P-ISSN : 2654-4946
https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i2 E-ISSN :2654-7538

Penggunaan Search Engine untuk Meningkatkan Reputasi Media *Online*

(Studi Strategi Komunikasi pada Media *Online* Popmama.com)

Sandra Ratnasari, Siti Komsiah
Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta

Email: chi.hope.sr@gmail.com, sitikomsiah70@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana optimasi mesin pencari (Seacrh Engine Optimization, SEO) dapat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan reputasi dan visibilitas media *online* di mesin pencari Google. Penelitian ini juga telah menemukan hubungan antara SEO dengan strategi komunikasi pada media *online* Popmama.com. Penelitian ini didasarkan pada kerangka teori Niche dan Determinisme Teknologi. Teori Niche menjelaskan bagaimana media *online* saling bersaing untuk mendapatkan perhatian audiens serta sumber daya dalam ekosistem media. Sedangkan Teori Determinisme Teknologi menjelaskan bahwa kemajuan teknologi, dalam hal ini adalah mesin pencari Google, membentuk perilaku manusia dan pola konsumsi media. Penelitian ini secara khusus akan fokus pada Popmama.com, sebuah *platform* media *parenting* yang menargetkan orang tua berusia 20-40 tahun di Indonesia. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi peran SEO dalam membentuk strategi komunikasi bisnis Popmama.com, khususnya dalam menyelaraskan produksi konten dengan algoritma mesin pencari untuk mencapai peringkat yang lebih tinggi. Penelitian memakai pendekatan kualitatif, dengan melakukan analisis konten dan wawancara orang kunci di Divisi SEO dan Divisi Redaksi Popmama.com. Dengan paradigma konstruktivisme, penelitian ini menemukan bahwa SEO yang dilakukan di Popmama.com bisa diterapkan di tempat lain karena terbukti bahwa SEO bisa memengaruhi reputasi di mesin pencarian Google.

Kata Kunci: ***Search Engine Optimization, reputasi media online, teori Niche, teori Determinisme Teknologi, strategi komunikasi media online, mesin pencari Google***

ABSTRACT

This study examines how search engine optimization (SEO) can be utilized as a strategy to enhance the reputation and visibility of online media on Google search engines. It also explores the relationship between SEO and communication strategies employed by the online media platform Popmama.com. The research is grounded in the theoretical frameworks of Niche Theory and Technological Determinism. Niche Theory explains how online media compete for audience attention and resources within the media ecosystem. Meanwhile, Technological Determinism Theory asserts that technological advancements, in this case, Google's search engine, shape human behavior and media consumption patterns. The study specifically focuses on Popmama.com, a parenting media platform targeting Millennial and Gen Z parents in Indonesia. It also investigates the role of SEO in shaping Popmama.com's business communication strategy, particularly in aligning content production with search engine algorithms to achieve higher rankings. The research employs a qualitative approach, involving

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538 https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i2

content analysis and interviews with key personnel from the SEO and Editorial Divisions of Popmama.com. Using a constructivist paradigm, this study concludes that the SEO strategies implemented by Popmama.com can be applied in other contexts.

Keywords: ***Search Engine Optimization (SEO), online media reputation, Niche Theory, Technology Determinism Theory, online media communication strategies, Google search engine***

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses dan memanfaatkan informasi. Media online telah menjadi sumber utama informasi yang mudah diakses kapan saja dan di mana saja. Salah satu tantangan terbesar bagi media *online* adalah membangun reputasi yang baik di tengah persaingan yang semakin ketat.

Popmama.com, sebagai salah satu media *online* bertema *parenting* di Indonesia, menghadapi tantangan serupa. Dengan target pembaca utama orang tua berusia 20-40 tahun, Popmama.com harus bersaing dengan *platform* serupa seperti Haibunda.com dan The Asian Parents. Dalam konteks ini, reputasi yang baik tidak hanya menarik pembaca tetapi juga pengiklan, yang menjadi sumber pendapatan utama media *online* (Wibowo, 2022:163).

Search Engine Optimization (SEO) adalah salah satu strategi yang digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan reputasi media *online*. Dengan mengoptimalkan konten sesuai algoritma mesin pencari, Popmama.com dapat mencapai pembaca yang lebih luas dan meningkatkan kredibilitasnya (Labanauskaitė et al., 2020). Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada penggunaan mesin pencari Google. Google adalah salah satu dari mesin pencari yang sering dipakai untuk mencari informasi. Selain Google, ada Bing, Yandex, Duck Duck Go, dan lainnya.

Kredibilitas bisa diperoleh jika visibilitas konten media *online* di mesin pencarian Google masuk ke halaman satu dari hasil pencarian (Search Engine Result Page – SERP). Target halaman satu SERP bisa dicapai jika media *online* menerapkan strategi SEO karena mesin pencari Google menetapkan syarat untuk bisa masuk ke SERP tertinggi. Pengelola media *online* pun harus memahami cara kerja mesin pencari Google agar bisa memastikan konten yang dibuatnya bisa masuk SERP tinggi.

Menurut AndiPate (2016:131) citra atau reputasi adalah gambaran tentang sesuatu di dalam pikiran manusia. Gambaran tersebut terbentuk dari informasi-informasi yang masuk ke panca inderanya.

Reputasi media online sangat penting bagi kelangsungan dan perkembangan media di era digital. Reputasi yang baik bisa meningkatkan pembaca, meningkatkan kepercayaan publik dan membuka peluang media untuk mendapatkan keuntungan. Jika diuraikan lebih dalam, maka reputasi media online memiliki fungsi sebagai:

1. Meningkatkan Kepercayaan Pembaca

Menurut Chaffey (2019:143), reputasi media online yang baik akan membuat pembaca percaya pada konten yang disajikan. Dengan kepercayaan yang tinggi, pembaca akan menjadi loyal dan media online tersebut akan menjadi top of mind.

2. Meningkatkan Trafik dan Engagement

Media online dengan reputasi baik

https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i2
P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN :2654-7538

cenderung lebih sering diakses, dibagikan dan diikuti oleh pembaca. Sehingga trafik atau jumlah orang yang masuk ke media online itu semakin meningkat. Peningkatan ini akan menambah pula tingkat keterikatan (engagement).

3. Lebih Mudah Meraih Keuntungan Bisnis

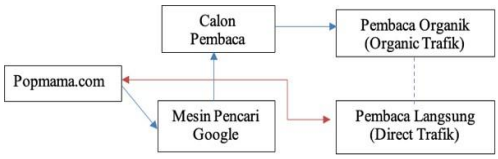
Reputasi yang baik akan membuat media online akan lebih mudah menarik pengiklan dan mitra bisnis. Selain itu juga dengan reputasi yang baik, media online akan lebih mudah meraih kepercayaan dari investor untuk melaksanakan bisnis bersama. Bagi media, bisnis yang terjalin adalah cara untuk mempertahankan keberlangsungan hidup media itu.

4. Memfasilitasi Jaringan dan Kolaborasi

Reputasi yang solid di media online dapat membuka peluang untuk kolaborasi, kemitraan, dan jaringan dengan pihak lain. Misalnya, perusahaan dengan reputasi yang baik lebih mungkin menarik mitra bisnis untuk bekerja sama dalam kampanye atau proyek tertentu.

Media *online* yang mengandalkan Search Engine Optimization (SEO) sebagai strategi utama harus bisa memastikan konten mereka mudah ditemukan di peringkat atas hasil pencarian.

Teknik SEO mencakup pemilihan kata kunci yang relevan, optimasi metadata, serta pembuatan konten berkualitas tinggi. Untuk mencapainya bisa dilakukan dengan melakukan riset kata kunci melalui Google Trends dan meneliti kompetisi kata kunci tersebut. Setelah ditetapkan, kata kunci harus diintegrasikan ke dalam artikel, judul, dan tag konten. Dengan cara ini, media *online* dapat mencapai visibilitas di mesin pencari dan menjangkau lebih banyak pembaca karena artikel akan mudah ditemukan di mesin pencari.

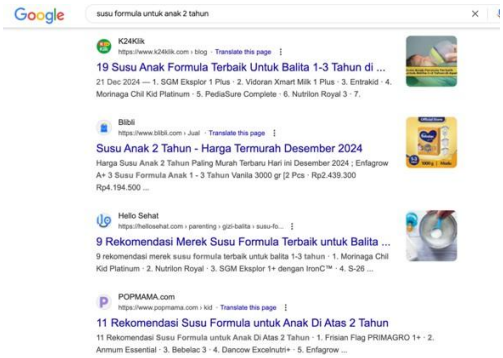


Gambar 1. Alur Terciptanya Pembaca Melalui Mesin Pencari Google

Selain teks, optimasi juga mencakup konten visual seperti gambar dan video dengan memberikan deskripsi alternatif (alt text), menggunakan nama file deskriptif, dan memastikan ukuran file yang mendukung kecepatan pemuatan. Media *online* juga memprioritaskan pembuatan konten yang informatif, relevan, dan sesuai tren, karena algoritma mesin pencari cenderung memberikan peringkat tinggi pada konten yang berkualitas dan sering diperbarui. Untuk memperluas jangkauan, *platform* seperti Google News dimanfaatkan guna mendistribusikan berita mereka.

Strategi tambahan melibatkan peningkatan kredibilitas melalui *backlink* dari situs lain, yang dapat mendongkrak peringkat di hasil pencarian. Pemantauan kinerja SEO secara rutin menggunakan alat seperti Google Analytics dan Google Search Console juga menjadi langkah penting.

Dengan menganalisis data, media dapat terus menyempurnakan strategi mereka untuk meningkatkan lalu lintas situs.



Gambar 2. Contoh SERP Google dengan Kata Kunci SEO “Susu Formula untuk Anak 2 Tahun” (Google.com)

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538 https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i2

2. LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan dua landasan teori utama, yaitu Teori Niche dan Teori Determinisme Teknologi, untuk membangun kerangka pemikiran yang terstruktur.

Teori Niche membantu menjelaskan bagaimana Popmama.com menargetkan segmen audiens yang spesifik, yaitu orang tua berusia 20-40 tahun dengan anak usia 0-12 tahun. Segmen ini dianggap sebagai niche market yang memiliki kebutuhan informasi khusus tentang parenting, kehamilan, dan gaya hidup keluarga (Richard et al., 2023).

Teori Determinisme Teknologi, di sisi lain, menyoroti peran teknologi dalam membentuk perilaku masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, teknologi mesin pencari seperti Google telah mengubah cara masyarakat mencari informasi.

Popmama.com memanfaatkan SEO untuk menyesuaikan kontennya dengan algoritma Google, sehingga dapat lebih mudah ditemukan oleh pembaca (McLuhan, 1962).

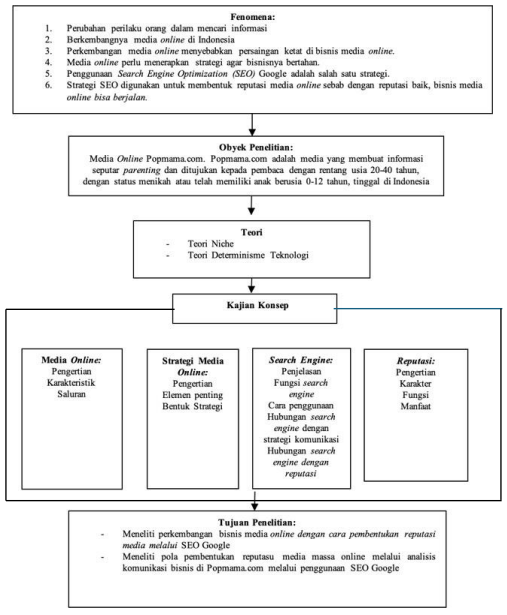
Kerangka pemikiran ini menggambarkan hubungan antara strategi SEO, visibilitas di mesin pencari, dan reputasi media *online*. Implementasi SEO yang berhasil dapat meningkatkan visibilitas Popmama.com di Google SERP. Hal ini, pada gilirannya, meningkatkan jumlah pembaca dan memperkuat reputasi Popmama.com sebagai sumber informasi parenting yang terpercaya (Labanauskaitė et al., 2020).

Adapun langkah-langkah yang dilakukan Popmama.com dalam penerapan SEO mencakup:

1. Optimalisasi konten dengan menggunakan kata kunci yang relevan. Langkah ini disebut optimasi on-page atau optimasi yang dilakukan di halaman artikel yang disalurkan mesin pencari.
2. Peningkatan struktur artikel agar ramah terhadap mesin pencari. Untuk ini, Popmama.com patuh kepada aturan dari Google yang memberikan syarat-syarat khusus agar sebuah artikel bisa ditemukan mesin pencari dan di-indeks atau didaftarkan berdasarkan urutan rangking.
3. Pemanfaatan data analitik seperti Google Analytics dan SimilarWeb untuk memantau performa konten.
4. Penyelarasan strategi SEO dengan kebutuhan audiens, seperti menggunakan gaya bahasa yang sederhana dan menarik bagi target pembaca (Wibowo, 2022).

Untuk memudahkan pemahaman mengenai penelitian ini, perhatikan kerangka pemikiran yang ditampilkan sebagai berikut.

Kerangka ini menunjukkan bahwa integrasi teori dan implementasi praktis sangat penting dalam membangun reputasi media online di tengah persaingan industri digital.



Gambar 3. Kerangka pemikiran

P-ISSN : 2654-4946
https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i2 E-ISSN :2654-7538

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan di dalam penelitian ini meliputi:

1. Analisis Konten
   a. Menganalisis struktur dan strategi SEO pada artikel Popmama.com.
   b. Menilai relevansi konten dengan kata kunci yang digunakan.
2. Wawancara Mendalam dengan tim SEO dan Redaksi:

a. Melibatkan tim SEO dan redaksi Popmama.com untuk memahami strategi yang diterapkan.
b. Menggali kendala dan solusi dalam implementasi SEO.

Teknik Validitas Data

Untuk validasi data dilakukan dengan:

- Triangulasi sumber data untuk memastikan akurasi temuan.
- Penggunaan data sekunder seperti laporan SimilarWeb dan Google Analytics.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian dilakukan validasi dari hasil wawancara dengan data yang diambil melalui alat analisa SimilarWeb dan Google Analytics. Penelitian kali ini berfokus pada beberapa hal berikut ini:

4.1 Penggunaan Search Engine untuk Meningkatkan Reputasi Media Online

Popmama.com memilih untuk menerapkan berbagai strategi SEO untuk meningkatkan visibilitas dan reputasinya. Reputasi bisa dibentuk jika media online dipercaya dan menjadi pilihan pembaca.

Alasan pemilihan SEO sebagai strategi itu dikarenakan berdasarkan data yang dikumpulkan, terbukti bahwa trafik atau jumlah orang yang masuk ke dalam media online paling banyak berasal dari trafik organik yaitu arus pengunjung atau pembaca media online Popmama.com yang berasal dari pencarian melalui kata kunci di mesin pencari Google.

Agar strategi bisa berjalan dengan lancar, Popmama.com membagi dua tim kerja yaitu tim Audience Development yang salah satu tugasnya adalah melakukan riset SEO, melakukan optimasi on page dan memantau trafiknya dengan menggunakan alat analitik yaitu Google Analytics dan SEMRush. Tim SEO bekerja sama dengan tim Redaksi Popmama.com yang membuat artikel sesuai kata kunci yang diteliti. Dalam membuat artikel, tim Redaksi Popmama.com harus mengikuti struktur artikel dari Google.

Struktur artikel yang telah ditetapkan oleh Google itu harus diikuti agar artikel dari media *online* mudah dicari atau di-*crawling* oleh mesin pencari Google agar bisa di-indeks dan dimasukan ke dalam proses perangkingan artikel di hasil pencarian. Artikel terbaik atau bisa disebut yang memiliki kredibilitas dan original akan masuk ke hasil pencarian (Search engine result page, SERP) utama. SERP utama adalah artikel yang masuk ke halaman pertama dan urutan pertama sampai ketiga yang muncul di hasil pencarian.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa agar Popmama.com bisa selalu masuk ke dalam halaman utama hasil pencarian, maka cara kerja strategi SEO membutuhkan langkah- langkah berikut ini :

1. Penelitian Kata Kunci (Keyword Research):

Tim SEO Popmama.com secara rutin melakukan penelitian kata kunci untuk menentukan istilah yang paling relevan

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538 https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i2

dan banyak dicari oleh audiens, target pembaca Popmama.com.

Kata kunci yang sering diteliti adalah yang berkaitan dengan parenting, seperti "tips parenting", "kehamilan sehat", dan "gaya hidup keluarga" menjadi fokus utama untuk menarik pembaca. Penelitian mengenai keyword ini dilakukan dengan menggunakan alat Google Trends dan dilakukan secara rutin yaitu setiap hari. Tim SEO juga dibantu oleh tim Redaksi untuk mengecek kata kunci SEO ini. Kata kunci yang dipilih adalah yang volume pencariannya besar dan atau kompetisi hasil pencariannya kecil.

2. Optimasi On-Page:

Artikel di Popmama.com dioptimalkan dengan menyisipkan kata kunci pada judul, subjudul, meta description, dan isi artikel agar Google bisa membacanya. Struktur artikel juga dirancang agar mudah dipahami oleh pembaca sekaligus memenuhi algoritma mesin pencari.

3. Penggunaan Backlink:

Popmama.com membangun backlink dari situs terpercaya untuk meningkatkan otoritas domain. Backlink ini diperoleh melalui kerja sama dengan media lain, blog parenting, dan situs komunitas.

4. Pemanfaatan Alat Analitik:

Tim menggunakan alat seperti Google Analytics dan SimilarWeb untuk memantau performa artikel. Data dari Google Analytics dan SimilarWeb digunakan untuk mengidentifikasi artikel yang paling banyak menarik pembaca dan meningkatkan strategi konten.

Data trafik, sumber trafik, dan demografi dipakai untuk menilai hasil kerja. Data lain yang dipakai adalah data perbandingan dengan media lain untuk menemukan strategi yang tepat untuk membangun reputasi media online Popmama.com di tengah persaingan. Data ini menjadi sumber analisa agar posisi media online Popmama.com bisa tetap terjaga di posisi paling atas.

5. Peningkatan Kecepatan Situs:

Kecepatan situs dioptimalkan untuk memastikan pengalaman pengguna yang baik. Hal ini dilakukan dengan meminimalkan ukuran file gambar, mengoptimalkan kode HTML, dan menggunakan server yang andal. Nilai ukur kecepatan ini bisa dilihat juga dari tools analitik. Jika terpantau ada masalah, misalnya situs yang melambat, maka tim SEO dan Redaksi harus bekerja sama dengan tim Product Development dan Engineering untuk memperbaiki performa situs. Perbaikan performa peringkat media online melalui kerja tim product dan engineering disebut optimasi off-page atau optimasi yang dilakukan di luar halaman yang terpampang dan bisa dibaca oleh pencari informasi.

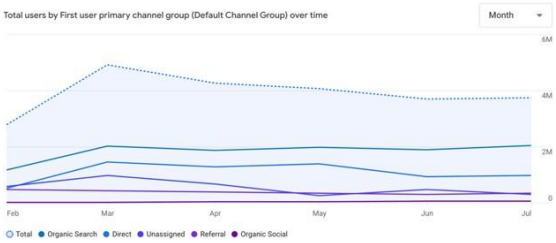
4.2 Dampak Penerapan Strategi Komunikasi di Media Online Popmama.com

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa implementasi SEO memberikan dampak positif yang signifikan bagi Popmama.com. Poinnya adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Trafik Organik:

Berdasarkan laporan dari SimilarWeb, trafik organik di Popmama.com meningkat sebesar 12,62% selama periode penelitian yaitu Februari-Juli 2024. Sebagian besar peningkatan trafik ini berasal dari pencarian organik di Google. Data Google Analytics dan SimilarWeb bisa mengonfirmasi hal tersebut. Data ini menunjukan bahwa saat strategi SEO diterapkan, maka terjadi peningkatan trafik dari mesin pencarian. Angka pencarian organik ini bisa diperhitungkan.

P-ISSN : 2654-4946
https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i2 E-ISSN :2654-7538



Gambar 5. Data Sumber Trafik Pembaca Popmama.com dari Google Analytics pada Bulan Februari - Juli 2024 (Google Analytics.com)

2. Peningkatan Peringkat di SERP Google:

Selama periode penelitian, Februari-Juli 2024, Popmama.com mengalami peningkatan peringkat di Google SERP untuk beberapa kata kunci utama. Kata kunci utama dari media online parenting, misalnya pilihan susu formula, cara memerah ASI, dan lain-lain. Hal ini membuat Popmama.com lebih mudah ditemukan oleh pembaca di mesin pencarian Google.

3. Penerapan SEO yang Tepat Bisa Meningkatkan Kepercayaan Pembaca:

Dengan menyediakan konten berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan pembaca, Popmama.com berhasil membangun kepercayaan dan loyalitas audiens. Kepercayaan dan loyalitas ini bisa diartikan sebagai reputasi baik

SEO juga membantu membangun reputasi jangka panjang. Ketika konten kita sering muncul di halaman pertama Google, pembaca akan melihat Popmama.com sebagai sumber informasi yang kredibel dan terpercaya. Ini tidak hanya meningkatkan trafik, tapi juga memperkuat hubungan dengan pembaca setia.

4.3 Kendala dan dalam Implementasi SEO

Dalam pelaksanaan strategi SEO untuk meningkatkan reputasi ditemukan beberapa kendala yang terjadi:

1. Persaingan yang Ketat:

Media parenting lainnya, seperti Haibunda.com dan The Asian Parents, juga menerapkan strategi SEO yang agresif, sehingga persaingan untuk mendapatkan peringkat tinggi semakin ketat.

2. Perubahan Algoritma Google:

Algoritma Google yang sering berubah menjadi tantangan besar bagi tim SEO. Popmama.com harus terus memperbarui strategi untuk mengikuti perubahan ini.

3. Keterbatasan Sumber Daya:

Pengelolaan SEO membutuhkan sumber daya manusia dan teknologi yang memadai. Popmama.com menghadapi tantangan dalam mengalokasikan anggaran yang cukup untuk pengembangan SEO.

4.4 Solusi terhadap Kendala

Untuk mengatasi kendala tersebut, Popmama.com mengadopsi beberapa langkah strategis:

1. Mengadakan pelatihan rutin untuk meningkatkan kemampuan tim SEO dan redaksi.
2. Memanfaatkan alat bantu seperti Google Trends dan Ahrefs untuk memahami tren terbaru dalam pencarian. Alat ini juga bisa dimanfaatkan untuk menemukan kata kunci yang baik.
3. Mengintegrasikan strategi SEO dengan pemasaran konten dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi SEO di Popmama.com tidak hanya meningkatkan visibilitas tetapi juga memperkuat hubungan dengan pembaca. Dengan menggunakan teori Niche, Popmama.com mampu memanfaatkan segmen pasar tertentu secara optimal. Teori Determinisme Teknologi juga menyoroti

P-ISSN : 2654-4946
E-ISSN : 2654-7538 https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i2

bagaimana SEO sebagai alat teknologi memengaruhi perilaku audiens dalam mengonsumsi informasi.

Popmama.com bisa dianggap telah berhasil dalam membangun reputasi melalui pendekatan SEO yang terfokus pada kebutuhan audiens. Dengan mengoptimalkan konten untuk mesin pencari, Popmama.com mampu menjangkau audiens yang lebih luas tanpa mengabaikan kualitas informasi.

5. KESIMPULAN

Dari penelitian mengenai penggunaan mesin pencari Google untuk membentuk reputasi, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. SEO adalah strategi yang efektif dalam meningkatkan reputasi media online. Dengan menggunakan strategi SEO, maka visibilitas atau keterlihatan media di hasil pencarian mesin pencari Google semakin tinggi. Dengan tingginya hasil itu, berimbas ke meningkatnya jumlah pengunjung media online. Jumlah pengunjung yang besar tentu akan meningkatkan reputasi sebab media online Popmama.com semakin dikenal dan mendapat kepercayaan dari pembaca.
2. Popmama.com berhasil menggunakan SEO untuk meningkatkan visibilitas dan kredibilitasnya di pasar media parenting.
3. Implementasi SEO membutuhkan kolaborasi antara tim SEO dan redaksi untuk memastikan konsistensi dan efektivitas strategi.

Berdasarkan penelitian itu, bisa disarankan:

1. Media online lain disarankan untuk mengadopsi strategi SEO yang berkelanjutan dan terintegrasi.
2. Penggunaan alat analitik seperti Google Analytics dan Google Trends perlu dimaksimalkan untuk evaluasi kinerja.
3. Mengembangkan konten yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan audiens untuk memperkuat reputasi.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Sri Astuti Indriyati, MS., Ph.D sebagai Rektor Universitas Persada Indonesia Y.A.I;
2. Prof. Dr. Anwar Arifin selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I;
3. Dra. Nur Idaman, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I;
4. Dr. Siti Komsiah, S.IP, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I dan juga sebagai dosen pembimbing di penelitian ini;
5. Dr. Susi Yunarti, M.Si. selaku Ketua Prodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I.;
6. Para Dosen Fakultas Magister Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I yang telah memberikan ilmunya kepada penulis saat masa perkuliahan;
7. Seluruh staf Prodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I yang telah membantu selama perkuliahan dan bimbingan tesis berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ahmad, R., et al. (2024). "Niche Theory in Media." Journal of Media Studies, 15(2), 811-830.
2. AndiPate, Anwar Arifin. (2016). *Paradigma Baru Public Relations, Teori, Strategi, dan Riset*. Pustaka Indonesia
3. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (7th ed.). Pearson.

4. Harliantara, S. (2021). "Technological Determinism in Digital Media." Communication Research Journal, 9(1), 13-25.

5. Labanauskaitė, D., et al. (2020). "SEO and Online Reputation Management." Digital Marketing Review, 12(4), 44-58.

6. Muljono, A. (2018). "Media Online dan Strategi SEO." Jurnal Komunikasi Digital, 6(3), 29-36.

7. Wibowo, T. (2022). "Search Engine Optimization in Online Business." Business Communication Quarterly, 10(2), 163-175.

8. Gushevinalti, T., et al. (2020). "Karakteristik Media Online." Jurnal Media Baru, 5(2), 91-95.