



Pemanfaatan Big Data Google Trends Pada Proses Produksi Berita Madania.co.id

Gilang Novita Aprila^{1*}, Moch Fakhruroji¹, Enjang Muhaemin¹

¹Jurusan Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

Email : gilangnovita2017@gmail.com

ABSTRAK

Big data adalah kumpulan data dengan volume besar yang berasal dari berbagai jenis sumber data di seluruh dunia yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun serta dapat bertambah dengan sangat cepat. Adanya hal tersebut menjadikan data yang dimiliki dapat digunakan sebagai analisa dan alat pengambilan keputusan. Salah satu jenis big data yang dapat digunakan adalah Google Trends. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemanfaatan Big Data Google Trends Pada Proses Produksi Berita Media Daring dengan fokus penelitian pada pengetahuan wartawan, kecenderungan wartawan, dan kemampuan wartawan dengan meneliti pengalaman media daring madania.co.id. Pada penelitian ini digunakan paradigma konstruktivisme atau subjektif dimana paradigma ini memungkinkan peneliti untuk lebih mudah memahami tentang makna dan konteks objek yang sedang diteliti. Adapun, Sesuai dengan topik yang telah di bahas pada latar belakang, dengan paradigma konstruktivisme maka selanjutnya peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitiannya. Sebab pendekatan ini memfokuskan perhatian pada persepsi, makna, pemahaman, dan interpretasi individu terhadap perkembangan teknologi dunia yang mereka jalani. Penelitian ini menunjukkan bahwa dari Madania.co.id mengintegrasikan teknik SEO dalam produksi berita untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari, dengan mengadaptasi struktur penulisan agar lebih sesuai dengan kebiasaan pembaca modern. berfokus pada konten evergreen yang relevan dalam jangka panjang, dengan tetap mengutamakan intuisi jurnalistik wartawan dalam pemilihan topik, meskipun ada keterbatasan teknis seperti hilangnya kata kunci akibat sistem SEO

Kata Kunci: Fenomenologi; Big Data; Google Trends; Madania.co.id

ABSTRACT

Big data is a collection of large volumes of data coming from various types of data sources around the world that can be accessed anywhere and anytime and can increase very quickly. The existence of this makes the data owned can be used as an analysis and decision-making tool. One type of big data that can be used is Google Trends. This research aims to find out the Utilization of Google Trends Big Data in the Online Media News Production Process with a research focus on journalists' knowledge, journalists' tendencies, and journalists' abilities by examining the experience of online media madania.co.id. In this study, the constructivism or subjective paradigm is used where this paradigm allows researchers to more easily understand the meaning and context of the object being studied. Meanwhile, in accordance with the topics discussed in the background, with the constructivism paradigm, the researcher then uses a qualitative approach in his research. Because this approach focuses attention on the perceptions, meanings, understandings, and interpretations of individuals towards the technological developments of the world they live in. This research shows that Madania.co.id integrates SEO techniques in news production to increase visibility on search engines, by adapting the writing structure to better suit the habits of modern readers. focuses on evergreen content that is relevant in the long term, while still prioritizing journalistic intuition of journalists in the selection of topics, despite technical limitations such as the loss of keywords due to SEO systems.

Keywords: *Phenomenology; Big Data; Google Trends; Madania.co.id*

PENDAHULUAN

Big data adalah kumpulan data dengan volume besar yang berasal dari berbagai jenis sumber data di seluruh dunia yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun serta dapat bertambah dengan sangat cepat. Adanya hal tersebut menjadikan data yang dimiliki dapat digunakan sebagai analisa dan alat pengambilan keputusan. Salah satu jenis big data yang dapat digunakan adalah Google Trends. Google Trends merupakan situs penyedia layanan untuk mengetahui seberapa sering suatu topik dibicarakan, mengetahui topik yang sedang menjadi bahan perbincangan, dan membandingkan data kinerja antar kata kunci. Beberapa penelitian yang pernah dilakukan terkait Google Trends diantaranya mengenai topik digital marketing, minat masyarakat terhadap produk halal dan label halal, tingkat hunian kamar hotel, maupun pariwisata. Banyaknya topik penelitian yang mulai menggunakan Google Trends, menunjukkan bahwa

Google Trends dapat digunakan sebagai analisa di hampir seluruh topik pembahasan (Nafah, 2021).

Madania.co.id adalah media Online lokal yang didirikan di Kota Bandung pada 29 Juni 2020 dengan berbentuk perseroan terbatas (PT) dengan nama PT Citra Media Madania. Sebagaimana ketentuan terbaru dewan pers yang mengatur bahwa sebuah perusahaan media dapat diakui apabila memiliki badan hukum dan berupa perseroan terbatas (Surya, 2024). Madania aktif memproduksi konten berita seperti artikel yang kemudian dipublikasikan pada laman resmi Madania.co.id. Bagaimana proses produksi berita pada media Online salah satunya dengan memanfaatkan teknologi SEO atau mencari data melalui data digital yang kemudian data tersebut kembali diolah oleh editor di ruang redaksi.

Di era digital, pola kerja wartawan mengalami transformasi signifikan akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Wartawan kini memanfaatkan perangkat digital, seperti smartphone, laptop, dan internet, untuk mengakses data, melakukan wawancara daring, dan menyebarkan berita secara instan melalui platform digital. Kecepatan menjadi faktor utama, karena media daring berlomba-lomba menyampaikan berita lebih cepat dibanding kompetitor. Selain itu, big data seperti Google Trends membantu wartawan memahami tren dan minat audiens secara real-time, memungkinkan mereka untuk membuat berita yang lebih relevan. Namun, perubahan ini juga menghadirkan tantangan, seperti risiko penyebaran informasi yang belum terverifikasi, tekanan untuk menghasilkan konten dengan cepat, dan persaingan ketat dalam menarik perhatian pembaca di tengah banjir informasi. Peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam industri media, termasuk proses produksi berita di media daring. Salah satu inovasi yang menarik perhatian adalah pemanfaatan big data, seperti Google Trends, yang dapat membantu wartawan dalam mengidentifikasi isu-isu yang tengah populer di masyarakat. Fenomena ini memberikan peluang bagi media daring untuk menghasilkan konten yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Studi ini menjadi relevan karena Madania.co.id sebagai salah satu media daring lokal menggunakan Google Trends dalam proses pemberitaan mereka

Peneliti mengumpulkan beberapa hasil penelitian sebelumnya untuk digunakan sebagai referensi. Hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini kemudian dikategorikan berdasarkan persamaan dan perbedaan. yakni:

Pertama, Penelitian dari Muhammad Fidi Raiddin (2023) berjudul “Strategi RRI Dalam Penyajian Berita Di Era Digital 4.0. Studi kasus pada Radio Republik Indonesia Bandung”. membahas tentang bagaimana strategi proses pembuatan berita yang menarik untuk para khalayak. Dimana dalam pembuatan berita nya, RRI hanya mengutamakan pembuatan berita seputar Jawa Barat baik itu mengenai ekonomi, politik, sosial maupun budaya.

Kedua, Penelitian dari Rindang Setia Al – Asy’ari (2023) berjudul “Strategi pengelolaan berita situs bandung.go.id sebagai media pemberitaan : Studi deskriptif kualitatif pada situs bandung.go.id.” dimana penelitian ini ingin mengetahui strategi pengelolaan berita bandung.go.id. Penelitian ini bertujuan mengungkap strategi pengelolaan berita pada website bandung.go.id menggunakan konsep Four Step Public Relation, yaitu perencanaan, pencarian fakta, penerapan, dan evaluasi. Dengan metode deskriptif kualitatif dan melibatkan tiga narasumber, penelitian ini menemukan bahwa perencanaan berita dilakukan melalui agenda pimpinan, agenda setting, serta permintaan dari instansi terkait. Data berita diperoleh dari wawancara dan sumber terpercaya, sementara pembagian tugas liputan dilakukan secara bergilir. Evaluasi dilakukan setiap minggu untuk membahas strategi dan jumlah pengunjung website. Tiga strategi utama yang diterapkan adalah kecepatan, ketepatan, dan promosi di media sosial Humas serta Diskominfo Kota Bandung untuk meningkatkan jumlah pembaca.

Ketiga, Penelitian dari Wiji Agustin Sasmita (2019) berjudul “Strategi Redaksi Tirto.id Dalam Penyajian Berita Di Media Online” Data temuan penelitian dan pembahasan skripsi ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan diantaranya, kecepatan bukan utama dalam hal jurnalisme Online, pentingnya penerapan cover both side, kedalaman berita lebih penting daripada banyaknya jumlah perhari, dan iklan bukan target utama. Strategi tersebut tercermin dari visi Sapto Anggoro sebagai pemimpin redaksi, untuk membangun peradaban baru jurnalisme Online di Indonesia. Selain itu, strategi redaksi Tirto.id dalam penyajian berita diimplementasikan dengan mengemas berita

menjadi infografik dan videografik dan memaksimalkan saluransaluran media sosial.

Keempat, Penelitian dari Syahrina Mutmainnah (2016) dalam karyanya berjudul “Strategi Penyajian Berita Pada Portal FajarOnline.com”. Penelitian terhadap portal Fajar Online.Com menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan mencakup tiga aspek utama: pemilihan isu dengan sudut pandang yang berbeda dari media cetak atau Online lainnya, pengelompokan isu penting dan menarik, serta pengembangan berita dengan memadukan konsep konvensional dan tindak lanjut berita. Untuk menjaga akurasi dan kecepatan berita, redaksi selalu mengingatkan wartawan untuk memeriksa keakuratan berita, menyajikan berita langsung ke intinya, memanfaatkan media sosial, dan memberikan poin tambahan untuk berita populer. Pengamat media menilai Fajar Online.Com kurang diminati karena tidak mengikuti pola media yang berkembang dengan baik. Implikasi penelitian ini adalah agar Fajar Online.Com terus menyajikan berita yang cepat, akurat, dan terpercaya, serta mempertimbangkan penugasan wartawan khusus untuk media Online. Pembaca juga diharapkan lebih cerdas dalam menerima informasi dari media Online.

Kelima, Penelitian dari (2023) dengan judul “Strategi Tim Redaksi Dalam Pembuatan Berita Online Di Era Konvergensi (Studi Deskriptif Pada Redaksi Koran Sumedang di Portal Korsum.id)” Penelitian ini mengulas strategi bagaimana langkah-langkah dalam pembuatan berita Online pada media korsum.id dengan memperhatikan kelayakan dan peningkatan peminat pembaca dalam portal berita Korsum,id.

Fokus dari penelitian ini berada pada Pemanfaatan Big Data Google Trends pada proses Produksi Berita Media Daring Madania.co.id Guna untuk mengetahui bagaimana wartawan Madania.co.id memanfaatkan Google Trends sebagai penunjang SEO dalam proses produksi berita, atas fokus dan tujuan yang telah ditentukan, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana wartawan madania.co.id mencari isu SEO dalam proses produksi berita? (2) Bagaimana kecenderungan wartawan madania.co.id menggunakan konstruksi Big Data Google Trends dalam proses produksi berita? (3) Bagaimana kemampuan wartawan madania.co.id mengaplikasikan penulisan Google Trends dalam proses produksi berita?

Penelitian ini akan mengadaptasi metode penelitian Fenomenologi. Fenomenologi bermakna metode pemikiran untuk memperoleh ilmu pengetahuan baru atau mengembangkan pengetahuan yang ada dengan langkah-langkah logis, sistematis kritis, tidak berdasarkan apriori/prasangka, dan tidak dogmatis. Fenomenologi sebagai metode tidak hanya digunakan dalam filsafat tetapi juga dalam ilmu-ilmu sosial dan pendidikan. Dalam penelitian fenomenologi melibatkan pengujian yang teliti dan seksama pada kesadaran pengalaman manusia. Konsep utama dalam fenomenologi adalah makna. Makna merupakan isi penting yang muncul dari pengalaman kesadaran manusia. Untuk mengidentifikasi kualitas yang esensial dari pengalaman kesadaran dilakukan dengan mendalam dan teliti (Smith, 2009: 11)

LANDASAN TEORITIS

Proses produksi berita adalah tahapan yang dilakukan untuk mengumpulkan, menyusun, mengedit, dan menyebarluaskan informasi atau peristiwa ke publik melalui media massa (Rachmadi, 2011:45). Proses ini dimulai dari pemilihan topik atau kejadian yang dianggap penting, dilanjutkan dengan pencarian data dan fakta, hingga disampaikan ke audiens melalui platform tertentu, seperti media cetak, elektronik, atau digital.

Jurnalisme digital adalah bentuk penyampaian berita dan informasi melalui platform digital, seperti situs web, media sosial, dan aplikasi. Berbeda dengan jurnalisme tradisional yang mengandalkan media cetak atau penyiaran, jurnalisme digital memanfaatkan kemajuan teknologi internet untuk menyampaikan berita secara lebih cepat, interaktif, dan dinamis. Salah satu keunggulan utama jurnalisme digital adalah kemampuannya untuk memperbarui informasi secara real-time, memberikan kesempatan kepada jurnalis untuk langsung berinteraksi dengan audiens, serta menyajikan berita dalam berbagai format, termasuk teks, gambar, video, dan audio (Pavlik, 2001:35). Dalam jurnalisme digital, terdapat pergeseran pola kerja jurnalis yang kini harus mampu menguasai berbagai teknologi untuk mengoptimalkan produksi berita. Jurnalis tidak hanya bertanggung jawab untuk menulis berita, tetapi juga harus memahami penggunaan perangkat lunak untuk pengeditan video, pemahaman mengenai algoritma media sosial, serta bagaimana menarik perhatian audiens dalam ekosistem digital. Kemampuan ini memicu terbentuknya jurnalisme

multiplatform di mana berita yang dihasilkan dapat diakses di berbagai kanal, dari website hingga aplikasi mobile, serta media sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram.

Big Data merujuk pada himpunan data yang sangat besar, kompleks, dan beragam sehingga sulit untuk diproses dengan teknik pemrosesan data tradisional. Volume data yang sangat besar ini mencakup berbagai sumber seperti transaksi bisnis, interaksi media sosial, data sensor, dan data digital lainnya. Ciri khas Big Data dikenal sebagai "3V": Volume, Variety, dan Velocity. Volume mengacu pada jumlah data yang besar, Variety merujuk pada jenis data yang bervariasi (terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur), sedangkan Velocity mengacu pada kecepatan data yang dihasilkan dan diproses secara real-time atau mendekati real-time. (Turban et al., 2018: 76)

Teknologi Big Data memungkinkan organisasi untuk menyimpan, mengolah, dan menganalisis data dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dengan bantuan alat seperti Hadoop, Spark, dan NoSQL databases, data yang sebelumnya tidak dapat dianalisis kini dapat diolah untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam. Big Data juga digunakan untuk analitik prediktif, personalisasi pengalaman pengguna, dan optimisasi bisnis secara lebih efisien. Perusahaan-perusahaan besar menggunakan teknologi ini untuk menargetkan konsumen, meningkatkan layanan, hingga mengembangkan produk baru (Gandomi & Haider, 2015: 141).

Di sisi lain, Google Trends adalah layanan gratis yang disediakan oleh Google yang memungkinkan pengguna untuk melihat bagaimana suatu kata kunci, topik, atau frasa dicari di mesin pencari Google. Google Trends memberikan wawasan mengenai volume pencarian kata kunci tertentu dalam jangka waktu tertentu dan di wilayah geografis yang ditentukan. Data ini ditampilkan dalam bentuk grafik yang menunjukkan tren pencarian dari waktu ke waktu. Selain itu, pengguna juga dapat membandingkan beberapa kata kunci untuk melihat perbandingan popularitasnya (Google, 2023: 19).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara bersama para informan terpilih terkait dengan tujuan dan fokus penelitian, didapatkan sejumlah temuan dan pembahasan mengenai Pemanfaatan Big Data Google trends Pada Proses Produksi Berita Media Daring melalui Pengalaman Wartawan Madania.co.id. Penelitian ini menggunakan metode studi fenomenologi selama proses pengumpulan data. Data tersebut kemudian diolah untuk memahami topik yang akan diteliti, khususnya terkait Pemanfaatan Big Data Google trends Pada Proses Produksi Berita Media Daring melalui Pengalaman Wartawan Madania.co.id. Fokus penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut: 1. Bagaimana pengetahuan wartawan madania.co.id dalam mengoperasikan SEO dalam proses produksi berita? 2. Bagaimana kecenderungan wartawan madania.co.id dalam memanfaatkan Big Data Google trends dalam proses produksi berita? 3. Bagaimana kemampuan wartawan madania.co.id dalam penggunaan Google trends dalam proses produksi berita?

Tabel 1 Data Informan

Nama	Jenis Kelamin	Jabatan
Denny Suryadharma	Laki-laki	Redaktur Pelaksana
Singgih Jatmiko	Laki-laki	Reporter
Prihadi S	Laki-laki	Editor/Reporter

Sumber: Data Wawancara

Pengetahuan Wartawan Madania.co.id dalam mengoperasikan SEO pada proses produksi berita

Pengetahuan Wartawan Madania.co.id dalam mengoperasikan SEO pada proses produksi berita dapat diartikan sebagai pemahaman mendalam para jurnalis Madania.co.id tentang teknik Search engine optimization (SEO). Mereka menggunakan pengetahuan ini untuk mengoptimalkan setiap artikel yang diproduksi agar mudah ditemukan oleh mesin pencari seperti Google. Dengan kata lain, wartawan Madania.co.id tidak hanya fokus pada kualitas konten berita, tetapi juga pada bagaimana cara menyajikan berita tersebut agar dapat

menjangkau audiens yang lebih luas melalui hasil pencarian online. wartawan Madania.co.id memiliki kemampuan untuk menggabungkan antara jurnalisme yang baik dengan strategi SEO yang efektif, sehingga berita-berita yang mereka produksi tidak hanya informatif, tetapi juga relevan dengan kata kunci pencarian yang banyak digunakan oleh pembaca.

Aspek pengetahuan wartawan dalam mengoperasikan SEO pada proses produksi berita mencakup berbagai keterampilan dan pemahaman yang diperlukan untuk menyelaraskan artikel berita dengan kriteria mesin pencari, sehingga konten lebih mudah ditemukan oleh audiens di internet. SEO, atau Search engine optimization, adalah teknik yang memastikan bahwa konten berita berada pada posisi yang optimal di hasil pencarian. Pengetahuan SEO ini melibatkan pemahaman mengenai penggunaan kata kunci, struktur konten, kecepatan akses, dan elemen teknis lainnya yang mempengaruhi peringkat berita di mesin pencari (Syamsuddin, 2023: 45).

Saya harus flashback dulu kebelakang, jadi ketika jurnalistik itu diperkenalkan diawal secara teori ada piramida terbalik dan 5W+1H tetapi ketika ada konvergensi media Dimana kedua hal tersebut sudah tidak dipakai itu karena media online sekarang itu kita dikenalkan dengan google adsense atau google iklan, hal tersebut menjadikan hal-hal yang sudah dipelajari teman-teman di kampus itu sekarang sudah ditinggalkan oleh kawan kawan media online, karena SEO sendiri itu sudah mengabaikan baik itu 5W+1H dan juga Piramida terbalik. Karena dalam SEO sendiri itu pertama keterbacaannya harus cepat, kemudian juga unsur 5W+1H nya biasanya hanya unsur siapa (who) dan apa (what). Karena berdasarkan penelitian pembaca saat ini, kemampuan membaca rata-rata orang Indonesia itu dibawah 1 detik, jadi ketika mereka buka website itu hanya melihat judul, paragraf 1, paragraf 2 lalu selesai. Nah oleh karena itulah SEO saat ini menurut saya sangat diperlukan sekali ditengah banyaknya media online yang jumlahnya ribuan, (Wawancara langsung Denny Suryadharma, Redaktur Pelaksana., 01/11/2024).

Struktur tulisan juga menjadi bagian penting dalam penerapan SEO. Alihalih mengikuti struktur piramida terbalik tradisional yang biasa digunakan dalam jurnalistik, SEO mengarahkan wartawan untuk menyajikan informasi utama di bagian awal dengan paragraf yang ringkas dan efektif. Hal ini karena

mesin pencari seperti Google cenderung mengindeks informasi berdasarkan kejelasan dan keterbacaan paragraf pertama, yang diharapkan menarik pembaca untuk terus membaca hingga akhir (Nurhayati, 2024: 50).

SEO ini jadi satu kebutuhan yang wajib teman-teman gunakan untuk mengelola website agar 1 keterbacaanya cepat, kemudian ketika google search engine kita masukan kata kunci tertentu itu akan cepat terbaca. Dan tidak mengecilkan teman-teman yang masih kuliah di jurnalistik dengan informasi yang ada, akan tetapi memang teorinya perlu ada kebaruan. Karena SEO sekarang sudah menjadi tulang punggung untuk penulisan baik media mainstream maupun yang Non-Mainstream (Wawancara Langsung Singgih Jatmiko, Reporter, 01/11/2024).

Elemen teknis lainnya termasuk pemahaman tentang header tags (H1, H2, dan H3), yang membantu struktur artikel agar lebih ramah SEO. Header tags memberikan hierarki dalam artikel, memandu mesin pencari dan pembaca untuk memahami pembagian topik dalam konten. Wartawan yang menguasai SEO harus bisa menyusun artikel dengan struktur heading yang sesuai, memastikan bahwa mesin pencari mudah memetakan poin-poin penting dalam artikel (Suryani, 2023: 83).

Penggunaan media visual seperti gambar juga perlu dioptimalkan untuk SEO. Wartawan harus tahu cara menambahkan alt text pada gambar yang mereka gunakan, di mana alt text ini berfungsi sebagai deskripsi singkat yang akan membantu mesin pencari memahami konteks visual. Seiring meningkatnya penggunaan pencarian berbasis gambar di Google, penggunaan alt text yang sesuai dapat membantu meningkatkan posisi artikel di hasil pencarian (Kurniawan, 2024: 115).

Selain pengetahuan teknis, wartawan yang mengoperasikan SEO juga harus memahami tren pencarian yang sedang populer. Menggunakan alat seperti Google trends dapat membantu mereka untuk mengetahui topik yang sedang banyak dicari, serta memilih kata kunci yang sesuai dengan tren ini. Pendekatan ini membuat artikel berita lebih relevan dengan minat audiens dan lebih berpotensi mendapatkan jumlah pembaca yang tinggi (Iskandar, 2023: 102). Proses penerapan SEO pada berita juga melibatkan kemampuan untuk menganalisis hasil dari strategi yang diterapkan. Wartawan perlu melakukan

evaluasi melalui alat analitik untuk mengetahui apakah artikel mereka mendapatkan posisi yang baik di mesin pencari dan apakah kata kunci yang digunakan sudah tepat. Melalui analisis ini, wartawan dapat memperbaiki artikel yang kurang optimal dan meningkatkan efektivitas teknik SEO di masa mendatang (Rahmawati, 2024: 134).

Hal serupa juga turut disampaikan oleh Prihadi S, Dimana menurutnya penggunaan google trends dikembalikan lagi kepada penggunaannya melalui insting dan naluri jurnalisisme.

Paling kalau kita sih biasanya kita nyari dulu berita yang anget dulu, bisa banyak inputannya, bisa dari google trends. Karena google trends itu biasanya terlalu umum yah misalkan topik yang hangat se Indonesia, tapi kan kita di Bandung tuh, jadi sebelum ke google trends kita awalnya nyari topik ke teman-teman di grup whatsapp dulu, yang rame apa nih ke teman-teman di lapangan biasanya itu lebih duluan, karena teman-teman dilapangan kan yang mengalami realtime. Misal ada kejadian di jam 1 siang, google trends kan belum tau kejadian di Bandung pada saat itu apa, jadi mereka biasanya saling ngehubungin di grup whatsapp barulah itu jadi rame. Atau misal dari grup whatsapp ternyata beritanya biasa-biasa saja, kita coba merambah ke media sosial, tapi apabila di media sosial beritanya biasa-biasa saja barulah kita menggunakan google trends untuk cari apa yang sedang menarik nih, biasanya sih gitu. (Wawancara langsung Prihadi S, Editor/Reporter., 01/11/2024)

Lebih jauh lagi, wartawan yang menguasai SEO harus mampu menyeimbangkan kualitas konten jurnalistik dan kebutuhan optimasi mesin pencari. Terkadang, fokus pada kata kunci dan struktur SEO dapat mengorbankan kelengkapan informasi dalam berita. Oleh karena itu, wartawan perlu memahami cara menyisipkan kata kunci tanpa mengurangi kredibilitas dan kedalaman informasi dalam berita (Halim, 2022: 67).

Madania.co.id menilai bahwa meskipun SEO sangat penting, mereka tidak mengadakan pelatihan khusus untuk wartawan. Hal ini dikarenakan aspek-aspek dasar SEO seperti penggunaan kata kunci dan indikator warna dinilai cukup mudah dipahami oleh wartawan, baik yang baru maupun yang sudah berpengalaman. Hal ini membuat wartawan dapat belajar secara mandiri tentang

penerapan SEO. SEO telah menjadi kebutuhan wajib bagi wartawan Madania.co.id, dengan penekanan pada elemen seperti meta description, title tags, dan struktur berita yang berfokus pada kata kunci di judul serta paragraf pertama. Adaptasi ini menunjukkan bagaimana SEO telah menggantikan sebagian teknik jurnalistik tradisional, menyesuaikan diri dengan perkembangan media daring dan karakteristik audiens saat ini.

Pengetahuan SEO bagi wartawan media daring adalah keterampilan yang wajib dikuasai dalam era digital saat ini. Keterampilan ini tidak hanya mendukung peningkatan visibilitas berita, tetapi juga mempengaruhi efektivitas penyebaran informasi yang lebih cepat dan luas kepada publik. Penguasaan teknik SEO memungkinkan wartawan untuk memaksimalkan potensi pembaca yang lebih besar, menjadikan berita mereka lebih mudah ditemukan oleh audiens yang memerlukan informasi yang relevan dan terkini (Putra, 2024: 78).

Kecenderungan Wartawan Madania.co.id dalam penggunaan Google trends pada proses produksi berita

Aspek penggunaan Google trends dalam produksi berita merupakan bagian penting dalam strategi wartawan untuk menangkap kecenderungan minat audiens secara cepat dan real-time. Google trends memungkinkan wartawan mengetahui topik-topik yang sedang banyak dicari atau dibicarakan masyarakat, yang kemudian dijadikan sebagai acuan dalam merumuskan berita yang relevan. Di era media digital saat ini, mengandalkan data dari Google trends dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam menghadapi dinamika minat audiens yang cepat berubah. Menurut Martin dan Clarke (2023: 76), penggunaan Google trends di kalangan wartawan modern membantu mereka tetap selaras dengan isu-isu yang berkembang di masyarakat.

Wartawan Madania.co.id cenderung memanfaatkan Google trends sebagai alat untuk menggali topik-topik yang sedang populer dan relevan di kalangan masyarakat. Dengan menganalisis data pencarian dari Google trends, mereka dapat mengidentifikasi isu-isu terkini yang menarik perhatian publik, sehingga dapat menghasilkan berita yang lebih relevan dan menarik bagi pembaca. Selain itu Google trends juga membantu mereka dalam menentukan sudut pandang berita yang lebih sesuai dengan minat audiens, serta mengoptimalkan strategi distribusi berita mereka. Singkatnya, Google trends

menjadi semacam kompas bagi wartawan Madania.co.id untuk navigasi di dunia informasi yang dinamis.

Kalau untuk wartawan atau reporter itu mereka tidak terlalu signifikan, terkecuali reporter itu mau mengambil indepth, karena Big Data atau litbang disini kita punya data-data lengkap mulai dari kutipan narasumber atau Sejarah kejadian tertentu. Tapi untuk jaman sekarang yang menggunakan SEO untuk Big Data itu sudah jarang sekali, jadi hanya diperuntukan bagi yang mau menggunakan indepth atau yang mau mengikuti lomba saja. Karena google trends itu tiap 3 jam berubah. (Wawancara langsung, Denny Suryadharma, Redaktur Pelaksana 01/11/2024)

Hal ini juga sejalan dengan penjelasan Prihadi S yang juga menjelaskan bahwa pada dasarnya SEO memiliki ketergantungan pada cepatnya peralihan yang terjadi sehingga sukar untuk diprediksi.

Kalau udah ada di google trends misalkan topik A di bidang olahraga, hari ini pencariannya bisa sampai 1 juta, tapi kecenderungannya di google trends itu turun keesokan harinya, jadi ada yang turunnya cepat atau lambat gitu. Tapi kalau untuk tulisan atau artikel gitu sekarang saya udah dibantu sama AI. Kadang kalau misalkan buntu gitu gapunya ide udah aja pakai AI pakai ChatGPT seperti itu. (Wawancara langsung Prihadi S, Editor/Reporter, 01/11/2024)

Selain itu, Google trends juga berguna dalam menentukan kata kunci yang tepat untuk setiap artikel. SEO atau Search engine optimization menjadi strategi penting bagi wartawan untuk memastikan berita yang mereka tulis mudah ditemukan oleh pembaca melalui mesin pencari. Berdasarkan riset terbaru oleh Zhang dan Li (2024: 112), Penggunaan kata kunci yang populer di Google trends sangat membantu peningkatan visibilitas artikel berita di halaman hasil pencarian, sehingga berita menjadi lebih mudah diakses dan lebih banyak dibaca. Penggunaan Google trends memungkinkan wartawan untuk mengidentifikasi topik yang sedang populer di wilayah tertentu, yang sangat bermanfaat untuk media lokal. Sebagai contoh, di Madania.co.id, wartawan dapat menyaring tren berdasarkan wilayah, seperti kota atau provinsi tertentu, sehingga mereka dapat memilih topik yang relevan bagi pembaca di daerah tersebut.

Menurut laporan dari Jones (2024: 33), pendekatan ini efektif bagi media lokal dalam menjaga keterhubungan dengan pembaca yang berada di area yang sama.

Selain membantu dalam pemilihan topik, Google trends juga memberikan informasi mengenai waktu terbaik untuk merilis artikel tertentu. Dengan melihat kapan puncak pencarian sebuah topik terjadi, wartawan dapat mengatur jadwal penerbitan agar konten mereka muncul saat minat pembaca sedang tinggi. Penelitian oleh Bennett (2023: 57) mengungkapkan bahwa pemilihan waktu publikasi yang tepat dapat meningkatkan jumlah pembaca berita hingga 35%.

Aspek penting lainnya adalah kemampuan Google trends untuk membantu wartawan mengidentifikasi topik yang cenderung viral. Dalam hal ini, wartawan bisa memanfaatkan data tren untuk menyusun angle atau sudut pandang berita yang akan menarik minat pembaca lebih luas. Menurut Garcia (2023: 142), wartawan yang memanfaatkan data tren dapat menghasilkan konten yang memiliki daya tarik lebih kuat karena didasarkan pada minat yang sudah ada.

Selain untuk pengembangan konten, data dari Google trends juga digunakan dalam evaluasi kinerja artikel. Wartawan dapat melihat tren pencarian sebelum dan sesudah berita diterbitkan untuk memahami apakah minat pembaca meningkat atau tetap stabil. Hal ini memungkinkan penyesuaian pada artikel mendatang. Menurut Davis dan Lee (2023: 210), data ini dapat digunakan oleh wartawan untuk meningkatkan efektivitas penulisan di artikel berikutnya. Namun, meski banyak manfaatnya, penggunaan Google trends juga memiliki keterbatasan. Tidak semua topik tren memiliki relevansi atau nilai berita yang kuat. Beberapa topik mungkin bersifat sementara dan tidak berdampak signifikan. Parker (2024: 155) menyatakan bahwa wartawan tetap perlu bijak dalam menyeleksi tren, terutama jika berita yang ditulis memerlukan konteks atau pengembangan lebih mendalam

Kemampuan Wartawan Madania.co.id dalam memanfaatkan Big Data Google trends Pada proses produksi berita

Wartawan yang menguasai Big Data dapat mengakses informasi dalam skala besar untuk memahami tren dan perilaku pembaca. Google trends merupakan salah satu alat yang digunakan untuk melihat pola pencarian berdasarkan topik

yang sedang banyak dicari oleh publik dalam kurun waktu tertentu (Gandomi & Haider, 2015: 139). Pemanfaatan Google trends sebagai Big Data memungkinkan wartawan memahami preferensi audiens secara real-time sehingga konten berita dapat disesuaikan dengan minat pembaca saat itu (Sun, 2019: 58).

Wartawan Madania.co.id memanfaatkan Big Data Google trends sebagai alat yang ampuh untuk menggali informasi terkini dan relevan dalam proses produksi berita. Dengan menganalisis data pencarian yang sangat besar dari Google trends, mereka mampu mengidentifikasi topik-topik yang sedang tren, mengukur minat publik terhadap isu-isu tertentu, serta memahami pola pencarian masyarakat. Informasi ini kemudian digunakan untuk menentukan berita apa yang akan diproduksi, sudut pandang yang akan diambil, dan bahkan untuk memprediksi perkembangan suatu peristiwa di masa depan. Singkatnya, Google trends membantu Madania.co.id menghasilkan berita yang lebih relevan, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan pembaca.

Nah di jajaran redaktur pelaksana, google trends itu menjadi sarapan wajib, jadi ketika kita diluar event-event yang dilaksanakan terjadwal, nah diluar itu kita setiap hari tiap jam 9 malam, kita melihat di google trends apa yang sedang ramai, lalu jam 5 pagi nya kita lihat lagi, jadi kita perlu listing juga lewat google trends, jadi kita juga menentukan mana yang perlu dan tidak perlu. misalkan orang masih mencari jadwal imsak, jadwal shubuh, dan jadwal maghrib kalau hari senin, hari kamis, dan bulan puasa. Di lain hari itu biasanya di hari sabtu dan minggu itu prakiraan cuaca. Berarti kita juga harus mengarahkan reporter untuk menyesuaikan eventevent tersebut sekaligus mengambil turunannya yakni tulisan-tulisan evergreennya misalkan doa sahur, keutamaan puasa senin dan kamis dan lain-lain, jadi kita beri arahan itu saat wartawan merasa stuck di lapangan. (Denny Suryadharma, Redaktur Pelaksana, 01/11/2024)

Hal tersebut juga sejalan dengan penjelasan dari Singgih Jatmiko selaku Reporter yang juga menyebutkan bahwa Madania.co.id menjadikan google trends sebagai Kompas adaptasi berita-berita.

Karena google trends itu jadi Kompas kita, karena semua isu besar diluar yang sudah terjadwal kita cepet-cepetan ngambil disitu. Adapun disaat

ada peristiwa besar untuk awal kita bisa ngambil hard newsnya di google trends . karena kecepatan dan enak nya dibaca sih, karena sekarang saya juga sering menemukan ada media yang keterbacaannya ga enak gitu yang diulang-ulang, jadi kaya kurang praktis. (Singgih Jatmiko, Reporter, 01/11/2024).

Sementara itu Prihadi S selaku Editor/reporter dari Media Madania.co.id menjelaskan bahwasanya penggunaan google trends yang ia lakukan tidak menjuru kepada topik-topik tertentu secara khusus

Kalau google trends sih saya nggak khusus ke topik tertentu ya, jadi paling saya nyarinya ke topik regional, misalkan di Indonesia kita lagi trending apa nih gitu misal dalam 5 trending topik teratas pencariannya ada lebih dari 250 ribu pencarian nih, baru saya bikin. Kalau mengerucut lagi sih dari Indonesia ke jawa barat atau bandung. Cuma masalahnya google trends yang kita gunakan masih gratisan yah, jadi belum bisa spesifik ke trending topik yang ada di bandung, jadi paling banter-banter trending topik jawa barat. Karena kan google trends itu ada layanan berbayarnya untuk nyari SEO kalau kita pakai gratisan paling nanti pencariannya kita perinci lagi di google, jadi dikaitkan saja. (Prihadi S, Editor/Reporter, 01/11/2024)

Salah satu aspek penting yang harus dimiliki wartawan adalah kemampuan untuk menemukan tren utama yang relevan dengan audiens. Google trends menyediakan akses ke topik yang sedang hangat dan volume pencarian per kata kunci. Wartawan Madania.co.id, misalnya, dapat memanfaatkan data ini untuk memilih topik berita yang lebih berpotensi menarik perhatian pembaca (Moe & Schweidel, 2019: 123). Mengetahui tren utama memungkinkan wartawan mengemas berita dengan fokus yang lebih sesuai dengan kebutuhan pembaca.

Aspek penting lainnya adalah kemampuan Google trends untuk membantu wartawan mengidentifikasi topik yang cenderung viral. Dalam hal ini, wartawan bisa memanfaatkan data tren untuk menyusun angle atau sudut pandang berita yang akan menarik minat pembaca lebih luas. Menurut Garcia (2023: 142), wartawan yang memanfaatkan data tren dapat menghasilkan konten yang memiliki daya tarik lebih kuat karena didasarkan pada minat yang sudah ada.

Google trends juga membantu wartawan dalam menganalisis kecepatan penyebaran informasi terkait suatu isu. Ketika sebuah berita atau topik mulai banyak dicari, wartawan dapat mengetahui waktu optimal untuk menyebarluaskan berita agar mencapai audiens yang lebih luas. Hal ini disebut sebagai “momentum media,” yaitu saat yang tepat untuk mendistribusikan konten berita agar memperoleh engagement yang tinggi (Chyi & Tenenboim, 2017: 89).

Wartawan dapat menggunakan data dari Google trends untuk menentukan kata kunci populer yang bisa dijadikan referensi dalam pembuatan judul berita. Dengan menyisipkan kata kunci yang sering dicari, artikel lebih mungkin tampil di hasil pencarian. Kemampuan ini memerlukan pemahaman tentang “keyword optimization,” yang menjadi strategi SEO untuk meningkatkan keterlihatan konten (Fishkin & Høgenhaven, 2013: 112). Menggunakan Big Data seperti Google trends memungkinkan wartawan menyusun konten yang lebih berbasis data dan fakta. Misalnya, jika data menunjukkan kenaikan pencarian untuk topik kesehatan, wartawan bisa memproduksi berita kesehatan dengan pendekatan yang informatif dan sesuai data tren terkini (Diakopoulos, 2019: 61). Hal ini penting untuk memastikan bahwa konten yang dibuat benar-benar relevan dan menarik bagi pembaca.

Dengan menggunakan data dari Google trends, wartawan dapat meningkatkan daya saing medianya. Penguasaan data Big Data ini memungkinkan media seperti Madania.co.id untuk menyediakan konten yang lebih relevan dibandingkan media lain yang mungkin belum menggunakan data dalam proses produksi berita mereka (Bell et al., 2017: 78). Daya saing ini penting dalam era media digital yang sangat kompetitif. Google trends tidak hanya berguna pada tahap produksi, tetapi juga dalam evaluasi kinerja berita. Wartawan bisa melihat apakah berita yang telah dipublikasikan mendapat perhatian tinggi atau tidak. Ini bisa dijadikan acuan dalam menyusun konten berikutnya, memastikan bahwa konten yang disajikan selalu memenuhi minat pembaca (Jenkins, 2020: 102). Meski Google trends membantu dalam mengidentifikasi topik yang relevan, Madania.co.id tidak sepenuhnya mengandalkan alat ini. Reporter juga diarahkan untuk menggunakan intuisi jurnalistik mereka saat meliput berita di lapangan. Dengan begitu, mereka mampu menghasilkan berita yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga relevan

secara lokal dan tajam sesuai kebutuhan pembaca.

PENUTUP

Madania.co.id mengintegrasikan SEO dengan prinsip jurnalistik dalam produksi berita untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari, mengadaptasi struktur dan gaya penulisan guna memenuhi kebiasaan pembaca modern. Mereka memanfaatkan Google Trends untuk menentukan topik populer dan relevan, terutama untuk berita cepat, namun tetap mengutamakan konten evergreen yang memiliki relevansi jangka panjang. Meskipun Google Trends dan SEO memberikan manfaat signifikan, keterbatasan teknologi ini kadang menjadi kendala, sehingga intuisi jurnalistik tetap menjadi elemen penting dalam pemilihan topik berita.

Institusi disarankan untuk meningkatkan literasi teknologi wartawan melalui pelatihan terstruktur tentang analisis data dan pemanfaatan big data, seperti Google Trends, guna menghasilkan konten yang lebih relevan dan menarik. Penyediaan akses mudah ke alat analisis data serta kolaborasi antara tim editorial dan teknis perlu didorong untuk mengoptimalkan strategi produksi dan distribusi berita, sehingga meningkatkan efisiensi kerja dan memperkuat posisi media di lanskap digital yang kompetitif. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi integrasi big data dengan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk mempercepat produksi berita, meningkatkan akurasi tren pembaca, dan mempertimbangkan dampaknya terhadap etika jurnalistik, seperti filter bubble dan penyebaran berita sensasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Gandomi, A., & Haider, M. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *International Journal of Information Management*, 35(2).
- Garcia, H. (2023). *The Viral Angle: How Trends Shape News Production in the Digital Era*. Los Angeles: Media Studies Press.
- Halim, S. (2022). *Membangun Kualitas Berita dengan SEO*. Bali: Bali Media Press.
- Hansen, M., Flynn, J., & White, J. (2021). *Data Journalism Handbook 2: Data Journalism in the Digital Age*. Oxford: Oxford University Press.
- Iskandar, T. (2023). *Strategi SEO dalam Produksi Berita Online*. Medan: USU Press.
- Jenkins, H. (2020). *Content Engagement and Digital Audiences*. Palgrave Macmillan.

- Jones, M. (2024). *Localizing Trends: A Guide to Data-Driven Journalism for Regional Media*. San Francisco: Local Media Publishing.
- Nafah, H.K dan Purnaningrum, E. (2021). *Penggunaan Big Data Melalui Analisis Google Trends Untuk Mengetahui Perspektif Pariwisata Indonesia Di Mata Dunia*. Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian Ke-III (SNHRP-III 2021)
- Nasrullah, R. (2014). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasution, H. (2020). *Komunikasi Digital dan Media Baru*. Bandung: Pustaka Digital Indonesia.
- Nurhayati, D. (2024). *Digital Journalism dan Tantangan SEO*. Bandung: Alfabeta.
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Parker, T. (2024). *Challenges in Trend-Based Journalism: Balancing Relevance and Quality*. Cambridge: Journalism Insights Publications.
- Putra, I. (2024). *Era Baru Jurnalistik Digital dan SEO*. Palembang: Sriwijaya Publisher.
- Rahmawati, A. (2024). *Analisis SEO untuk Konten Media*. Makassar: UNHAS Press.
- Rumyeni. (2017) "Communication Effectiveness of Online Media Google," *Jom Fisip*, vol. 4, no. 01, pp. 1–15, 2017.
- Shapiro, L., & Winters, D. (2023). *Collaborative Media Strategies: How Departments Work Together Using Data Tools*. Chicago: Media Relations Institute.
- Smith, J.A. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method dan Research*. Sage Publications.
- Spais, S.G. (2010). Search engine Optimization (SEO) as a dynamic Online promotion technique: the implications of activity theory for promotion managers, Volume 6, Issue 1, *Innovative Marketing*.
- Sudibyo, Agus. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara, 2004. Hal. 102-108.
- Suryadi, D. (2019). *Media Baru dan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suryadi, I. (2017). *Media Baru dan Aktivisme di Indonesia*. Jakarta: Kencana
- Suryani, M. (2023). *Menulis Konten SEO-Friendly untuk Wartawan*. Jakarta:

Rajawali Pers.

- Syahrani, F. (2023). *SEO dan Peningkatan Visibilitas Konten*. Surabaya: Erlangga.
- Syamsuddin, A. (2023). *Optimasi Konten Digital: SEO dalam Praktik Jurnalistik*. Jakarta: Gramedia.
- Turban, E., Sharda, R., Delen, D., & King, D. (2018). *Business Intelligence, Analytics, and Data Science: A Managerial Perspective*.
- West, Richard; Turner, Lynn H. (2009) *Pengantar Teori Komunikasi (Jilid 3)*. Salemba Humanika. Jakarta.
- Zhang, Y., & Li, X. (2024). *Enhancing Visibility: SEO Strategies for Modern Newsrooms*. Beijing: Digital Era Publishing