

Optimalisasi Pesan Moderasi Beragama di Era Digital: Studi Website NU Online

Muhammad Fanshoby¹

Khofifah Nur Hidayah²

¹ Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

² Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

¹e-Mail: fanshoby@uinjkt.ac.id

 <https://doi.org/10.53678/elmadani.v5i01.1722>

Abstract

This research focuses on optimizing religious moderation messages through Search Engine Optimization (SEO) on NU Online, an Islamic website platform in Indonesia. Using a constructivist paradigm with a descriptive qualitative approach, this study explores how religious moderation messages are constructed and disseminated through Computer-Mediated Communication (CMC) and SEO. Data was collected through interviews, observations, and documentation, with a specific analysis on the popular article titled "Moderation of Religion and Its Urgency" on NU Online. The results show that NU Online has effectively implemented keyword research and On-Page SEO but is lacking in Off-Page SEO implementation. This indicates that the religious moderation messages are not yet fully optimized on this website. These findings underscore the importance of comprehensive SEO strategies to enhance the visibility and dissemination of religious moderation messages. The study recommends increasing the use of Off-Page SEO on Islamic websites. This includes the development of models or practical guides to optimize online religious content, encompassing aspects of keyword research, inclusive content, and effective campaign strategies. These implications are crucial for expanding the reach and impact of religious moderation messages, especially in the current digital era. The study also opens opportunities for further research on the influence of SEO on the dissemination of religious messages on the internet. The implementation of effective SEO strategies is expected to enhance the effectiveness of disseminating religious moderation messages through NU Online and other Islamic websites in Indonesia.

Keywords:

Computer-Mediated Communication, Religious Moderation, NU Online, Search Engine Optimization

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada optimasi pesan moderasi beragama melalui *Search Engine Optimization* (SEO) di NU Online, sebuah platform website keislaman di Indonesia. Melalui paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana pesan moderasi beragama dikonstruksi dan disebarakan melalui *Computer-Mediated Communication* (CMC) dan SEO. Penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan analisis khusus pada artikel berjudul “Moderasi Beragama dan Urgensinya” yang populer di NU Online. Hasil menunjukkan bahwa NU Online telah menerapkan *research keyword* dan SEO On-Page dengan efektif, namun kurang dalam penerapan SEO Off-Page. Hal ini menandakan bahwa pesan moderasi beragama belum teroptimalkan sepenuhnya di website ini. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya strategi SEO yang komprehensif untuk meningkatkan visibilitas dan penyebaran pesan moderasi beragama. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan penggunaan SEO Off-Page di website-website keislaman. Ini termasuk pengembangan model atau panduan praktis untuk mengoptimalkan konten keagamaan online, yang mencakup aspek riset kata kunci, konten inklusif, dan strategi kampanye yang efektif. Implikasi ini penting untuk memperluas jangkauan dan dampak pesan moderasi beragama, khususnya di era digital saat ini. Penelitian ini juga membuka peluang untuk studi lebih lanjut mengenai pengaruh SEO terhadap penyebaran pesan keagamaan di internet. Implementasi strategi SEO yang efektif diharapkan dapat meningkatkan efektivitas penyebaran pesan moderasi beragama melalui NU Online dan website keislaman lain di Indonesia.

Kata Kunci:

Computer Mediated Communication, Moderasi Beragama, NU Online, Search Engine Optimization,

Pendahuluan

Berdasarkan data *Internet World Stats*, Indonesia berada di urutan ke-8 dalam hal jumlah pengguna internet di Asia Tenggara, dengan tingkat penetrasi sebesar 76,3% per Juli 2022. Ini menandakan bahwa dari estimasi populasi sebanyak 278,26 juta, terdapat sekitar 212,35 juta orang di Indonesia yang menggunakan internet.¹ Peran teknologi internet menjadi sangat substansial bagi masyarakat, negara, LSM, industri, organisasi, politik, bahkan agama. Hal tersebut menjadikan urgensi teknologi terhadap agama tidak terelakkan lagi.

¹ Cindy Mutia Annur. ‘Penetrasi Internet Indonesia Peringkat ke-8 di ASEAN, Siapa Teratas?’, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/06/penetrasi-internet-indonesia-peringkat-ke-8-di-asean-siapa-teratas>.

Fanshoby and Wahyu Prasetyawan menyatakan trend konsumsi media untuk penyebaran informasi saat ini menunjukkan pergeseran yang signifikan ke arah website atau situs berita online sebagai sumber informasi utama, mengungguli media konvensional seperti cetak, radio, dan televisi.² Menurut data dari Blackbox di Asia Tenggara dan Pew Research Center di Amerika Serikat, mayoritas responden lebih memilih perangkat digital, khususnya website, untuk mengakses berita dan informasi. Di Asia Tenggara, 28% responden memilih situs berita online, dengan angka yang lebih tinggi di Singapura,³ sementara di AS, 58% orang dewasa lebih memilih perangkat digital dibandingkan media lain.⁴ Studi di Nigeria dari Mkporedem et al juga mendukung tren ini, dengan 89,2% responden lebih memilih website dibandingkan media massa tradisional.⁵ Pergeseran ini mencerminkan perubahan dalam perilaku konsumsi media, di mana kecepatan, kemudahan akses, dan keberagaman konten yang ditawarkan oleh website dan platform digital lainnya menjadi faktor utama dalam preferensi konsumen saat ini.

Sedangkan, kajian dari Adiba menyatakan *website* dalam konteks dakwah terbukti efektif untuk mempengaruhi audiens dan menyampaikan pesan keagamaan, dengan peranannya yang signifikan dalam menyebarkan informasi Islam dari berbagai perspektif dan kepentingan.⁶ Hal tersebut menjadi suatu problematika dalam upaya mengemas dakwah melalui pendekatan teknologi khususnya melalui website yang dapat diakses melalui perangkat apa pun yang terhubung dalam internet.⁷ Fenomena penggunaan *website* sebagai salah satu sarana komunikasi melahirkan suatu konsep dalam komunikasi yaitu *Computer-Mediated Communication (CMC)*.

² Muhammad Fanshoby and Wahyu Prasetyawan, 'KAPASITAS TERBATAS DALAM MENGENALI HOAKS DI MEDIA SOSIAL PADA KALANGAN MAHASISWA UIN JAKARTA', *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya dan Islam* 1, no. 2 (28 December 2021): 138–53, doi:10.15408/virtu.v1i2.23402.

³ Blackbox Research Team. 'Unravelling Media Consumption in Southeast Asia'. *Blackbox Corp*, 2 August 2023. <https://blackbox.com.sg/everyone/from-print-to-pixels-understanding-media-consumption-preferences-in-southeast-asia>.

⁴ Liedke, Jacob, and Luxuan Wang. 'News Platform Fact Sheet'. *Pew Research Center's Journalism Project*, 2023. <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/news-platform-fact-sheet/>.

⁵ Abigail Affiong Mkporedem et al., 'Impact of School Values on Mass Media Preference and Usage: A Study of a Private University in North Central, Nigeria', *Humanities and Social Sciences Communications* 10, no. 1 (13 September 2023): 569, doi:10.1057/s41599-023-02080-4.

⁶ Mirza Azkia Muhammad Adiba, 'SEJARAH DAN PERKEMBANGAN INDUSTRI MEDIA ISLAM di INDONESIA', n.d.

⁷ Amar Ahmad, 'Perkembangan Media Online Dan Fenomena Disinformasi (Analisis Pada Sejumlah Situs Islam)', *Jurnal Pekommas* 16, no. 3 (2013): 177–86.

Denis McQuail dalam Bin Yu menggambarkan CMC sebagai interaksi yang berlangsung di internet, melibatkan pertukaran informasi seperti teks, gambar, dan suara, melalui jaringan komputer.⁸ Bugiardo menyebutkan CMC dapat dijelaskan sebagai komunikasi yang terjadi dengan menggunakan atau melalui media komputer.⁹ Arnus juga menjelaskan pola CMC mendukung munculnya alat-alat komunikasi yang memfasilitasi terjadinya komunikasi tanpa harus bertatap muka atau bertemu secara langsung maupun berdekatan secara fisik.¹⁰

Johansson menyatakan salah satu bentuk CMC adalah World Wide Web (WWW) atau biasa dikenal dengan *website*.¹¹ Dalam konteks penggunaan website sebagai media komunikasi, terdapat kaidah penting yang harus diterapkan agar situs web lebih mudah ditemukan oleh pengguna melalui keyword yang relevan. Kaidah tersebut dikenal sebagai SEO atau *Search Engine Optimization*. SEO merupakan serangkaian teknik yang dilakukan untuk memastikan bahwa suatu website dapat dengan mudah ditemukan oleh pencari informasi melalui mesin pencari. Semakin banyak kunjungan yang didapat, semakin besar peluang suatu *website* muncul dalam urutan pertama. Hal tersebut tentu memudahkan pengguna menemukan informasi sesuai dengan yang mereka butuhkan, tak terkecuali informasi dalam *website* keislaman. Sehingga pesan-pesan keislaman dapat dijangkau oleh masyarakat luas.

Website keislaman dituntut untuk ikut menyediakan beragam pesan yang memuat nilai-nilai keislaman dalam berbagai ilmu, kitab-kitab, hadits, maupun berita yang berkaitan dengan Islam dari dalam maupun luar negeri bagi umat Muslim. Salah satu website yaitu NU Online atau nu.or.id. Website itu menyediakan informasi mengenai keislaman Nahdlatul Ulama (NU) dan keislaman yang menyejukkan dan terpercaya. Terdapat banyak kanal pada nu.or.id seperti khutbah, hikmah, ramadhan, bahtsul masail, sirah nabawiyah, hingga berita keislaman terkini termasuk yang berkaitan dengan moderasi beragama.

⁸ Bin Yu, 'Computer-Mediated Communication Systems', *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society* 9, no. 2 (2011): 531–34.

⁹ Dian Bugiardo, *Berkomunikasi Ala Net-Generation* (Elex Media Komputindo, 2015), <https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=-E1JDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bugiardo,+Dian.+Berkomunikasi+Ala+Net-Generation.+Elex+Media+Komputindo,+2015.+https://books.google.com/books%3Fhl%3D%26lr%3D%26id%3D&ots=gTrx8zsJYa&sig=gKR0YbAtME2k3pPQ4PJWsdcc70>.

¹⁰ Sri Hadijah Arnus, 'Pengaplikasian Pola Computer Mediated Communication (Cmc) Dalam Dakwah', *Jurnal Jurnalisa* 4, no. 1 (2018), <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/article/view/5618>.

¹¹ Johansson Dennis, 'Search Engine Optimization and the Long Tail of Web Search', 2016, <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:937802>.

Adapun moderasi beragama menurut Nurdin yakni cara pandang dalam beragama secara moderat yakni memahami dan mengamalkan ajaran agama secara seimbang, tidak ekstrem kanan ataupun ekstrem kiri.¹² Muammar menyebutkan ada tiga cara untuk mencegah liberalisasi agama dan fanatisme agama, yaitu: memperkuat pandangan dunia Islam dan memahami tradisi keilmuan Islam secara mendalam, menghindari pola pikir yang bersifat dikotomi, serta menerapkan pendekatan *wasathiyah*.¹³ Mengacu pada kata-kata Mohammed Ali, seorang intelektual Mesir dan alumnus Al-Azhar, bahwa esensi Islam yang sejati terletak pada moderasi, baik dalam pemahaman agama maupun dalam praktik keislaman.¹⁴

Junaedi menyatakan konsep moderasi dalam beragama muncul sebagai solusi bagi umat beragama yang berada di tengah polarisasi politik identitas yang terbagi ke dalam dua ekstrem yang berlawanan.¹⁵ Di satu sisi, ada kecenderungan ke arah kiri, sementara di sisi lain, ke arah kanan. Fenomena ini terjadi juga dalam pandangan keberagamaan masyarakat. Khususnya bagi umat Islam, ini menimbulkan tantangan internal. Umat Islam terbagi menjadi dua kelompok dengan pemahaman keagamaan yang berbeda. Ada sebagian umat Islam yang ketat dalam memahami agamanya dan cenderung memaksakan pemahaman ini pada komunitas Muslim, kadang dengan kekerasan (ekstrem kanan/fanatik). Di sisi lain, ada pula yang lebih longgar dalam beragama, mengikuti perilaku dan pemikiran negatif dari budaya dan peradaban lain (ekstrem kiri/sekuler).

Dalam ajaran Islam, Ismail menjelaskan hal tersebut disebabkan keduanya keliru memahami beberapa aspek ajaran Islam, yang akibatnya melahirkan tindakan-tindakan yang bertentangan dengan spirit Islam yang *rahmatan lil'alam*.¹⁶

Al-Quran memberikan konsep *wasathiyah* yang disebut moderasi beragama. Konsep moderasi beragama sendiri bukanlah untuk memoderasi agama, melainkan memoderasi cara manusia memahami dan mengamalkan ajaran agama dalam masyarakat yang majemuk.

¹² Fauziah Nurdin, 'Moderasi Beragama Menurut Al-Qur'an Dan Hadist', *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah: Media Kajian Al-Qur'an Dan Al-Hadits Multi Perspektif* 18, no. 1 (2021): 59–70.

¹³ Khalif Muammar, *Atas Nama Kebenaran: Tanggapan Kritis Terhadap Wacana Islam Liberal* (Institut Alam dan Tamadun Melayu, Universiti Kebangsaan Malaysia, 2009).

¹⁴ Iffaty Zamimah, 'Moderatisme Islam Dalam Konteks Keindonesiaan', *Jurnal Al-Fanar* 1, no. 1 (2018): 75–90.

¹⁵ Edi Junaedi, 'Inilah Moderasi Beragama Perspektif Kemenag', *Harmoni* 18, no. 2 (2019): 182–86.

¹⁶ Achmad Satori Ismail, 'Islam Moderat: Menebar Islam Rahmatan Lil Alamin', (*No Title*), 2007, <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130282269683967872>.

Agama dapat dipahami dalam bentuk keseimbangan yang ramah, damai, santun, dan rukun.¹⁷

Betapa pentingnya pesan moderasi beragama dapat dijangkau oleh masyarakat luas dan disebarluaskan dengan memanfaatkan teknologi seperti media online atau website. Terutama melalui website seperti NU Online. Dengan begitu, pesan moderasi tidak hanya dapat diakses melalui komputer saja, tapi dapat diakses melalui *smartphone* sehingga dapat menjangkau masyarakat luas yang majemuk seperti Indonesia.

Melihat bagaimana media online atau website keagamaan dapat menjangkau masyarakat luas dan betapa pentingnya konsep moderasi beragama untuk disebarluaskan ke masyarakat luas, maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana NU Online menerapkan SEO dalam optimasi penyebaran pesan moderasi beragama.

Tinjauan

Terdapat tiga penelitian terdahulu pada tahun 2022 di bidang Ilmu Komunikasi dan Jurnalistik yang mengeksplorasi penggunaan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) dalam media online atau website. Pertama, Ihsan dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung mengkaji "Optimalisasi Konten Artikel di Media Online"¹⁸ dengan fokus pada Sabila.id, menemukan penerapan teknik SEO sesuai dengan konsep Asep S. Romli dan Patil Swati untuk meningkatkan visibilitas konten. Kedua, Putera mempelajari "Penerapan SEO di Jurnalgarut.Pikiran-Rakyat.com", menunjukkan efektivitas SEO dan strategi lain dalam meningkatkan daya saing di mesin pencari.¹⁹ Ketiga, Eddyono dari Universitas Bakrie memfokuskan "Media Siber dan SEO" pada adaptasi media dalam menggunakan SEO untuk meningkatkan *traffic* tanpa menjadi ketergantungan pada SEO.²⁰ Ketiga penelitian ini serupa dalam pendekatan kualitatif dan analisis penerapan SEO, tetapi berbeda dalam objek penelitian dan konsep SEO yang digunakan. Adapun objek pada penelitian ini yaitu NU Online yang menerapkan SEO untuk optimasi pesan

¹⁷ Nurdin, 'Moderasi Beragama Menurut Al-Qur'an Dan Hadist'.

¹⁸ Rais Maulana Ihsan, 'Optimalisasi Konten Artikel Di Media Online: Studi Kasus Penerapan Search Engine Optimization (SEO) On Page Dan Off Page Di Sabilia. Id' (PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2023), <https://digilib.uinsgd.ac.id/66038/>.

¹⁹ Muhammad Rezaldy Putera, 'Penerapan Search Engine Optimization (SEO) di Jurnalgarut.pikiran-rakyat.com dalam meningkatkan daya saing di mesin pencarian' (other, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022), <https://etheses.uinsgd.ac.id/59187/>.

²⁰ Aryo Subarkah Eddyono, 'Media Siber dan Search Engine Optimization (SEO): Melacak Motif, Adaptasi untuk Cari Untung, dan Upaya Menjaga Kualitas Jurnalisme', *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (30 November 2022): 173–86, doi:10.33021/exp.v5i2.4346.

moderasi beragama. Sedangkan konsep yang digunakan dalam penelitian yakni konsep *Search Engine Optimization* (SEO) oleh Granitza dan Ebner yang terdapat tiga indikator dalam SEO; *Research Keyword*, *SEO ON-Page*, dan *SEO OFF-Page*.²¹

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan dengan lengkap juga akurat terkait bagaimana website nu.or.id atau NU Online mengkonstruksi pesan moderasi beragama melalui penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari. Penerapan SEO itu untuk memastikan bahwa pesan yang dibuat oleh NU Online sesuai dengan apa yang dicari oleh audiens di dunia maya. Sehingga pesan moderasi beragama dapat tersebar luaskan dengan optimal. Untuk itu, pertanyaan penelitian dalam artikel ini yaitu bagaimana penerapan SEO pada NU Online dalam optimasi pesan moderasi beragama.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma Konstruktivis memandang bahwa pengetahuan dan kebenaran objektif merupakan hasil perspektif.²² Dalam konteks *Computer-Mediated Communication* (CMC) pada penelitian ini, paradigma konstruktivis digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana website yang menggunakan teknologi komputer dapat mengirimkan pesan kepada audiens, yakni menyesuaikan pesan sesuai dengan kebutuhan audiens. Sedangkan dalam konteks *Search Engine Optimization* (SEO), paradigma konstruktivis digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana pesan yang ada di dalam website dapat dikonstruksi oleh individu atau kelompok untuk meningkatkan visibilitasnya di mesin pencari. Sehingga penyebarluasan pesan itu dapat optimal.

Untuk mengeksplorasi bagaimana pesan di website dikonstruksi melalui SEO, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sedangkan data dikumpulkan dengan cara wawancara online, observasi online dan dokumentasi.

Penelitian ini mengacu pada konsep *Search Engine Optimization* (SEO) oleh Granitza dan Ebner terdapat tiga indikator dalam SEO yang terdiri dari *Research Keyword*, *SEO ON-Page*,

²¹ Tobias Ebner and Levin Granitza, *The SEO Book, Search Engine Optimization 2020, Free SEO, Way to Number 1, SEO and SEM* (Germany: Edison Verlag, 2020).

²² Agus Triyono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif: Bintang Pustaka* (Bintang Pustaka Madani, 2021).

dan *SEO OFF-Page*.²³ Penelitian ini hanya membatasi pada satu artikel di NU Online yang berjudul “Moderasi Beragama dan Urgensinya” karena menjadi salah satu artikel dengan view tertinggi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil dalam penelitian ini akan menampilkan data dari tiga indikator yang terdiri dari *research keyword*, *SEO ON-Page*, dan *SEO OFF-Page*. Temuan berfokus pada satu artikel di NU Online yang berjudul “Moderasi Beragama dan Urgensinya” dengan jumlah view tertinggi pada website NU Online. Hasil berdasarkan dari wawancara terhadap dua informan dari nu.or.id dan observasi yang dilakukan menggunakan platform *Ubersuggest*, serta dokumentasi.

A. Research Keyword

Keyword merupakan suatu fungsi dasar dalam pengoptimalan mesin pencari dan menjadi salah satu penunjang kesuksesan suatu website. Sebagai website keislaman, pemilihan keyword untuk suatu konten pada NU Online harus sesuai dengan prinsip keislaman dan NU.

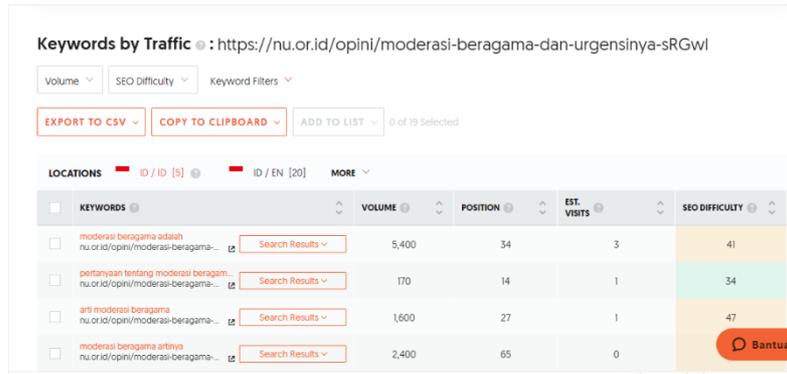
“Bagaimana NU Online melakukan penerapan Research Keyword?”

- a. Informan-1: riset keyword pada NU Online dilakukan oleh semua tim, termasuk tim redaksi melalui rapat. Rapat tersebut dilakukan untuk membahas tema apa saja yang ingin diangkat hingga prediksi keyword apa yang bagus untuk digunakan.
- b. Informan -2: NU Online mencoba mencari keyword penting lewat tools gratis seperti Google Trends. Termasuk dari platform seperti Twitter, Youtube, nah itu dilihat dari trending topik masing-masing platform.

Berdasarkan masukan di atas, dapat disimpulkan bahwa NU Online menerapkan Research Keyword dengan memanfaatkan *platform* Google Trends. Berdasarkan observasi menggunakan platform *Ubersuggest* pada artikel berjudul “Moderasi Beragama dan Urgensinya”, terdapat 19 posisi peringkat halaman dalam keyword organik terkait moderasi beragama. Keyword organik merupakan keyword yang

²³ Ebner and Granitza, *The SEO Book, Search Engine Optimization 2020, Free SEO, Way to Number 1, SEO and SEM*.

digunakan untuk menarik traffic gratis melalui SEO. Pada gambar 1 terlihat bahwa posisi halaman nu.or.id pada judul “moderasi beragama dan urgensinya” berada di peringkat ke-14 bahkan hingga peringkat 65 berdasarkan keyword yang dihasilkan tersebut.



The screenshot shows a keyword analysis tool interface. At the top, it displays the URL: <https://nu.or.id/opini/moderasi-beragama-dan-urgensinya-sRGwl>. Below the URL are filters for Volume, SEO Difficulty, and Keyword Filters. There are buttons for 'EXPORT TO CSV', 'COPY TO CLIPBOARD', and 'ADD TO LIST'. A table below shows search results for various keywords. The table has columns for Keywords, Volume, Position, Est. Visits, and SEO Difficulty. The keywords listed are: 'moderasi beragama adalah', 'pertanyaan tentang moderasi beragama', 'arti moderasi beragama', and 'moderasi beragama artinya'. The positions for these keywords are 34, 14, 27, and 65 respectively. The estimated visits are 3, 1, 1, and 0. The SEO difficulty scores are 41, 34, 47, and 0. There is a 'Santunan' button in the bottom right corner of the table.

KEYWORDS	VOLUME	POSITION	EST. VISITS	SEO DIFFICULTY
moderasi beragama adalah nu.or.id/opini/moderasi-beragama-...	5,400	34	3	41
pertanyaan tentang moderasi beragama nu.or.id/opini/moderasi-beragama-...	170	14	1	34
arti moderasi beragama nu.or.id/opini/moderasi-beragama-...	1,600	27	1	47
moderasi beragama artinya nu.or.id/opini/moderasi-beragama-...	2,400	65	0	0

Gambar 1. Riset Keyword

B. SEO On-Page

1. Optimasi *Permalink*

Dalam mengkomunikasikan informasi kepada pembaca tentu diperlukan permalink atau URL yang sederhana. Alamat URL pada web membantu suatu halaman website agar mudah diingat oleh pembaca.

Pada artikel “Moderasi Beragama dan Urgensinya”, terdapat permalink sebagai berikut:

<https://nu.or.id/opini/moderasi-beragama-danurgensinya-sRGwl>

Pada permalink di atas sudah termasuk URL sederhana dan memiliki struktur yang baik. Struktur dalam URL diatas terdiri dari beberapa bagian, yakni:

- https, untuk mendefinisikan jenis server yang dituju.
- nu.or.id, menunjukkan nama domain. Dimana OR untuk organisasi dan ID untuk Indonesia sebagai identitas asal domain.
- /opini/, letak direktori yang mengatur halaman web
- moderasi-beragama-dan-urgensinya-sRGw, file aktual yang ditunjuk oleh URL berisi judul suatu artikel.

2. Optimasi *Title Tag*

Dalam pengoptimalan ON-Page, Title tag atau judul memainkan peran utama sebagai titik kontak pertama antara pengguna dan situs web itu sendiri.

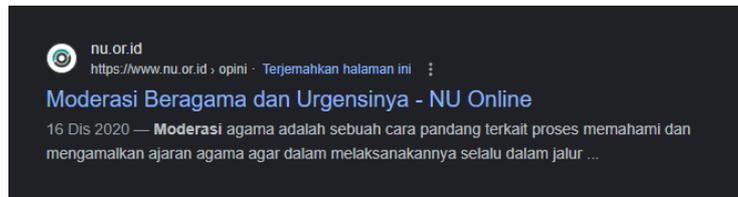
“Bagaimana pertimbangan yang dilakukan dalam membuat judul?”

- a. Informan-1: Di setiap judul suatu artikel harus memuat keyword.
- b. Informan-2: Dalam pembuatan judul yang mutlak untuk dipatuhi soal kaidah berbahasa yang benar tidak selalu mengikuti keyword.

Artikel berjudul “Moderasi Beragama dan Urgensinya”. Optimasi judul artikel tersebut menggunakan jenis mid-tail keyword, di mana terdapat tiga kata yang terdiri dari moderasi, beragama, dan urgensi. Jenis keyword pada judul ini lebih spesifik dibandingkan dengan jenis short-tail keyword yang hanya terdiri dari satu atau dua kata. Kompetisi pada keyword jenis juga ini cukup rendah dan masih bisa memiliki volume pencarian yang tinggi.

3. Optimasi *Meta Description*

Meta description merupakan deskripsi singkat yang berada dibawah judul. Hal umum yang dilakukan pada kolom meta description adalah dengan memasukkan keyword strategis yang dianggap relevan dan ramah SEO. Pada artikel “Moderasi Beragama dan Urgensinya”, hasil meta description pada mesin pencari terlihat pada gambar 2.



Gambar 2 Optimasi *Meta Description*

Pada gambar 2, terlihat bahwa deskripsi singkat yang berada di bawah judul artikel tersebut terdapat keyword pada kata pertama. Sehingga memungkinkan pembaca bisa mendapatkan informasi sesuai yang mereka butuhkan hanya dengan membaca deskripsi singkat tersebut kemudian melakukan klik pada artikel tersebut.

4. Optimasi Isi/ Konten

Suatu konten dengan kualitas yang baik tentu dapat meningkatkan peringkat suatu website dengan atau tanpa melakukan penerapan SEO. Guna menghasilkan

konten yang berkualitas, suatu website tentu akan melakukan pengembangan terhadap rencana konten mereka.

“Bagaimana pengembangan konten yang dilakukan NU Online?”

- a. Informan-1: Karena konten keislaman yang timeless, saya selalu sarankan agar menulis ulang konten yang serupa dengan konten sebelumnya. Jadi konten lama masih ada dan konten baru dengan pengembangan isi jga tersedia.
- b. Informan-3: Konten yang ada di NU Online tidak hanya tulisan yang mengandung fakta tetapi juga data-data baik dari baik dari wawancara maupun riset referensial seperti jurnal, buku, juga arsip internal NU online.

Artikel berjudul “Moderasi Beragama dan Urgensinya”. Isi pada artikel tersebut terlihat pada gambar 3.



Gambar 3 Optimasi Isi/ Konten

Dalam artikel di atas, konten telah memenuhi ketentuan di NU Online dengan memuat lebih dari 300 kata sehingga artikel bisa terpublish. Artikel tersebut dimuat lebih dari 15 paragraf sebanyak satu halaman. Data yang dimuat dalam artikel tersebut berdasarkan hasil kerjasama dengan Biro Humas, Data, dan Informasi Kementerian Agama RI yang tentu bisa dipastikan kebenarannya. Selain itu, terdapat sumber yang kredibel yakni menyebutkan sumber berdasarkan pasal 29 Undang Undang 1945 untuk menjelaskan agama di mata Negara.

5. Optimasi Gambar & ALT

Dalam optimasi gambar, informan-1 mengatakan bahwa agar gambar bisa terhitung peringkat maka optimasi dilakukan dengan memberikan caption pada gambar itu sendiri. Gambar akan berpengaruh pada pagespeed website, apakah halaman yang diakses oleh pengguna akan semakin cepat atau justru semakin lambat. Untuk itu, biasanya akan dilakukan pembatasan pada ukuran dan juga format gambar. Optimasi gambar pada artikel “Moderasi Beragama dan Urgensinya” terlihat pada gambar 4.



Gambar 4 Optimasi Gambar & ALT

Pada gambar 4 terlihat bahwa NU Online telah melakukan penerapan optimasi gambar dengan memberikan caption berkaitan dengan keyword yakni moderasi beragama.

6. Optimasi Tautan Internal

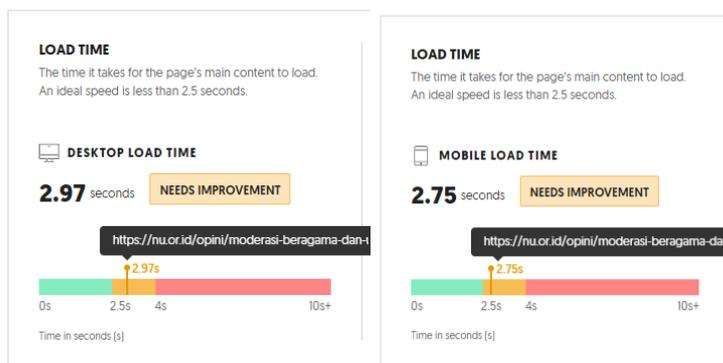
Tautan internal menjadi salah satu unsur dalam penerapan SEO ON-Page dalam suatu website. Tautan internal yang disisipkan harus berkaitan dengan artikel yang ditulis agar Google tidak mengira bahwa tautan internal tersebut merupakan tautan yang dibuat-buat sehingga dianggap sebagai situs yang kurang bagus oleh Google.

Pada artikel “Moderasi Beragama dan Urgensinya”, NU Online tidak mencantumkan tautan internal. Hal tersebut dijelaskan saat wawancara bahwa penerapan optimasi tautan internal pada NU Online baru dilakukan satu tahun lalu yang artinya diterapkan pada tahun 2021/ 2022. Sedangkan, artikel diatas dipublikasi pada tahun 2020.

7. Optimasi *Pagespeed*

Para ahli mendeskripsikan pagespeed sebagai waktu muat halaman. Oleh karena itu, semua media pasti berusaha meningkatkan performa pada tingkatan hulu secara

maksimal untuk memenuhi standarisasi Google. Berdasarkan data yang diakses pada Ubersuggest, pada artikel pertama yang berjudul “Moderasi Beragama dan Urgensinya”, terdapat perbedaan pagespeed pada tampilan desktop dan phone. Terlihat pada gambar 5 load time keduanya berbeda 0.22 detik.



Gambar 5 Optimasi Pagespeed

8. SEO Off-Page

Penerapan SEO OFF-Page merupakan suatu teknik optimasi yang dilakukan di luar website. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, optimasi SEO OFF-Page pada NU Online agar mendapat klik pada artikel dilakukan dengan memainkan kualitas artikel itu sendiri seperti judul dan gambar yang menarik juga penggunaan caption yang menarik. Hal tersebut berdampak pada reputasi website untuk mendapatkan kepercayaan pengunjung website dalam mengunjungi laman web. Artikel berjudul “Moderasi Beragama dan Urgensinya”. Berdasarkan data yang diakses pada Ubersuggest, artikel di atas tidak mendapatkan backlink satu pun dari media lain.



Gambar 6 Optimasi Backlink

Urgensi Penerapan SEO dalam Website NU Online

Sebagai media online berbasis website, NU Online telah mempublikasikan informasi yang mengandung nilai-nilai Islam, termasuk konsep wasathiyah atau moderasi beragama. Mengingat keragaman masyarakat Indonesia yang meliputi perbedaan suku, ras, tradisi, budaya, dan agama, potensi konflik antarkelompok menjadi sebuah kenyataan. Peneliti menilai bahwa NU Online, dengan posisinya sebagai website keislaman terdepan di mesin pencari, berperan krusial dalam menyajikan informasi tentang moderasi beragama kepada pengguna internet. Website ini juga berpotensi memberikan dampak signifikan dalam mengubah pandangan keagamaan yang ekstrem, baik dari sisi ekstrem kanan maupun kiri.

Selain itu, media online atau website sangat penting dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan yang moderat sebagai cara untuk melawan radikalisme. Berdasarkan penelitian Haq dan Setia menunjukkan bahwa kampanye moderasi agama tidak hanya dapat dilakukan melalui metode konvensional, tetapi juga melalui media digital terutama media online dan media sosial.²⁴

NU online sebagai website keislaman harus menerapkan praktik SEO dalam penyebaran pesan moderasi beragama. SEO berperan penting dalam menentukan bagaimana dan seberapa efektif sebuah pesan atau informasi dapat dijangkau oleh audiens yang ditargetkan melalui mesin pencari.

Praktik terbaik SEO melibatkan penciptaan konten yang relevan dan berkualitas tinggi yang sesuai dengan niat pengguna, serta mengoptimalkan aspek teknis situs web. Melalui praktik SEO yang baik, informasi dapat disebarkan secara lebih efektif di internet, mencapai audiens yang lebih luas dan relevan.²⁵ Apalagi di era milenial yang serba digital, menurut Pambayun generasi milenial Indonesia sangatlah signifikan dalam menggunakan aplikasi internet apapun dan menjadi pengguna terbanyak, sehingga sangat menentukan arah dan lalu lintas komunikasi dalam dunia maya.²⁶

²⁴ Paelani Setia and Mochamad Ziaul Haq, 'Countering Radicalism in Social Media by Campaigning for Religious Moderation', *FOCUS* 4, no. 1 (18 April 2023): 13–24, doi:10.26593/focus.v4i1.6571.

²⁵ Dušan Mladenović et al., 'Search Engine Optimization (SEO) for Digital Marketers: Exploring Determinants of Online Search Visibility for Blood Bank Service', *Online Information Review* 47, no. 4 (26 July 2023): 661–79, doi:10.1108/OIR-05-2022-0276.

²⁶ Ellys Lestari Pambayun and Nurhayani Saragih, *Teori Komunikasi Dalam Lima Sila: Implementasi Pancasila Dalam Kehidupan Berbangsa* (Nuansa Cendekia, 2024), [https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=TEP9EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Pambayun,+E.L+dan+Saragih,+N,+Teori+Komunikasi+dalam+Perpektif+Lima+Sil,+Bandung:+Nuansa+Cendekia,\(2024\)&ots=z8ISqXRUE4&sig=f6f9hVDz9IFxPwR4MK1nVI9aiUY](https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=TEP9EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Pambayun,+E.L+dan+Saragih,+N,+Teori+Komunikasi+dalam+Perpektif+Lima+Sil,+Bandung:+Nuansa+Cendekia,(2024)&ots=z8ISqXRUE4&sig=f6f9hVDz9IFxPwR4MK1nVI9aiUY).

Analisis Kata Kunci dengan Google Trends

Dalam praktiknya, NU Online telah menerapkan optimasi *research keyword* pada artikel yang berjudul "Moderasi Beragama dan Urgensinya". Praktik penerapan *research keyword* memanfaatkan platform gratis yang disediakan oleh Google yakni Google Trends.

Google Trends berfungsi untuk mengidentifikasi tren kata kunci harian pada website, bahkan dapat menangani hingga lima kata kunci secara simultan. Selain itu, alat ini juga efektif dalam menyediakan kata kunci alternatif yang relevan dan populer sesuai dengan pencarian yang dilakukan.²⁷

Studi yang dipublikasikan di PLOS ONE juga menunjukkan bagaimana Google Trends dapat digunakan untuk menilai perubahan kepentingan publik dalam suatu periode di dunia maya. Studi tersebut memberikan wawasan tentang penggunaan Google Trends untuk analisis kata kunci, meskipun tidak secara spesifik menyebutkan kemampuan Google Trends menangani hingga lima kata kunci secara bersamaan atau efektivitasnya dalam menyediakan kata kunci alternatif.²⁸

Namun dalam studi lain yang berjudul "Technological Forecasting & Social Change" telah mengkaji penggunaan dan penerapan Google Trends dalam penelitian big data. Studi ini menyoroti pentingnya memahami keterbatasan dan potensi Google Trends, serta menekankan perlunya interpretasi data yang lebih bernuansa. Laporan ini mengakui kegunaan Google Trends di berbagai bidang penelitian namun juga menunjukkan tantangan dalam memperoleh gambaran komprehensif penerapannya. Studi ini menunjukkan bahwa meskipun Google Trends menawarkan wawasan yang berharga, penting untuk menyadari keterbatasannya dan menggunakannya bersama dengan metode dan sumber data lain untuk mendapatkan pemahaman yang lebih akurat tentang tren dan perilaku.²⁹

Studi terbaru yang diterbitkan dalam "Frontiers in Psychology" berfokus pada keandalan Google Trends untuk *infoveillance web* selama pandemi COVID-19 menunjukkan

²⁷ Andi Dwi Riyanto, 'Pemanfaatan Google Trends Dalam Penentuan Kata Kunci Sebuah Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Bisnis Di Dunia Internet', in *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*, vol. 1, 2015, <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/semnasif/article/download/993/864>.

²⁸ Le TP Nghiem et al., 'Analysis of the Capacity of Google Trends to Measure Interest in Conservation Topics and the Role of Online News', *PloS One* 11, no. 3 (2016): e0152802.

²⁹ Seung-Pyo Jun, Hyoungh Sun Yoo, and San Choi, 'Ten Years of Research Change Using Google Trends: From the Perspective of Big Data Utilizations and Applications', *Technological Forecasting and Social Change* 130 (May 2018): 69–87, doi:10.1016/j.techfore.2017.11.009.

bahwa meskipun Google Trends adalah alat yang berguna, alat ini mungkin memiliki keterbatasan dalam menganalisis dan merepresentasikan tren keyword secara konsisten, terutama pada periode yang berbeda.³⁰

Meskipun NU Online telah menerapkan praktik SEO yaitu *research keyword* dengan memanfaatkan *platform* gratis seperti Google Trends, namun penggunaan platform itu tidak dapat diandalkan. NU Online harus menggunakan platform lain seperti, Ahrefs, SEMrush, Moz Keyword Explorer, Ubersuggest, Keyword Tool, AnswerThePublic, Soovle, SpyFu, KWFinder, dan Google Keyword Planner. Platform ini merupakan alat-alat yang menyediakan berbagai analisis keyword, termasuk volume pencarian, kesulitan, tren, pertanyaan terkait, analisis pesaing, serta saran kata kunci dari berbagai sumber dan platform.

Meningkatkan Visibilitas dan Relevansi dengan SEO On-page

Selain itu, NU Online dalam artikel dengan judul “Moderasi Beragama dan Urgensinya”, terlihat adanya pengabaian terhadap salah satu indikator SEO On-Page, yaitu optimalisasi tautan internal. Pada SEO On-Page, indikatornya meliputi optimasi permalink, title tag, meta description, isi/ konten, gambar & ALT, tautan internal, dan optimasi pagespeed.

Padahal berdasarkan artikel berjudul "*Future Internet*", sebuah jurnal tinjauan sejawat, dibahas pentingnya SEO On-Page dalam penyebaran informasi melalui situs web, dengan fokus pada peran mesin pencari dan SEO dalam distribusi konten. Edisi ini menggarisbawahi kebutuhan akan optimasi halaman, termasuk pengelolaan kata kunci, konten, dan struktur tautan internal, untuk meningkatkan visibilitas dan kehadiran situs di hasil pencarian. Selain itu, dijelaskan bahwa penerapan SEO yang efektif merupakan komponen esensial dalam strategi pemasaran digital, memainkan peran krusial dalam akses dan penyebaran informasi di ranah digital.³¹

Studi yang lain dengan judul “Relevansi Search Engine Optimization (SEO) On-pages Di 2021” bahwa hingga pada tahun 2021, google masih memperhitungkan SEO on-pages

³⁰ Rovetta, Alessandro. ‘Reliability of Google Trends: Analysis of the Limits and Potential of Web Inveillance During COVID-19 Pandemic and for Future Research’. *Frontiers in Research Metrics and Analytics* 6 (2021). <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/frma.2021.670226>.

³¹ Andreas Veglis and Dimitrios Giomelakis, ‘Search Engine Optimization’, *Future Internet* 12, no. 1 (31 December 2019): 6, doi:10.3390/fi12010006.

sebagai acuan untuk menyediakan hasil pencarian yang relevan terhadap kata kunci yang dimasukkan oleh pengguna.³²

Sehingga untuk mengoptimalkan pesan moderasi beragama, NU Online harus menerapkan praktik SEO On-page secara keseluruhan yang terdiri dari optimasi permalink, title tag, meta description, isi/ konten, gambar & ALT, tautan internal, dan optimasi pagespeed. Dengan begitu, pesan moderasi beragama terutama yang terdapat dalam website NU Online mudah diakses oleh masyarakat secara luas.

Ranking Website melalui SEO Off-page

Selain menerapkan praktik SEO On-page, NU Online juga harus menerapkan SEO Off-page. Karena berdasarkan Emerald Insight yang meneliti secara detail peranan SEO off-page, menekankan signifikansi backlinks, social scores, dan Domain Authority dalam memajukan visibilitas online sebuah *website*. Hasil studi tersebut menyarankan pentingnya implementasi strategis elemen-elemen SEO off-page untuk meningkatkan efektivitas kehadiran di dunia maya.³³

Dalam konteks SEO, faktor off-page memiliki dampak signifikan terhadap dan peringkat sebuah situs web di mesin pencari, seperti diuraikan dalam penelitian yang dipublikasikan oleh UIJRT (United International Journal for Research & Technology). Penelitian ini mengkaji secara komparatif teknik dan alat SEO on-page dan off-page, menyoroti pentingnya SEO off-page dalam meningkatkan peringkat mesin pencari dan kehadiran di dunia maya. Analisis ini mengungkapkan peranan kunci dari elemen luar halaman seperti backlink, kehadiran media sosial, dan otoritas domain dalam meningkatkan posisi situs web dalam hasil pencarian, berkontribusi pada penyebaran informasi yang lebih efisien di internet.³⁴

Adapun berdasarkan observasi *backlink* yang dilakukan peneliti dengan menggunakan Ubersuggest, NU Online mengabaikan penerapan SEO off-page berupa *backlink* di dalam artikel dengan judul “Moderasi Beragama dan Urgensinya. Padahal, NU

³² Toto Indriyatmoko and Majid Rahardi, ‘Relevansi Search Engine Optimization (SEO) On-Pages Di 2021’, *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis* 12, no. 1 (2021): 205–14.

³³ Mladenović et al., ‘Search Engine Optimization (SEO) for Digital Marketers’.

³⁴ Guddu Kumar and Raj Kumar Paul, ‘Literature Review on On-Page & off-Page Seo for Ranking Purpose’, *United Int. J. Res. Technol* 1 (2020): 30–34.

Online bisa menjadi rujukan dari website lain terutama perihal konten moderasi beragama. Dengan begitu website lain dapat melakukan *backlink* yang mengarah ke website NU Online terutama dalam konten moderasi beragama.

Padahal *backlink* berkualitas yang direferensikan oleh berbagai situs web merupakan faktor kunci untuk mencapai peringkat tertinggi pada mesin pencari. Dengan berada di peringkat tertinggi pada mesin pencari, memungkinkan website NU Online dapat mengoptimasikan pesan moderasi beragama di dunia maya.

Selain itu, *backlink* berperan sebagai sumber lalu lintas rujukan, memungkinkan pembaca mengklik tautan di situs lain yang mengarah langsung ke website utama yang menyediakan informasi tentang moderasi beragama seperti NU Online.

Dalam studi "Important Factors To Increase Google Search Ranking" oleh Ziakis dkk., diungkapkan bahwa meskipun algoritma mesin pencari terus berubah, kuantitas dan kualitas *backlink* tetap menjadi faktor penting. Penelitian ini menekankan bahwa memiliki sejumlah besar *backlink* tidaklah cukup; relevansi dan kepercayaan *backlink*, juga sangat penting untuk meningkatkan peringkat website.³⁵

Literatur akademis lainnya mengemukakan peran krusial *backlink* dalam peringkat mesin pencari, seperti yang dijelaskan dalam studi Meenu Dave dari Universitas Jagan Nath, Jaipur, India. Penelitian ini menyoroti bahwa *backlink*, tautan yang diterima situs web dari situs lain, memiliki peranan penting dalam menentukan peringkat mesin pencari, dan membahas berbagai metode pembuatan *backlink* serta dampaknya terhadap peringkat. Makalah ini menekankan bahwa jumlah dan kualitas *backlink* berkontribusi signifikan terhadap popularitas dan visibilitas sebuah situs web dalam hasil pencarian, menyoroti pentingnya *backlink* dalam strategi SEO dan optimasi web yang lebih komprehensif.³⁶

Dengan *backlink* yang memiliki kuantitas dan kualitas yang baik, memungkinkan website NU Online mencapai peringkat tertinggi dalam mesin pencari terutama pada konten yang berisi pesan moderasi beragama. Jika pesan moderasi beragama yang ada di dalam website NU Online berada pada peringkat pertama dalam mesin pencari, otomatis pesan moderasi beragama itu telah teroptimasi.

³⁵ Christos Ziakis et al., 'Important Factors for Improving Google Search Rank', *Future Internet* 11, no. 2 (30 January 2019): 32, doi:10.3390/fi11020032.

³⁶ Meenu Dave, 'The Role of Backlinks in Search Engine Ranking', *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 1 April 2013.

Kesimpulan

Penerapan SEO pada NU Online dalam optimasi pesan moderasi beragama dapat dilihat pada bagian hasil dan diskusi bahwa NU Online telah melakukan *research keyword* dan SEO On-Page. Sedangkan SEO Off-Page tidak dilakukan sama sekali oleh NU Online. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pesan moderasi beragama kurang teroptimasi di website NU Online. Padahal website NU Online merupakan website keislaman dari organisasi besar di Indonesia. Sehingga layak menjadi tolok ukur bagi website-website keislaman lainnya di Indonesia. Bisa dibayangkan, jika website sebesar NU Online kurang melakukan optimasi pesan moderasi beragama, bagaimana dengan website keislaman lainnya?

Saran

Saran dan implikasi dalam penelitian ini yaitu menggarisbawahi pentingnya optimasi SEO, khususnya SEO Off-Page, yang saat ini masih belum dimaksimalkan oleh situs NU Online. Temuan ini menyarankan perlunya peningkatan strategi SEO di situs-situs keagamaan untuk memperluas visibilitas pesan moderasi beragama, termasuk melalui pelatihan tentang teknik SEO terbaru bagi tim pengelola situs web keagamaan. Sehingga pesan moderasi beragama dapat tersebar luar ke masyarakat.

Selanjutnya, hasil penelitian ini dapat menjadi landasan untuk mengembangkan model atau panduan praktis dalam mengoptimalkan konten keagamaan di internet, meliputi aspek seperti riset kata kunci, konten inklusif dan beragam, serta strategi kampanye yang efektif melalui website.

Penelitian ini juga mengadvokasi penggunaan teknik SEO Off-Page secara lebih luas, khususnya oleh NU Online, sebagai peluang bagi organisasi atau komunitas keagamaan untuk memperluas jangkauan pesan moderasi beragama. Ini memicu inisiatif edukasi dan peningkatan kesadaran tentang moderasi beragama secara online, serta mendorong kolaborasi antara situs keagamaan dengan para ahli SEO untuk meningkatkan efektivitas penyebaran pesan mereka di internet.

Selain itu, penelitian ini membuka peluang untuk studi lebih lanjut mengenai pengaruh SEO terhadap penyebaran pesan keagamaan online, termasuk pengukuran

dampaknya terhadap perubahan sikap atau pemahaman audiens tentang moderasi beragama. NU Online, sebagai situs keagamaan utama di Indonesia, dapat dijadikan benchmark bagi situs keagamaan lain dalam implementasi strategi SEO yang efektif untuk penyebaran pesan moderasi. Implementasi implikasi ini diharapkan dapat menyebarkan pesan moderasi beragama secara lebih luas dan efektif melalui NU Online dan situs keagamaan lain di Indonesia.

References

- Adiba, Mirza Azkia Muhammad. 'SEJARAH DAN PERKEMBANGAN INDUSTRI MEDIA ISLAM di INDONESIA', n.d.
- Ahmad, Amar. 'Perkembangan Media Online Dan Fenomena Disinformasi (Analisis Pada Sejumlah Situs Islam)'. *Jurnal Pekommas* 16, no. 3 (2013): 177–86.
- Arnus, Sri Hadijah. 'Pengaplikasian Pola Computer Mediated Communication (Cmc) Dalam Dakwah'. *Jurnal Jurnalisa* 4, no. 1 (2018). <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/article/view/5618>.
- Bugiardo, Dian. *Berkomunikasi Ala Net-Generation*. Elex Media Komputindo, 2015. <https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=E1JDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Bugiardo,+Dian.+Berkomunikasi+Ala+Net-Generation.+Elex+Media+Komputindo,+2015.+https://books.google.com/books%3Fhl%3Did%26lr%3D%26id%3D&ots=gTrx8zsJYa&sig=gKRoYbAtME2k3pPQ4PJIWsdcc70>.
- Dave, Meenu. 'The Role of Backlinks in Search Engine Ranking'. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 1 April 2013.
- Dennis, Johansson. 'Search Engine Optimization and the Long Tail of Web Search', 2016. <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:937802>.
- Ebner, Tobias, and Levin Granitza. *The SEO Book, Search Engine Optimization 2020, Free SEO, Way to Number 1, SEO and SEM*. Germany: Edison Verlag, 2020.
- Eddyono, Aryo Subarkah. 'Media Siber dan Search Engine Optimization (SEO): Melacak Motif, Adaptasi untuk Cari Untung, dan Upaya Menjaga Kualitas Jurnalisme'. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (30 November 2022): 173–86. doi:10.33021/exp.v5i2.4346.
- Fanshoby, Muhammad, and Wahyu Prasetyawan. 'KAPASITAS TERBATAS DALAM MENGENALI HOAKS DI MEDIA SOSIAL PADA KALANGAN MAHASISWA UIN JAKARTA'. *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya dan Islam* 1, no. 2 (28 December 2021): 138–53. doi:10.15408/virtu.v1i2.23402.
- Ihsan, Rais Maulana. 'Optimalisasi Konten Artikel Di Media Online: Studi Kasus Penerapan Search Engine Optimization (SEO) On Page Dan Off Page Di Sabilia. Id'. PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2023. <https://digilib.uinsgd.ac.id/66038/>.
- Indriyatmoko, Toto, and Majid Rahardi. 'Relevansi Search Engine Optimization (SEO) On-Pages Di 2021'. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis* 12, no. 1 (2021): 205–14.
- Ismail, Achmad Satori. 'Islam Moderat: Menebar Islam Rahmatan Lil Alamin'. (No Title), 2007. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130282269683967872>.

- Jun, Seung-Pyo, Hyoung Sun Yoo, and San Choi. 'Ten Years of Research Change Using Google Trends: From the Perspective of Big Data Utilizations and Applications'. *Technological Forecasting and Social Change* 130 (May 2018): 69–87. doi:10.1016/j.techfore.2017.11.009.
- Junaedi, Edi. 'Inilah Moderasi Beragama Perspektif Kemenag'. *Harmoni* 18, no. 2 (2019): 182–86.
- Kumar, Guddu, and Raj Kumar Paul. 'Literature Review on On-Page & off-Page Seo for Ranking Purpose'. *United Int. J. Res. Technol* 1 (2020): 30–34.
- Mkperedem, Abigail Affiong, Joseph Adeniyi Oye, Stephen Otu Etta-Oyong, Ruth Adefunke Adedayo, Ibrahim Abdul-Lateef Ayomide, Abiodun Olawale Afolabi, Cyril Abang, et al. 'Impact of School Values on Mass Media Preference and Usage: A Study of a Private University in North Central, Nigeria'. *Humanities and Social Sciences Communications* 10, no. 1 (13 September 2023): 569. doi:10.1057/s41599-023-02080-4.
- Mladenović, Dušan, Anida Rajapakse, Nikola Kožuljević, and Yupal Shukla. 'Search Engine Optimization (SEO) for Digital Marketers: Exploring Determinants of Online Search Visibility for Blood Bank Service'. *Online Information Review* 47, no. 4 (26 July 2023): 661–79. doi:10.1108/OIR-05-2022-0276.
- Muammar, Khalif. *Atas Nama Kebenaran: Tanggapan Kritis Terhadap Wacana Islam Liberal*. Institut Alam dan Tamadun Melayu, Universiti Kebangsaan Malaysia, 2009.
- Nghiem, Le TP, Sarah K. Papworth, Felix KS Lim, and Luis R. Carrasco. 'Analysis of the Capacity of Google Trends to Measure Interest in Conservation Topics and the Role of Online News'. *PloS One* 11, no. 3 (2016): e0152802.
- Nurdin, Fauziah. 'Moderasi Beragama Menurut Al-Qur'an Dan Hadist'. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah: Media Kajian Al-Qur'an Dan Al-Hadits Multi Perspektif* 18, no. 1 (2021): 59–70.
- Pambayun, Ellys Lestari, and Nurhayani Saragih. *Teori Komunikasi Dalam Lima Sila: Implementasi Pancasila Dalam Kehidupan Berbangsa*. Nuansa Cendekia, 2024. <https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=TEP9EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Pambayun,+E.L.+dan+Saragih,+N,+Teori+Komunikasi+dalam+Perpektif+Lima+Sil+a,+Bandung:+Nuansa+Cendekia,+2024&ots=z8ISqXRUE4&sig=f6f9hVDz9IFxPwR4MK1nVI9aiUY>.
- Putera, Muhammad Rezaldy. 'Penerapan Search Engine Optimization (SEO) di Jurnalgarut.pikiran-rakyat.com dalam meningkatkan daya saing di mesin pencarian'. Other, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022. <https://etheses.uinsgd.ac.id/59187/>.
- Riyanto, Andi Dwi. 'Pemanfaatan Google Trends Dalam Penentuan Kata Kunci Sebuah Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Bisnis Di Dunia Internet'. In *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*, Vol. 1, 2015. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/semnasif/article/download/993/864>.
- Setia, Paelani, and Mochamad Ziaul Haq. 'Countering Radicalism in Social Media by Campaigning for Religious Moderation'. *FOCUS* 4, no. 1 (18 April 2023): 13–24. doi:10.26593/focus.v4i1.6571.
- Triyono, Agus. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif: Bintang Pustaka*. Bintang Pustaka Madani, 2021.
- Veglis, Andreas, and Dimitrios Giomelakis. 'Search Engine Optimization'. *Future Internet* 12, no. 1 (31 December 2019): 6. doi:10.3390/fi12010006.

- Yu, Bin. 'Computer-Mediated Communication Systems'. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society* 9, no. 2 (2011): 531–34.
- Zamimah, Iffaty. 'Moderatisme Islam Dalam Konteks Keindonesiaan'. *Jurnal Al-Fanar* 1, no. 1 (2018): 75–90.
- Ziakis, Christos, Maro Vlachopoulou, Theodosios Kyrkoudis, and Makrina Karagkiozidou. 'Important Factors for Improving Google Search Rank'. *Future Internet* 11, no. 2 (30 January 2019): 32. doi:10.3390/fi11020032.

Website

- Blackbox Research Team. 'Unravelling Media Consumption in Southeast Asia'. *Blackbox Corp*, 2 August 2023. <https://blackbox.com.sg/everyone/from-print-to-pixels-understanding-media-consumption-preferences-in-southeast-asia>.
- Ihsan, Rais Maulana. 'Optimalisasi Konten Artikel Di Media Online: Studi Kasus Penerapan Search Engine Optimization (SEO) On Page Dan Off Page Di Sabilia. Id'. PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2023. <https://etheses.uinsgd.ac.id/66038/>.
- Liedke, Jacob, and Luxuan Wang. 'News Platform Fact Sheet'. *Pew Research Center's Journalism Project*, 2023. <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/news-platform-fact-sheet/>.
- Mutia Annur, Cindy. 'Penetrasi Internet Indonesia Peringkat ke-8 di ASEAN, Siapa Teratas?'. 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/06/penetrasi-internet-indonesia-peringkat-ke-8-di-asean-siapa-teratas>.
- Rovetta, Alessandro. 'Reliability of Google Trends: Analysis of the Limits and Potential of Web Infoveillance During COVID-19 Pandemic and for Future Research'. *Frontiers in Research Metrics and Analytics* 6 (2021). <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/frma.2021.670226>.