukan analisis lebih lanjut terhadap performa website, termasuk ukuran file, caching, dan rekomendasi optimasi.
- Google Search Console: Digunakan untuk mengukur performa SEO, seperti keyword ranking, click-through rate (CTR), dan indeksasi konten.
- Ahrefs atau SEMrush: Alat ini digunakan untuk menganalisis backlink, traffic organik, dan potensi keyword yang dioptimalkan pada situs media pemberitaan.

Penggunaan alat-alat ini memungkinkan pengukuran yang akurat terhadap performa teknis website dan penerapan strategi SEO, sehingga dapat memberikan data kuantitatif yang relevan bagi penelitian.

D. Indikator Performa

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori: **indikator performa website dan indikator SEO. Berikut adalah rincian indikator yang akan diukur:

1. Indikator Performa Website

- **Waktu Muat Halaman (Page Load Time):** Waktu yang dibutuhkan untuk memuat seluruh elemen halaman dari saat pengguna mengakses URL hingga halaman siap digunakan.
- **Responsivitas:** Kemampuan situs web untuk menyesuaikan tampilannya secara optimal di berbagai perangkat, terutama mobile dan desktop.
- **Core Web Vitals:** Metrik utama yang meliputi Largest Contentful Paint (LCP), First Input Delay (FID), dan Cumulative Layout Shift (CLS). Metrik ini digunakan untuk menilai pengalaman pengguna berdasarkan kecepatan, interaktivitas, dan stabilitas visual halaman web.

2. Indikator SEO

- **Keyword Ranking:** Posisi situs web pada halaman hasil pencarian untuk kata kunci yang relevan dengan konten berita.
- **Backlink:** Jumlah dan kualitas tautan balik (backlinks) yang menunjuk ke situs media pemberitaan, sebagai indikator kepercayaan dan otoritas situs di mata mesin pencari.
- **Traffic Organik:** Jumlah pengunjung yang datang ke situs melalui hasil pencarian organik (non-berbayar) di mesin pencari seperti Google.
- **Click-Through Rate (CTR):** Persentase pengguna yang mengklik situs di hasil pencarian setelah melihat tautan berita di SERP (Search Engine Results Page).

Daftar Pustaka

- [1] S. I. Beauty and I. M. Suartana, "Implementasi Website Promosi Desa Wisata dengan Static Site Generator untuk Search Engine Optimization (Studi Kasus Desa Wisata Sendangduwur)," *Journal of Informatics and Computer Science*, vol. 06, 2024.
- [2] H. A. Tengriano and A. Yunus, "ANALISIS PERFORMA WEBSITE AYOMULAI MENGGUNAKAN GTMETRIX DAN PAGESPEED INSIGHT Oleh." [Online]. Available: <https://tech.kharisma.ac.id>
- [3] A. Restianty, "Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media".
- [4] K. Aprilia, P. Nuzry, and E. Suryani, "EVALUASI PENGALAMAN PENGGUNA WEBSITE RESPONSIF BEYONDSULTRA EVALUATION OF THE USER EXPERIENCE OF THE BEYONDSULTRA RESPONSIVE WEBSITE," *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*, vol. 7, no. 3, 2024.
- [5] L. M. Dorpi and D. Sari, "SEO AGAR DI HALAMAN PERTAMA *)." [Online]. Available: <https://ssrn.com/abstract=4286876>
- [6] K. NUR HIDAYAH, "OPTIMALISASI PESAN MODERASI BERAGAMA DI WEBSITE NU.OR.ID (STUDI: SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)."
- [7] D. Sugandini, Mohamad Irhas Effendi, Yuni Istanto, Rahajeng Arundati, and Esti Dwi Rahmawati, *PEMASARAN DIGITAL : ADOPSI MEDIA SOSIAL PADA UKM*. 2019. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/336990198>
- [8] I. C. Drivas, D. P. Sakas, G. A. Giannakopoulos, and D. Kyriaki-Manessi, "Search Engines' Visits and Users' Behavior in Websites: Optimization of Users Engagement with the Content," in *Springer Proceedings in Business and Economics*, Springer Science and Business Media B.V., 2021, pp. 31–45. doi: 10.1007/978-3-030-57065-1_3.
- [9] Febrian Fandi Dwi Imaniawan, *Belajar SEO Untuk Pemula*. Banjar: Ruang Karya, 2024.