

**ANALISIS DAN PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION PADA
WEBSITE MENGGUNAKAN METODE *WHITE HAT* SEO**

(Studi Kasus : PT. Kodinglab Integritasi Indonesia)

SKRIPSI

DISUSUN OLEH

TRISHAPRATAMA

NPM. 1909010028



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER DAN TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2023

**ANALISIS DAN PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION PADA
WEBSITE MENGGUNAKAN METODE *WHITE HAT* SEO**

(Studi Kasus : PT. Kodinglab Integritasi Indonesia)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
(S.Kom) dalam Program Studi Sistem Informasi pada Fakultas Ilmu Komputer
dan Teknologi Informasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

**TRISHA PRATAMA
NPM. 1909010028**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER DAN TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS DAN PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION PADA WEBSITE MENGGUNAKAN METODE *WHITE HAT* SEO (Studi Kasus : PT. Kodinglab Integrasi Indonesia)


Nama Mahasiswa : Trisha Pratama

NPM : 1909010028

Program Studi : SISTEM INFORMASI

Menyetujui

Komisi Pembimbing


(Yoshida Sarv., SE, S.Kom., M.Kom.)
NIDN. 0105067603

Ketua Program Studi



(Martiano S.Pd., S.Kom., M.Kom.)
NIDN. 0128029302

Dekan



(Dr. Al-Khowarizmi, S.Kom., M.Kom.)
NIDN. 0127099201

Unggul | Cerdas | Terpercaya

PERNYATAAN ORISINALITAS

ANALISIS DAN PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION PADA WEBSITE MENGGUNAKAN METODE *WHITE HAT* SEO

(Studi Kasus : PT. Kodinglab Integritasi Indonesia)

SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa karya tulis ini adalah hasil karya sendiri, kecuali beberapa kutipan dan ringkasan yang masing-masing disebutkan sumbernya.

Medan, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Trisha Pratama

NPM. 1909010028

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Trisha Pratama
NPM : 1909010028
Program Studi : Sistem Informasi
Karya Ilmiah : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Hak Bedas Royalti Non-Eksekutif (*Non-Exclusive Royalty free Right*) atas penelitian skripsi saya yang berjudul:

**ANALISIS DAN PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION
PADA WEBSITE MENGGUNAKA METODE *WHITE HAT* SEO
(Studi Kasus : PT. Kodinglab Integrasi Indonesia)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berhak menyimpan, mengalih media, memformat, mengelola dalam bentuk database, merawat dan mempublikasikan Skripsi saya ini tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemegang dan atau sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Medan, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Trisha Pratama

NPM. 1909010028

RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Trisha Pratama
Tempat dan Tanggal Lahir : Kelantan 22 April 2001
Alamat Rumah : P.Brandan, Desa Kelantan
Telepon/Faks/HP : 081361944832
E-mail : pratamatrisha22@gmail.com
Instansi Tempat Kerja : -
Alamat Kantor : -

DATA PENDIDIKAN

SD : SD Negeri 050749 TAMAT : 2013
SMP : SMP Negeri 2 Babalan TAMAT : 2016
SMA : SMA Muhammadiyah 04 Babalan TAMAT : 2019

KATA PENGANTAR



Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala atas nikmat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“ANALISIS DAN PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION PADA WEBSITE MENGGUNAKAN METODE WHITE HAT SEO (Studi Kasus : PT. Kodinglab Integrasi Indonesia)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk penulisan skripsi Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun yang perlu disampaikan penyusunan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Al-Khowarizmi, S.Kom, M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Halim Maulana, ST, M.Kom, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Lutfi Basit, S.Sos, M.I.Kom, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Muhammadiyah Sumatera

Utara.

5. Bapak Martiano S.Pd, S.Kom, M.Kom, selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Yoshida Sary, S.E., S.Kom, M.Kom, selaku Sekretaris Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Yoshida Sary, S.E., S.Kom, M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan banyak bekal ilmu kepada penulis.
9. Seluruh Pegawai Biro Administrasi Sistem Informasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu dalam menyelesaikan segala berkas administrasi yang dibutuhkan selama perkuliahan.
10. Terimah Kasih kepada orang tua saya dan keluarga, atas support serta kasih sayang yang selalu tercurah selama ini.
11. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu saya dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama seluruh teman-teman Sistem Informasi stambuk 2019 yang telah banyak memberikan bantuan serta dukungannya kepada saya.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan kiranya Allah SWT senantiasa selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk kita semua. Semoga seluruh bantuan yang telah di berikan kepada penulis akan senantiasa mendapatkan balasan dari Allah Swt.

Medan, Agustus 2023
Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Trisha Pratama', with a small '2.' written below it.

TRISHA PRATAMA

ANALISIS DAN PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION PADA WEBSITE MENGGUNAKAN METODE WHITE HAT SEO

(Studi Kasus : PT. Kodinglab Integrasi Indonesia)

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk meningkatkan peringkat Shootinglab di hasil halaman mesin pencari yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet, yaitu Google. Tujuan utamanya adalah membuat Shootinglab lebih mudah ditemukan oleh pengguna, yang pada gilirannya diharapkan akan meningkatkan jumlah kunjungan ke situs tersebut. Penelitian ini menggunakan metode SEO "On Page," di mana dilakukan optimisasi pada tag title, tag meta description, permalink, dan heading tag. Data mengenai peringkat dan kunjungan Shootinglab sebelum dan setelah penerapan SEO "On Page" dikumpulkan melalui observasi, dan alat daring digunakan untuk membandingkan perubahan peringkat dan jumlah kunjungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa satu dari tiga kata kunci yang ditargetkan berhasil muncul di halaman pertama hasil pencarian mesin pencari (SERP), dan terjadi peningkatan sebanyak 67 pengguna baru yang datang melalui pencarian organik dalam waktu dua minggu pada situs Ladder.

Kata Kunci : SEO On Page, Website, SERP, Search Engine, Ladder

**ANALYSIS AND IMPLEMENTATION OF SEARCH ENGINE
OPTIMIZATION ON WEBSITES USING THE WHITE HAT SEO METHOD
(Case Study: PT. Kodinglab Integrasi Indonesia)**

ABSTRACT

This research is intended to improve Shootinglab's ranking on the search engine result pages, particularly on Google, which is the most widely used search engine by internet users. The primary objective is to make Shootinglab more easily discoverable by users, with the expectation that this will lead to an increase in the number of site visitors. The research utilizes the "On-Page" SEO method, involving optimizations of title tags, meta descriptions, permalinks, and heading tags. Data regarding Shootinglab's ranking and visitor numbers before and after the implementation of "On-Page" SEO are collected through observation, and online tools are used to compare changes in rankings and visitor counts. The research results indicate that one out of the three targeted keywords successfully appeared on the first page of the search engine result pages (SERP), resulting in a 67% increase in new users coming through organic search within a two-week period on the Ladder website.

Keywords: SEO On Page, Website, SERP, Search Engine, Ladder

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Google Analytics.....	7
2.2 Search Engine Optimization.....	10
2.2.1 Strategi Keyword	11
2.2.2 Posisi Kompetitif.....	23
2.2.3 SEO Web Design.....	36
2.2.4 Pembuatan Konten	46
2.2.5 Link	54
2.2.6 Analisa Hasil	60
2.3 Penelitian Terdahulu	70
2.4 Kerangka Berfikir.....	72
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	75
3.1 Metode Penelitian.....	75
3.2 Teknik Pengumpulan Data	77
3.3 Wawancara	77
3.4 Dokumentasi	77
3.5 Observasi.....	77

3.5.1 Analisis Kata Kunci	78
3.5.2 Peringkat Pencarian.....	78
3.5.3 Analisis Lalu Lintas Organik	78
3.5.4 Penilaian Situs Web	78
3.5.5 Analisis Backlink	78
3.5.6 Tinjau Kinerja Konten.....	78
3.5.7 Optimisasi On-Page	79
3.5.8 Pemantauan Pesaing.....	79
3.5.9 Pengukuran Kinerja.....	79
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	80
4.1 Riset Kata Kunci	80
4.2 Perancangan Awal.....	80
4.2.1 Membangun Website	80
4.2.2 Menggunakan Google Analytics	81
4.2.3 Google Search Console	83
4.3 Penerapan Search Engine Optimization (SEO).....	83
4.3.1 Yoast SEO	84
4.4 Penerapan Metode Whithat dan Implementasi SEO On-page	84
4.4.1 Optimasi Title Tag	85
4.4.2 Optimasi Meta Keyword	85
4.4.3 Optimasi Meta Deskripsi	86
4.4.4 Optimasi Konten Website.....	87
4.5 Pengecekan Akhir	88
4.5.1 Pengecekan Hasil Google Analytics.....	89
BAB V PENUTUP.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Letak Web Analytics dalam pengorganisasian	8
Gambar 2.2 Search Engine market share	11
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	73
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	75
Gambar 4.1 Reset Keyword Menggunakan Tools Keywordtool.io	80
Gambar 4.2 Reset Keyword Menggunakan Tools Keywordtool.io	81
Gambar 4.3 Membangun Website Menggunakan Wordpress	81
Gambar 4.4 Membangun Website Menggunakan Wordpress	82
Gambar 4.5 Google Analytics Sebelum Menggunakan SEO	82
Gambar 4.6 Memasukkan URL Website Pada Google Search Console	83
Gambar 4.7 Peng-settingan Plugins Yoast SEO Peng-instalan	84
Gambar 4.8 Optimasi Titel Tag	85
Gambar 4.9 Optimasi Meta Keyword	86
Gambar 4.10 Optimasi Meta Deskripsi	87
Gambar 4.11 Optimasi Konten Website	88
Gambar 4.12 Data Hasil Penelitian Google Analytics	90

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Promosi dalam perusahaan bisnis merupakan usaha untuk mencapai target pendapatan. Dalam era digital, promosi dilakukan dengan berbagai metode, salah satunya adalah dengan menggunakan Teknik Optimisasi Mesin Pencari atau SEO. SEO adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengoptimalkan sebuah situs web pada mesin pencari Google. Ini adalah salah satu teknik pemasaran modern dalam era digital yang dapat mengurangi biaya. Dengan bantuan SEO, situs web menjadi lebih mudah ditemukan dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Hasil pencarian yang telah dioptimalkan dengan SEO memberikan banyak manfaat, termasuk lebih kredibel bagi pencari yang berpengalaman. Situs web yang muncul di halaman teratas mesin pencari Google secara otomatis dapat menarik jauh lebih banyak lalu lintas dibandingkan dengan situs web yang menggunakan iklan berbayar. (Malyatun *dkk.*, 2021).

Pemasaran (*marketing*) adalah adanya seorang penjual, barang yang dijual dan pembeli (konsumen) disini terjadi proses saling membangun keterikatan, serta membuat relasi yang dapat mendorong peningkatan penjualan. Pemasaran secara digital bukan hanya memfokuskan untuk memahami teknologi yang mendasarinya saja, tetapi juga memahami orang yang menggunakannya, bagaimana pengguna teknologi menggunakan teknologi itu, dan bagaimana teknologi yang ada di manfaatkan sebaik baiknya oleh sebuah perusahaan dalam pemasaran agar terlibat dengan mereka secara lebih efektif (Elbahar dan Syahputra, 2021).

Perkembangan sebuah perusahaan akan selalu menyebabkan banyak dan kompleksnya transaksi yang dilakukan. Hal ini membutuhkan proses data yang cepat agar transaksi tersebut dapat segera di olah menjadi informasi. Informasi tersebut adalah informasi yang akurat, relevan, lengkap dan tepat waktu merupakan salah satu kebutuhan penting bagi perusahaan dalam usaha mewujudkan tujuannya. Informasi yang memadai di perlukan sebagai dasar pengambilan keputusan yang tepat sesuai dengan kondisi dan aktivitas perusahaan. Pengelolaan informasi yang kurang dapat di andalkan dapat menimbulkan manajemen salah membaca kondisi serta aktivitas perusahaan dan akhirnya mengambil keputusan yang tidak tepat sasaran. Hal ini dapat menjadikan dampak buruk bagi kelangsungan perusahaan (Zahara dan Harahap, 2023).

PT Kodinglab Integrasi Indonesia atau disebut dengan nama Codinglab adalah perusahaan *software house* yang beralamatkan di Jl.Suka Elok No.5 Medan merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengembangan *web*, system terintegrasi, mobile app, digital marketing , training dan konsultan IT. CodingLab memiliki beberapa unit bisnis salah satunya adalah ShootingLab yang berfokus kepada layanan digital *marketing*. Shootinglab sudah memiliki sarana dalam mempromosikan produknya melalui media sosial seperti Instagram dan facebook. Shootinglab memiliki *website* yang berusia masih baru dan membutuhkan pengembangan lagi agar *website* ini dapat mempresentasikan produk dan layanan kepada masyarakat. Selain itu *website* ini dapat juga dengan mudah ditemukan di mesin pencari agar website shootinglab bisa mendapatkan pengunjung yang lebih banyak.

Perkembangan pesat teknologi informasi saat ini telah mendorong kemunculan beragam situs web sebagai sumber informasi. Salah satu permasalahan yang sering dihadapi oleh pemilik situs web adalah minimnya kunjungan ke situs mereka. Ini tentu menjadi kerugian bagi pemilik situs yang berusaha menjadikan situs mereka sebagai sumber pendapatan dalam dunia maya. Minimnya kunjungan disebabkan oleh sulitnya indeksasi situs oleh mesin pencari, sehingga situs tersebut tidak muncul atau bahkan tersemat di halaman belakang pada hasil pencarian mesin pencari (SERP). Karena sebagian besar kunjungan situs web berasal dari hasil pencarian mesin pencari, maka menjadi sangat sulit bagi situs yang tidak muncul di peringkat atas hasil pencarian mesin pencari untuk mendapatkan kunjungan yang signifikan. Search Engine Optimization (SEO) adalah salah satu metode yang dapat mengatasi tantangan seperti yang telah dijelaskan di atas. SEO adalah kumpulan teknik atau proses yang digunakan untuk memudahkan indeksasi situs web oleh mesin pencari melalui optimasi dan modifikasi faktor-faktor yang terdapat dalam halaman web itu sendiri (optimisasi on-page) dan juga dengan memanfaatkan faktor-faktor yang tidak terdapat dalam halaman web tetapi digunakan oleh mesin pencari dalam menentukan peringkat dalam hasil pencarian (optimisasi off-page).

Berdasarkan latar belakang diatas permasalahan yang terjadi maka penulis penulis mengambil judul **“PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION PADA WEBSITE MENGGUNAKAN METODE WHITE HAT SEO (Studi Kasus : PT. Kodinglab Integrasi Indonesia)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, penulis menyimpulkan beberapa rumusan masalah yaitu bagaimana cara mengoptimalkan sistem pemasaran pada perusahaan *codinglab*. Mereka membuat inovasi baru dengan membuat aplikasi *e-commerce* dengan nama *Shootinglab*.

1. Bagaimana menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) pada website sehingga dapat muncul pada halaman utama pencarian di search engine Google sesuai dengan *keyword* yang ditargetkan?
2. Bagaimana menerapkan metode *white hat* SEO pada strategi pemeringkatan mesin pencari Google?

1.3 Batasan Masalah

Adapun tugas akhir ini, objek penelitian akan dibatasi sebagai berikut:

1. Situs/website yang dibangun dan akan dilakukan pengujian dengan menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) berjenis *website company profile* dengan konten beragam dan menggunakan bahasa Indonesia.
2. Penulis hanya akan menggunakan *search engine Google*, khususnya www.google.co.id sebagai acuan hasil pencarian, karena berdasarkan data yang ditemukan dari beberapa website, Google merupakan search engine yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia.
3. Proses pembangunan web ini menggunakan *Tools CMS Wordpress, I-Click WP SEO, Google Webmaster Tool, dan software browser* (seperti *Mozilla Firefox, Internet, Google Chrome*) sehingga dibutuhkan

perangkat PC (Personal Komputer) atau Laptop untuk mendukung aplikasi ini.

4. Evaluasi trafik kunjungan menggunakan *tool* open source yang tersedia di Internet, yaitu google *Analyticts* dan *AW Stats*
5. Evaluasi yang dilakukan akan melihat dari aspek peningkatan trafik atau kunjungan terhadap *situs/website* dari waktu ke waktu.
6. Objek dari web yang dibangun adalah mengenai materi-materi produk perusahaan. Sehingga user dapat mempelajari dan memahami konten website yang berupa produk – produk perusahaan.
7. Metode *Search Engine Optimization* (SEO) yang diterapkan pada *website* ini menggunakan biaya yang sangat murah.
8. Menggunakan strategi SEO On Page dan Off Page SEO.
9. Penulis tidak membahas hal yang berkaitan dengan Algoritma Google

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk menerapkan sistem pemasaran saat ini yang menerapkan digitalisasi ditujukan pada Perusahaan Shootinglab.id.

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian

1. Tujuan paling mendasar yaitu memperoleh posisi halaman utama di mesin pencari (*Search Engine*).
2. Dapat meningkatkan *traffic* atau lalu lintas pengunjung *website*.
3. User dapat menerapkan sendiri metode *Search Engine Optimization* (SEO)

4. Menganalisis dan melakukan evaluasi terhadap penggunaan teknik SEO dalam meningkatkan peringkat suatu *website/situs* pada pencarian *search engine*.
5. Menganalisis dan melakukan evaluasi terhadap pengaruh perubahan posisi *website* ke peringkat atas SERP dengan meningkatnya jumlah trafik kunjungan ke *website* yang dibangun

1.5 Manfaat Penelitian

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata 1 (S1) di Fakultas Ilmu Komputer Teknologi Informasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Sebagai sumber informasi bagi para masyarakat untuk acuan pemanfaatan *website* dalam proses penjualan.
3. Sebagai salah satu metode dalam pemasaran *website* penjualan kepada masyarakat.
4. Pemahaman terhadap teknik SEO *Website* PT. Kodinglab Integrasi Indonesia berada pada posisi yang optimal di mesin pencari sehingga meningkatkan peringkat *website*.
5. Meningkatkan omset penjualan dan memperluas jaringan bisnis secara online pada era perkembangan teknologi sekarang.
6. Perusahaan tidak harus mengeluarkan biaya iklan yang mahal untuk meningkatkan popularitas, otoritas dan *brand awareness* perusahaan.
7. Pengalaman nyata dalam menerapkan *metode Search Engine Optimization* secara mandiri, tanpa menggunakan jasa konsultan SEO.

BAB II

LANDASAN TEORI

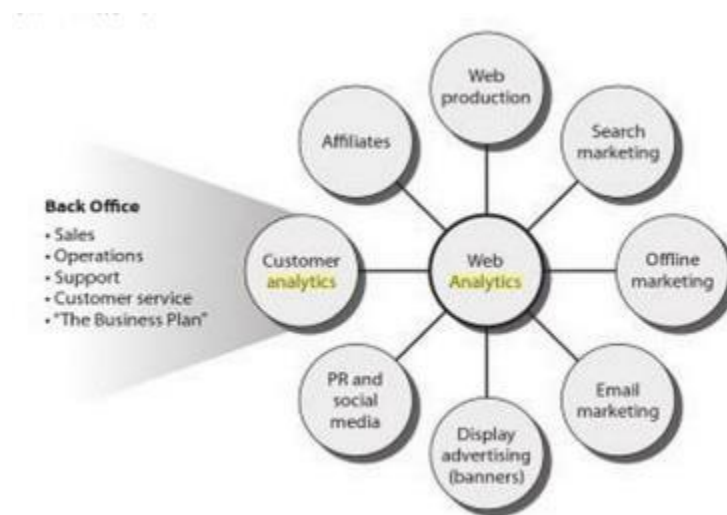
2.1 Google Analytis

Google Analytics dapat digunakan untuk mengukur tingkat kunjungan situs web kita sebagai dukungan dalam upaya SEO. Dengan *Google Analytics*, kita memiliki kemampuan untuk membuat laporan mengenai kunjungan situs web dalam periode bulanan, mingguan, atau harian. (Avianto 2010:5).

Google Analytics (GA) merupakan layanan gratis dari google yang menampilkan statistik pengunjung sebuah situs *web*, Dapat menelusuri pengunjung berdasarkan statistik pengunjung berdasarkan informasi halaman pengacu, termasuk mesin pencari, iklan jaringan *pay-per-click*, email, marketing dan tautan yang terkandung dalam dokumen pdf. Jika diintegritaskan dengan adword yang kita pasang di google. Dengan google adword, kita tahu iklan dan kata kunci mana yang paling banyak merujuk ke situs web kita. Aplikasi ini dapat diakses di <https://www.google.com/analytics> (Susrini 2009:25).

Bagaimana *Google Analytics* membantu kita dalam memahami lalu lintas kunjungan? *Google Analytics* menyediakan beragam data yang dapat diakses dengan mudah melalui perintah-perintah sederhana. Semua data yang diberikan sangat relevan dengan kebutuhan kita, bergantung pada jenis bisnis yang kita jalankan. Dengan *Google Analytics*, kita dapat mengidentifikasi calon pelanggan potensial melalui laporan kunjungan dan melihat konten yang sering dikunjungi atau yang paling populer. Ini membantu kita mencapai tujuan di situs web kita, seperti membangun hubungan dekat dengan pengunjung, mengisi

formulir umpan balik, meninggalkan komentar pada *posting blog*, mengunduh file PDF, berlangganan, melihat halaman penawaran khusus, atau mengklik tombol media sosial seperti "Suka Halaman Penggemar," "Google+," atau "Ikuti Twitter." (Clifton 2012:16)



Gambar 2.1. Letak Web Analytics dalam pengorganisasian

Disarankan agar web analytics ditempatkan di pusat kegiatan organisasi situs web, karena web berfungsi sebagai alat untuk melakukan penelitian dan menerima umpan balik. Sebagai contoh, jika ada seseorang yang mencari secara online dan ingin tahu apakah produk atau layanan kita sesuai dengan kebutuhan mereka, baik sebelum atau setelah pembelian, maka peran perusahaan kita, terlepas dari sejauh mana aktivitas pemasaran digital kita, adalah untuk membantu mereka. Bagi pelanggan yang sudah ada, situs web dapat digunakan untuk mencari pembaruan terbaru, informasi kontak, data pendukung, atau untuk memberikan umpan balik tentang produk atau layanan. Selain pelanggan

reguler, tidak ada alasan mengapa pencari kerja atau investor juga tidak dapat memanfaatkan situs web ini. (Clifton 2012:17). Ada beberapa pelaporan yang disediakan oleh Google Analytics diantaranya:

1. Peristiwa intelijen, merupakan laporan yang dramatik dari hari ke hari menganalisa trafik data dari *web* untuk lebih baik. Ini merupakan kunci laporan yang sangat besar dalam membantu penting dalam memperhatikan trafik.
2. Waktu nyata, merupakan bagian laporan yang dapat dilihat apa yang terjadi di *website* kita sekarang atau saat ni. Ini sangat berguna sekali kapan kita meluncurkan, memberikan pengumuman, atau memberi penawaran iklan produk baru kita serta dapat memperoleh dampak yang besar dengan cepat.
3. Pemirsa, merupakan laporan yang berisikan pengunjung *website*, sesi, tayangan halaman, demografi, sistem (*browser*, sistem operasi, penyedia layanan), seluler (sistem operasi, penyedia layanan, resolusi layar).
4. Akuisi, merupakan laporan yang berisi dari mana asal pengunjung sehingga bisa mengunjungi *website* kita. Dapat berasal dari *Organic search*, *Direct*, *Referral*, maupun Sosial.
5. Perlakuan, dari laporan bagian ini telah disediakan tentang perilaku dari pengunjung *website*. Halaman *web* mana saja yang dikunjungi dengan lengkap dengan jumlah beberapa kali dikunjungi serta perestasinya. Selain itu juga terdapat alur halaman yang dibuka pelanggan serta kecepatan.

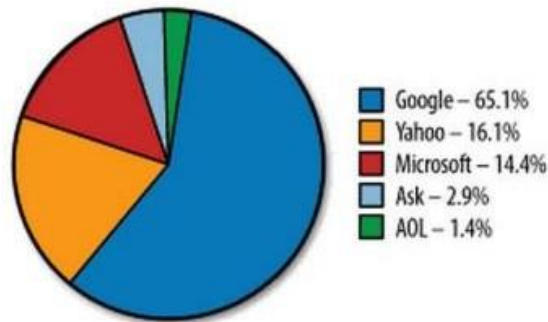
6. Kovensi, untuk melihat perbandingan kenyataan dengan target yang kita inginkan seperti jumlah kunjungan, produk, transaksi, dan lain-lain (Cilfton 2012:118).

2.2 Search Engine Optimizion

Mengemukakan bahwa *internet marketing* merupakan kombinasi aspek teknis internet, kreatifitas, desain, pengembangan, periklanan dan penjualan (Sulianta 2009 :24)

Sebagian besar perusahaan memiliki situs web yang berkualitas, namun hanya sekitar lima persen di antaranya yang memanfaatkan Search Engine Optimization (SEO) sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Ketika mereka memutuskan untuk menggunakan SEO, seringkali mereka harus mengeluarkan dana besar dan belajar cara membuat situs mereka menduduki peringkat teratas, namun hasilnya masih tetap minim kunjungan. Pada titik ini, mereka menyadari bahwa memiliki situs web yang menarik saja tidak cukup; mereka perlu memahami cara mempromosikan situs web mereka. (Mohana 2011:24).

Dengan kemunculan berbagai mesin pencari gratis di internet, kita sekarang memiliki banyak pilihan untuk mencari informasi yang kita butuhkan. Mesin pencari terus berkembang untuk memberikan pengalaman pencarian yang lebih relevan, cepat, dan terkini. Mesin pencari menghasilkan pendapatan melalui iklan, dengan sebagian besar berasal dari model pay-per-click, di mana pengiklan membayar setiap kali iklan mereka diklik oleh pengguna. (Engek dkk 2012:2).



Gambar 2.2. Search Engine market share (Juli 2011)

Gambar diatas menunjukkan bahwa *google* mendominasi mesin pencari di *web* Amerika, di beberapa negara eropa perbedaanya tidak begitu besar. Tetapi untuk di China mesin pencari dikuasai oleh Baidu. Tetapi hasil dari semua mesin pencarian di dunia, kebanyakan fokus pada SEO adalah strategi untuk *Google*.

Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam kegiatan optimasi sebuah *website* (Search Engine Optimization) diantaranya:

2.2.1 Strategi Keyword

A. Tema dari *website*.

Strategi SEO (Search Engine Optimization) adalah serangkaian tindakan yang dilakukan untuk meningkatkan visibilitas sebuah situs web di mesin pencari seperti Google. Tema atau topik dari situs web Anda merupakan faktor penting dalam perencanaan strategi SEO. Berikut adalah beberapa langkah dalam mengembangkan strategi SEO berdasarkan tema atau topik situs web Anda:

1. Penelitian Kata Kunci (Keyword Research):

Mulailah dengan melakukan penelitian kata kunci untuk menemukan kata kunci yang relevan dengan tema situs web Anda.

Gunakan alat-alat seperti Google Keyword Planner, Ubersuggest, atau Ahrefs

untuk mengidentifikasi kata kunci yang memiliki volume pencarian tinggi dan tingkat persaingan yang sesuai.

2. Pemilihan Kata Kunci:

Pilih kata kunci utama yang akan menjadi fokus utama konten Anda. Ini adalah kata kunci yang paling relevan dengan tema situs web Anda.

Selain kata kunci utama, identifikasi kata kunci pendukung yang dapat digunakan dalam konten tambahan.

3. Konten Berkualitas:

Buat konten berkualitas tinggi yang relevan dengan tema situs web Anda dan kata kunci yang Anda pilih.

Pastikan konten Anda informatif, bermanfaat, dan unik. Hindari konten ganda atau duplikat.

Gunakan kata kunci secara alami dalam konten Anda, termasuk dalam judul, subjudul, dan teks utama.

4. Struktur Situs yang Terorganisir:

Susun situs web Anda dengan struktur yang terorganisir, dengan menu navigasi yang mudah dipahami.

Buat halaman kategori atau topik jika situs Anda mencakup berbagai sub-topik dalam tema utama.

5. Optimasi On-Page:

Lakukan optimasi on-page seperti penggunaan tag HTML yang sesuai (judul, meta deskripsi, header), peningkatan kecepatan halaman, dan penggunaan gambar dengan tag alt yang relevan.

Pastikan URL halaman memiliki struktur yang bersih dan mencerminkan konten.

6. Tautan Internal:

Buat tautan internal yang relevan antara halaman-halaman di situs Anda. Ini membantu pengguna menavigasi dan juga membantu mesin pencari memahami struktur situs Anda.

7. Tautan Eksternal (Backlink):

Upayakan untuk mendapatkan tautan balik (backlink) dari situs-situs otoritatif dan relevan dalam industri Anda. Ini dapat membantu meningkatkan otoritas situs Anda di mata mesin pencari.

8. Responsif dan Mobile-Friendly:

Pastikan situs web Anda responsif dan ramah mobile, karena Google memberikan peringkat lebih tinggi untuk situs yang dirancang untuk pengguna mobile.

9. Analisis dan Pemantauan:

Gunakan alat analisis web seperti Google Analytics dan Google Search Console untuk melacak kinerja situs Anda dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.

Pantau peringkat kata kunci Anda secara berkala dan rencanakan tindakan perbaikan jika diperlukan.

10. Konten Berkala:

Terus perbarui dan tambahkan konten baru secara berkala untuk menjaga situs Anda tetap relevan dan menarik bagi pengguna dan mesin pencari.

Strategi SEO adalah upaya berkelanjutan, dan kesabaran diperlukan karena hasilnya mungkin tidak terlihat secara instan. Dengan fokus pada tema situs Anda dan penerapan praktik SEO yang baik, Anda dapat meningkatkan visibilitas situs web Anda di mesin pencari dan mencapai peringkat yang lebih baik.

B. Brainstrom untuk kata kunci.

Brainstorming kata kunci adalah langkah awal yang penting dalam pengembangan strategi SEO. Ini membantu Anda mengidentifikasi kata kunci yang relevan dengan tema situs web atau konten Anda. Berikut adalah beberapa cara untuk melakukan brainstorming kata kunci:

1. Pemahaman Tema Utama:

Pahami dengan baik tema utama situs web atau konten Anda. Apa yang ingin Anda sampaikan kepada audiens Anda.

2. Gunakan Imajinasi:

Cobalah untuk berpikir seperti pengguna yang mencari informasi yang terkait dengan topik Anda. Apa yang mungkin mereka ketikkan di mesin pencari?

3. Pertanyaan Umum:

Pikirkan pertanyaan umum yang sering diajukan oleh orang-orang tentang topik Anda. Ini bisa menjadi kata kunci potensial.

4. Variasi Kata Kunci:

Buat variasi dari kata kunci inti. Ini bisa berupa sinonim, frasa yang serupa, atau perubahan kecil pada kata kunci.

5. Penelitian Persaingan:

Lihat situs web pesaing Anda dan perhatikan kata kunci yang mereka

targetkan.

6. Alat Penelitian Kata Kunci:

Gunakan alat-alat penelitian kata kunci seperti Google Keyword Planner, Ubersuggest, Ahrefs, atau Moz Keyword Explorer untuk mendapatkan ide kata kunci yang relevan dan melihat statistik pencarian mereka.

7. Sumber Daya dan Materi Referensi:

Jika ada buku, jurnal, atau referensi lain yang sering digunakan dalam topik Anda, pertimbangkan kata kunci yang mungkin berkaitan dengan sumber daya tersebut.

8. Pandangan Eksternal:

Mintalah saran dari teman atau rekan yang tidak terlalu terlibat dalam proyek Anda. Pendekatan pandangan luar bisa memberikan perspektif yang berbeda.

9. Analisis Pencarian Google:

Lihat hasil pencarian Google dan perhatikan saran pencarian yang muncul saat Anda mulai mengetik kata kunci. Ini bisa memberikan ide-ide baru.

10. Tren dan Berita Terkini:

Jika topik Anda berkaitan dengan berita atau tren, pertimbangkan kata kunci yang sesuai dengan berita terkini dan tren industri.

11. Forum dan Sosial Media:

Telusuri forum industri, grup sosial media, atau platform lain di mana orang membahas topik Anda. Ini bisa memberikan wawasan tentang kata kunci yang relevan.

12. Pertimbangkan Lokalitas:Me

Jika Anda memiliki bisnis lokal, pertimbangkan kata kunci yang berkaitan dengan lokasi Anda.

Setelah Anda menghasilkan daftar kata kunci potensial, selanjutnya adalah menganalisisnya untuk menentukan mana yang memiliki potensi tertinggi dan relevansi terhadap tujuan SEO Anda. Prioritaskan kata kunci tersebut dalam konten dan strategi SEO Anda. Ingatlah bahwa penelitian kata kunci adalah proses berkelanjutan, dan Anda mungkin perlu mengoptimasi dan menyesuaikan kata kunci Anda seiring waktu.

C. Pembuatan kata kunci berdasarkan outline.

Pembuatan kata kunci berdasarkan outline atau struktur konten adalah langkah penting dalam memastikan konten Anda dioptimalkan untuk SEO. Berikut adalah langkah-langkah untuk membuat kata kunci berdasarkan outline:

1. Buat Outline Konten:

Mulailah dengan membuat outline atau kerangka konten. Ini akan membantu Anda mengatur informasi dan pemikiran Anda sebelum menulis konten.

2. Identifikasi Poin Utama:

Identifikasi poin-poin utama atau subtopik dalam outline Anda. Ini adalah bagian-bagian penting dari konten Anda.

3. Pilih Kata Kunci Utama:

Untuk setiap poin utama atau subtopik, pilih kata kunci utama yang paling relevan dengan informasi yang akan Anda sampaikan. Kata kunci ini harus sesuai dengan tema utama konten Anda.

4. Tambahkan Kata Kunci Pendukung:

Selain kata kunci utama, identifikasi kata kunci pendukung atau variasi kata kunci yang relevan untuk setiap poin dalam outline. Kata kunci pendukung ini harus berkaitan dengan kata kunci utama.

5. Integrasikan Kata Kunci ke dalam Outline:

Selanjutnya, masukkan kata kunci utama dan kata kunci pendukung ke dalam outline Anda. Tentukan di mana Anda akan menyertakan kata kunci ini dalam konten, seperti dalam judul, subjudul, atau dalam teks utama.

6. Perhatikan Alur dan Kepuasan Pengguna:

Pastikan bahwa penambahan kata kunci tidak mengganggu alur narasi atau kualitas konten secara keseluruhan. Konten harus tetap bermanfaat dan informatif bagi pengguna.

7. Gunakan Heading Tags (Tag Judul):

Saat Anda menambahkan kata kunci ke dalam outline, pertimbangkan untuk menggunakannya dalam tag judul (heading tags) seperti H1, H2, dan H3. Ini membantu mesin pencari memahami hierarki informasi di dalam konten Anda.

8. Optimasi Meta Deskripsi:

Jika Anda membuat halaman atau artikel yang memiliki meta deskripsi, pastikan kata kunci utama Anda juga muncul di dalamnya. Meta deskripsi adalah potongan teks yang muncul di hasil pencarian dan harus mengundang pengguna untuk mengklik tautan Anda.

9. Periksa Kepadatan Kata Kunci:

Jangan terlalu banyak mengulangi kata kunci dalam konten Anda, karena

ini dapat dianggap sebagai spam oleh mesin pencari. Pertimbangkan untuk menggunakan variasi kata kunci dan sinonim.

10. Konten Berkualitas Tinggi:

Terakhir, pastikan konten Anda tetap berkualitas tinggi dan informatif. Kata kunci harus membantu menguraikan dan mengoptimalkan konten, bukan mengganggu dari pengalaman pengguna.

Setelah Anda selesai dengan outline dan penempatan kata kunci, lanjutkan dengan menulis konten Anda dengan mengikuti panduan yang telah Anda buat. Pastikan untuk memantau kinerja konten Anda dan melakukan penyesuaian jika diperlukan seiring waktu. Peringkat di mesin pencari dapat memerlukan beberapa waktu untuk meningkat, jadi bersabarlah dan teruslah memantau serta mengoptimalkan konten Anda.

D. Pemilihan Keyword.

Pemilihan kata kunci (keyword) yang tepat adalah salah satu langkah kunci dalam strategi SEO Anda. Memilih kata kunci yang relevan dan memiliki potensi pencarian tinggi adalah kunci untuk meningkatkan visibilitas situs web Anda di mesin pencari. Berikut adalah beberapa langkah untuk membantu Anda dalam pemilihan kata kunci:

1. Pahami Tujuan dan Sasaran Anda:

Pertama-tama, tentukan tujuan SEO Anda. Apakah Anda ingin meningkatkan lalu lintas situs web, menghasilkan lead, atau menjual produk? Pemahaman yang jelas tentang tujuan akan membantu Anda memilih kata kunci yang sesuai.

2. Kenali Audiens Anda:

Siapa yang menjadi target audiens Anda? Apa yang mereka cari ketika menggunakan mesin pencari? Memahami audiens Anda membantu Anda memilih kata kunci yang relevan.

3. Lakukan Penelitian Kata Kunci:

Gunakan alat-alat penelitian kata kunci seperti Google Keyword Planner, Ubersuggest, Ahrefs, atau Moz Keyword Explorer untuk mencari kata kunci potensial. Anda dapat memasukkan kata kunci yang sudah Anda pikirkan atau topik terkait untuk mendapatkan ide kata kunci baru.

4. Evaluasi Volume Pencarian:

Periksa volume pencarian kata kunci. Kata kunci dengan volume pencarian tinggi cenderung memiliki lebih banyak lalu lintas potensial, tetapi juga mungkin bersaing dengan situs web lain.

5. Perhatikan persaingan:

Tinjau tingkat persaingan untuk kata kunci yang Anda pertimbangkan. Kata kunci dengan tingkat persaingan rendah mungkin lebih mudah untuk mendapatkan peringkat tinggi.

6. Pertimbangkan Kata Kunci Long-Tail:

Kata kunci long-tail adalah frasa kata kunci yang lebih panjang dan spesifik. Meskipun mereka mungkin memiliki volume pencarian yang lebih rendah, mereka sering kali memiliki konversi yang lebih baik karena pengguna yang mencari frasa tersebut lebih terfokus.

7. Relevansi Konten:

Pastikan kata kunci yang Anda pilih sangat relevan dengan konten yang Anda tawarkan. Konten yang relevan dengan kata kunci memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan peringkat yang baik.

8. Gunakan Kata Kunci Branded:

Jika Anda memiliki merek atau nama bisnis, gunakan kata kunci yang mencakup merek Anda untuk meningkatkan visibilitasnya.

9. Lakukan Analisis Kompetitor:

Tinjau situs web pesaing Anda dan lihat kata kunci apa yang mereka targetkan. Ini dapat memberikan wawasan tentang kata kunci yang relevan untuk industri atau niche Anda.

10. Buat Prioritas:

Setelah melakukan penelitian, buat daftar kata kunci yang ingin Anda targetkan. Prioritaskan kata kunci berdasarkan relevansi, volume pencarian, dan tingkat persaingan.

11. Uji dan Pantau:

Setelah Anda memilih kata kunci, gunakan mereka dalam konten Anda dan pantau kinerjanya. Jika perlu, lakukan penyesuaian dan eksperimen untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Ingatlah bahwa pemilihan kata kunci adalah proses yang berkelanjutan, dan Anda mungkin perlu mengoptimalkan strategi kata kunci Anda seiring berjalannya waktu. Terus pantau perubahan dalam tren pencarian dan peringkat mesin pencari untuk tetap relevan dan efektif dalam upaya SEO Anda.

E. Evaluasi kata kunci

Evaluasi kata kunci adalah langkah penting dalam strategi SEO Anda. Ini melibatkan pemantauan dan penilaian terhadap bagaimana kata kunci yang Anda pilih memengaruhi kinerja situs web Anda di mesin pencari. Berikut adalah beberapa langkah untuk melakukan evaluasi kata kunci:

1. Pantau Peringkat Kata Kunci:

Gunakan alat analisis SEO atau perangkat lunak pemantauan peringkat untuk melacak posisi kata kunci Anda di hasil pencarian Google. Periksa apakah kata kunci Anda mengalami perubahan peringkat.

2. Evaluasi Lalu Lintas Organik:

Amati jumlah lalu lintas organik yang diterima halaman web Anda yang dioptimalkan untuk kata kunci tertentu. Peningkatan lalu lintas adalah indikasi positif.

3. Analisis Konversi:

Selain lalu lintas, perhatikan konversi. Adakah peningkatan dalam tindakan yang Anda inginkan dari pengguna, seperti pembelian produk, langganan newsletter, atau pengisian formulir kontak?

4. Bandingkan Kinerja Kata Kunci:

Bandingkan kinerja berbagai kata kunci yang Anda targetkan. Tentukan mana yang memberikan hasil terbaik dan membantu mencapai tujuan Anda.

5. Tinjau Persaingan:

Periksa tingkat persaingan untuk setiap kata kunci. Jika Anda mengalami kesulitan untuk bersaing, pertimbangkan untuk menyesuaikan strategi kata kunci

Anda.

6. Analisis Bounce Rate:

Periksa bounce rate (tingkat pentalan) untuk halaman yang dioptimalkan untuk kata kunci tertentu. Bounce rate yang tinggi mungkin menunjukkan bahwa pengguna tidak menemukan informasi yang mereka cari.

7. Periksa Kualitas Konten:

Tinjau kualitas konten yang mendukung kata kunci. Pastikan konten tersebut informatif, relevan, dan memenuhi kebutuhan pengguna.

8. Relevansi Masih Penting:

Pastikan kata kunci yang Anda targetkan masih relevan dengan topik atau bisnis Anda. Jika ada perubahan dalam fokus situs web Anda, pertimbangkan untuk mengubah kata kunci yang Anda targetkan.

9. Gunakan Alat Analisis Web:

Gunakan alat analisis web seperti Google Analytics untuk melihat bagaimana pengguna berinteraksi dengan halaman Anda, berapa lama mereka tinggal, dan halaman mana yang paling mereka kunjungi.

10. Perhatikan Perubahan Tren Pencarian:

Jangan lupakan tren pencarian yang terus berubah. Kata kunci yang efektif hari ini mungkin tidak seefektif di masa mendatang. Selalu beradaptasi dengan perubahan tren.

11. Uji dan Eksperimen:

Jika Anda merasa ada kata kunci yang belum memberikan hasil yang diharapkan, cobalah mengoptimalkan halaman atau artikel Anda untuk kata kunci

lain atau variasi kata kunci.

12. Evaluasi Rutin:

Evaluasi kata kunci secara rutin dan perbarui strategi Anda seiring waktu. Perubahan yang terjadi dalam industri atau perubahan algoritma mesin pencari dapat memengaruhi efektivitas kata kunci Anda.

Selama Anda secara berkala mengevaluasi kata kunci Anda dan mengambil tindakan berdasarkan hasil evaluasi tersebut, Anda dapat terus memperbaiki dan mengoptimalkan strategi SEO Anda untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. SEO adalah upaya berkelanjutan, dan evaluasi kata kunci adalah bagian integral dari proses ini.

2.2.2 Posisi Kompetitif.

A. Mengenal pesaing anda.

Mengenal pesaing Anda adalah langkah penting dalam pengembangan strategi bisnis dan pemasaran. Ini membantu Anda memahami posisi Anda di pasar, mengidentifikasi peluang, dan membuat keputusan yang lebih baik untuk meningkatkan daya saing Anda. Berikut adalah beberapa langkah untuk mengenal pesaing Anda:

1. Identifikasi Pesaing Utama:

Identifikasi pesaing utama Anda di pasar. Ini bisa berupa perusahaan atau situs web yang menawarkan produk atau layanan serupa dengan Anda.

2. Tinjau Situs Web dan Materi Pemasaran Mereka:

Teliti situs web pesaing Anda. Perhatikan desain, tata letak, jenis konten yang mereka tampilkan, dan pesan pemasaran yang mereka komunikasikan.

3. Analisis Produk atau Layanan Mereka:

Tinjau produk atau layanan yang mereka tawarkan. Apa kelebihan dan kelemahan produk atau layanan mereka dibandingkan dengan yang Anda tawarkan?

4. Evaluasi Harga dan Strategi Penetapan Harga:

Pelajari strategi penetapan harga pesaing Anda. Apakah mereka menawarkan harga yang lebih rendah atau lebih tinggi daripada Anda? Bagaimana mereka menawarkan nilai tambah kepada pelanggan?

5. Perhatikan Strategi Pemasaran Online:

Telusuri kehadiran online pesaing Anda. Ini termasuk media sosial, kampanye iklan online, dan konten pemasaran mereka. Apa platform yang mereka gunakan dan apa jenis konten yang paling efektif?

6. Lakukan Analisis Kata Kunci:

Gunakan alat-alat seperti Google Keyword Planner atau Ahrefs untuk menganalisis kata kunci yang pesaing Anda targetkan dalam kampanye SEO mereka. Ini dapat membantu Anda mengidentifikasi peluang kata kunci yang relevan.

7. Pantau Aktivitas Sosial Media:

Amati aktivitas sosial media pesaing Anda. Berapa banyak pengikut yang mereka miliki? Bagaimana mereka berinteraksi dengan audiens mereka? Apa jenis konten yang paling populer?

8. Tinjau Ulasan dan Umpan Balik Pelanggan:

Baca ulasan dan umpan balik pelanggan tentang pesaing Anda. Apa yang

pelanggan sukai atau tidak sukai tentang produk atau layanan mereka? Ini dapat memberikan wawasan berharga?

9. Perbandingkan Kinerja Situs Web:

Gunakan alat analisis web untuk membandingkan kinerja situs web Anda dengan pesaing. Ini meliputi lalu lintas situs web, tingkat konversi, bounce rate, dan metrik lainnya.

10. Pelajari Strategi Konten Mereka:

Tinjau konten yang mereka hasilkan, seperti artikel blog, video, atau infografis. Apakah mereka memiliki strategi konten yang efektif? Apa topik yang paling sukses?

11. Pantau Perubahan dan Perkembangan:

Tetapkan pemantauan rutin terhadap pesaing Anda untuk memantau perubahan dan perkembangan dalam bisnis mereka. Bisnis bersifat dinamis, dan strategi pesaing dapat berubah.

12. Buat Perbandingan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats):

Buat analisis SWOT untuk diri Anda dan pesaing Anda. Ini membantu Anda memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang Anda hadapi dalam pasar.

Dengan memahami pesaing Anda, Anda dapat mengidentifikasi area di mana Anda dapat bersaing dengan lebih baik, mengidentifikasi peluang baru, dan membuat strategi yang lebih efektif. Ingatlah bahwa tujuan dari mengenal pesaing bukan hanya untuk menyalin mereka, tetapi untuk mengembangkan keunggulan

kompetitif Anda sendiri.

B. Mencari tau pesaing nyata.

Mencari tahu pesaing nyata dalam bisnis Anda adalah langkah penting untuk memahami lingkungan bisnis Anda dan mengembangkan strategi yang lebih baik. Berikut adalah beberapa langkah untuk menemukan pesaing nyata:

1. Lakukan Penelitian Online:

Mulailah dengan melakukan pencarian online menggunakan kata kunci yang relevan dengan bisnis Anda. Lihat situs web dan perusahaan yang muncul dalam hasil pencarian.

2. Gunakan Alat Penelitian Pesaing:

Gunakan alat-alat penelitian pesaing seperti Ahrefs, SEMrush, atau SimilarWeb. Alat ini dapat memberikan informasi tentang pesaing potensial berdasarkan analisis data online.

3. Analisis Mesin Pencari:

Lihat hasil pencarian Google dan lihat situs web mana yang bersaing dengan Anda dalam hal peringkat. Situs web-situs web ini adalah pesaing nyata dalam hal SEO.

4. Telusuri Media Sosial:

Telusuri platform media sosial seperti Facebook, Twitter, LinkedIn, dan Instagram untuk mencari perusahaan atau akun yang berhubungan dengan bisnis Anda. Lihat siapa yang memiliki pengikut yang signifikan dan interaksi yang tinggi.

5. Lihat Forum dan Grup Industri:

Cari forum atau grup industri yang berkaitan dengan bisnis Anda. Siapa

yang aktif dalam forum ini dan memiliki pengaruh dalam industri Anda?

6. Baca Ulasan Pelanggan:

Baca ulasan pelanggan tentang produk atau layanan sejenis. Identifikasi perusahaan yang muncul secara berulang dalam ulasan positif atau negatif.

7. Pantau Kompetisi di Pameran dan Konferensi:

Jika bisnis Anda terlibat dalam pameran dagang atau konferensi industri, pantau pesaing yang berpartisipasi dalam acara tersebut.

8. Tanyakan kepada Pelanggan atau Mitra Bisnis:

Mintalah masukan dari pelanggan atau mitra bisnis Anda tentang pesaing yang mereka kenal atau yang sering mereka lihat di pasar.

9. Gunakan Sumber Daya Industri:

Manfaatkan sumber daya industri seperti laporan analisis industri, jurnal perdagangan, atau asosiasi industri yang dapat memberikan wawasan tentang pesaing di sektor Anda.

10. Pantau Perubahan di Pasar:

Pastikan untuk terus memantau perubahan dalam pasar Anda. Pesaing dapat muncul dan menghilang seiring waktu, jadi perhatikan perubahan ini.

11. Gunakan Jejaring Bisnis:

Jejaring bisnis seperti LinkedIn dapat memberikan informasi tentang pesaing yang berpotensi sebagai rekanan bisnis atau pesaing langsung.

12. Analisis Data Trafik Situs Web:

Gunakan alat analisis web untuk melihat sumber lalu lintas pesaing Anda. Ini dapat memberikan wawasan tentang situs web dan sumber lalu lintas mereka.

Setelah Anda mengidentifikasi pesaing potensial, penting untuk melakukan analisis lebih lanjut untuk memahami strategi, kekuatan, kelemahan, dan peluang mereka. Ini akan membantu Anda mengembangkan rencana yang lebih baik untuk bersaing di pasar Anda. Ingatlah bahwa pesaing bisa menjadi sumber inspirasi dan pembelajaran yang berharga, jadi selalu pertimbangkan untuk mengamati dan memahami apa yang mereka lakukan dengan baik dan apa yang bisa Anda tingkatkan dalam bisnis Anda.

C. Mengetahui kekuatan dan kelemahan anda.

Mengetahui kekuatan dan kelemahan Anda adalah langkah kunci dalam mengembangkan strategi bisnis yang sukses. Hal ini membantu Anda memanfaatkan aset Anda dengan lebih efektif dan mengatasi hambatan yang mungkin ada. Berikut adalah beberapa langkah untuk menilai kekuatan dan kelemahan Anda:

Mengetahui Kekuatan Anda:

1. Analisis Data dan Prestasi:

Tinjau data bisnis Anda, seperti pendapatan, pertumbuhan penjualan, dan laba bersih. Apa prestasi utama yang telah Anda capai?

2. Pemahaman Terhadap Produk atau Layanan Anda:

Evaluasi produk atau layanan Anda. Apa yang membuatnya unik? Apa keunggulan produk atau layanan Anda dibandingkan dengan pesaing?

3. Reputasi dan Merek:

Pertimbangkan bagaimana bisnis Anda dilihat oleh pelanggan dan

pesaing. Apakah Anda memiliki reputasi yang baik dalam industri Anda?

4. Tim dan SDM:

Perhatikan tim Anda. Apakah Anda memiliki tim yang terampil dan berdedikasi? Apa keahlian khusus yang dimiliki tim Anda?

5. Pengalaman dan Pengetahuan:

Pertimbangkan pengalaman dan pengetahuan yang Anda miliki dalam industri atau bidang bisnis Anda. Apakah Anda memiliki keahlian khusus atau pengetahuan yang berharga?

6. Akses ke Sumber Daya Finansial:

Tinjau akses Anda ke modal dan sumber daya finansial. Apakah Anda memiliki dana yang cukup untuk mengembangkan bisnis Anda?

Mengetahui Kelemahan Anda:

1. Identifikasi Area yang Memerlukan Perbaikan:

Analisis area di mana bisnis Anda mungkin kurang efisien atau memiliki masalah. Ini bisa mencakup operasi, manajemen, atau proses internal.

2. Pertimbangkan Keterbatasan Keuangan:

Jika Anda menghadapi keterbatasan finansial, pertimbangkan bagaimana Anda dapat mengelola dana dengan lebih efektif atau mencari sumber dana tambahan.

3. Pahami Persaingan:

Apakah ada pesaing yang memiliki keunggulan yang signifikan

dalam pasar? Apa yang dapat Anda lakukan untuk mengatasi persaingan ini?

4. Evaluasi Rantai Pasokan dan Logistik:

Jika bisnis Anda terlibat dalam penjualan fisik atau pengiriman produk, pertimbangkan bagaimana Anda dapat meningkatkan rantai pasokan dan logistik Anda.

5. Pertimbangkan Teknologi dan Sistem:

Apakah ada teknologi atau sistem yang dapat membantu Anda dalam operasi bisnis Anda? Mungkin Anda perlu menginvestasikan dalam perangkat lunak atau peralatan baru.

6. Pemahaman Terhadap Karyawan:

Pertimbangkan hubungan dengan karyawan Anda. Apakah ada masalah budaya atau produktivitas yang perlu diatasi?

7. Evaluasi Strategi Pemasaran dan Penjualan:

Tinjau strategi pemasaran dan penjualan Anda. Apakah ada area di mana Anda dapat meningkatkan visibilitas atau strategi pemasaran Anda?

Setelah Anda mengetahui kekuatan dan kelemahan Anda, Anda dapat mengembangkan rencana strategis yang memanfaatkan kekuatan Anda dan mengatasi kelemahan Anda. Perlu diingat bahwa bisnis selalu berubah, jadi evaluasi ini perlu dilakukan secara rutin untuk tetap relevan dan kompetitif dalam pasar. Selain itu, bisa sangat berguna untuk mendapatkan pandangan eksternal, seperti melibatkan konsultan bisnis atau meminta masukan dari rekan bisnis dan mitra.

D. Melihat konversi dalam pasar kompetitif.

Melihat konversi dalam pasar kompetitif adalah langkah penting dalam memahami bagaimana bisnis Anda berkinerja dibandingkan dengan pesaing Anda. Konversi dalam konteks ini merujuk pada berbagai tindakan yang diambil oleh pelanggan atau prospek, seperti pembelian produk, mengisi formulir kontak, berlangganan newsletter, atau tindakan lain yang Anda anggap penting dalam pencapaian tujuan bisnis Anda. Berikut adalah beberapa langkah untuk melihat konversi dalam pasar kompetitif:

1. Tentukan Tujuan Konversi Anda:

Pertama-tama, identifikasi tujuan konversi Anda. Apa yang ingin Anda capai dengan kampanye pemasaran atau aktivitas bisnis Anda? Ini bisa berupa penjualan produk, pengumpulan informasi pelanggan, atau tujuan lainnya.

2. Pantau Metrik Konversi:

Gunakan alat analisis web seperti Google Analytics untuk melacak metrik konversi. Ini termasuk tingkat konversi, jumlah konversi, dan laju konversi (conversion rate).

3. Bandingkan dengan Pesaing:

Tinjau data konversi pesaing Anda jika informasi tersebut tersedia. Bandingkan metrik konversi Anda dengan metrik pesaing untuk memahami sejauh mana Anda bersaing dalam pasar.

4. Analisis Produk atau Layanan yang Paling Sukses:

Identifikasi produk atau layanan Anda yang paling berhasil dalam hal konversi. Apa yang membuat produk atau layanan ini begitu efektif dalam

mengubah prospek menjadi pelanggan?

5. Perhatikan Taktik Pemasaran Pesaingan:

Amati taktik pemasaran pesaing Anda yang dapat berdampak pada tingkat konversi. Apakah mereka memiliki tawaran khusus atau kampanye yang berhasil?

6. Pertimbangkan Loyalitas Pelanggan:

Pelajari seberapa sering pelanggan Anda kembali dan melakukan konversi tambahan. Ini dapat memberikan wawasan tentang seberapa loyal pelanggan Anda.

7. Analisis Media Sosial:

Tinjau aktivitas dan taktik pemasaran media sosial pesaing Anda. Apakah mereka memiliki strategi media sosial yang sukses dalam menghasilkan konversi?

8. Evaluasi Pengalaman Pengguna:

Pertimbangkan pengalaman pengguna di situs web atau aplikasi Anda. Adakah hambatan atau masalah yang dapat menghambat konversi?

9. Uji dan Eksperimen:

Cobalah berbagai strategi atau taktik pemasaran untuk meningkatkan tingkat konversi Anda. Uji A/B, perbaiki halaman landasan (landing page), dan pengoptimalan tautan atau tombol panggilan tindakan.

10. Pantau Hasil Kampanye:

Ketika Anda meluncurkan kampanye pemasaran, pantau hasilnya dengan cermat. Perhatikan bagaimana kampanye tersebut memengaruhi tingkat konversi.

11. Pelajari Umpan Balik Pelanggan:

Mintalah umpan balik dari pelanggan atau prospek tentang proses konversi. Apakah ada masalah atau hambatan yang mereka alami?

12. Buat Perbandingan dengan Tren Industri:

Tinjau tren konversi dalam industri Anda secara keseluruhan. Bagaimana tingkat konversi Anda berada dalam konteks tren tersebut?

Melihat konversi dalam pasar kompetitif membantu Anda mengevaluasi efektivitas strategi Anda dan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan tingkat konversi. Selain itu, memahami cara pesaing Anda meraih konversi dapat memberikan inspirasi untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan kompetitif. Tetaplah terbuka terhadap perubahan dan eksperimen untuk terus meningkatkan tingkat konversi Anda.

E. Melihat perbedaan antara konversi dan trafik

Melihat perbedaan antara konversi dan trafik adalah kunci untuk memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan situs web atau bisnis Anda. Berikut adalah penjelasan tentang perbedaan antara kedua istilah ini:

1. Trafik:

Trafik merujuk pada jumlah pengunjung atau pengguna yang mengakses situs web atau halaman Anda. Ini mencakup semua orang yang mengunjungi situs Anda, termasuk pengunjung baru dan yang kembali.

Trafik dapat berasal dari berbagai sumber, seperti mesin pencari (organik), iklan berbayar (SEM), tautan dari situs web lain, media sosial, email, dan sumber-sumber lainnya.

Trafik adalah metrik yang digunakan untuk mengukur sejauh mana situs Anda ditemukan di internet dan seberapa banyak pengguna yang mengunjunginya. Namun, tingkat trafik saja tidak mengindikasikan kesuksesan bisnis Anda, karena

pengunjung hanya merupakan tahap awal dalam perjalanan konsumen.

2. Konversi:

Konversi merujuk pada tindakan tertentu yang diambil oleh pengunjung situs web setelah mereka tiba di halaman Anda. Ini bisa berupa berbagai tindakan, seperti pembelian produk, pengisian formulir kontak, berlangganan newsletter, mengunduh e-book, atau tindakan lain yang Anda tentukan sebagai tujuan bisnis Anda.

Konversi adalah langkah penting dalam menjalankan bisnis online, karena ini adalah tindakan yang mengubah pengunjung menjadi pelanggan atau prospek yang lebih terlibat.

Tingkat konversi adalah metrik yang mengukur seberapa baik situs web Anda mendorong pengunjung untuk melakukan tindakan tertentu yang diinginkan. Ini adalah indikator kesuksesan kampanye pemasaran dan pengalaman pengguna di situs Anda.

Perbedaan Utama:

Trafik adalah jumlah pengunjung yang datang ke situs web Anda, sementara konversi adalah tindakan yang diambil oleh pengunjung setelah mereka berada di situs Anda.

Trafik fokus pada kuantitas, sedangkan konversi fokus pada kualitas dan tujuan akhir. Tingkat konversi adalah pengukuran penting untuk mengukur apakah trafik yang Anda terima efektif dalam mencapai tujuan bisnis Anda.

Trafik adalah langkah awal dalam perjalanan pengguna, sementara konversi adalah langkah yang lebih maju yang mencerminkan tingkat keterlibatan dan

komitmen pengguna terhadap bisnis Anda.

Kedua metrik ini penting, dan mereka saling terkait. Tingkat konversi dapat dipengaruhi oleh kualitas trafik yang Anda terima. Semakin baik Anda mengarahkan trafik menuju target yang sesuai dengan tujuan bisnis Anda, semakin tinggi tingkat konversi yang mungkin Anda capai.

Jadi, sementara trafik penting untuk meningkatkan kesadaran dan eksposur, konversi adalah langkah penting dalam mengubah pengunjung menjadi pelanggan atau pencipta nilai bagi bisnis Anda. Mengukur dan memahami keduanya membantu Anda mengoptimalkan situs web Anda dan strategi pemasaran Anda untuk mencapai tujuan bisnis Anda dengan lebih baik.

2.2.3 SEO Web Design.

A. Design *Web* yang SEO

Mendesain sebuah situs web yang ramah terhadap SEO (Search Engine Optimization) adalah langkah penting dalam meningkatkan visibilitas dan peringkat situs Anda di mesin pencari seperti Google. Berikut adalah beberapa prinsip desain web yang SEO-friendly:

1. Struktur Tautan yang Logis:

Desain struktur tautan situs Anda dengan cara yang logis dan hierarkis. Gunakan navigasi yang mudah dipahami oleh pengguna dan mesin pencari. Ini akan membantu mesin pencari memahami hubungan antara halaman-halaman situs Anda.

2. Penggunaan Kata Kunci yang Tepat:

Gunakan kata kunci yang relevan dalam judul, tag header (H1, H2, H3, dll.),

URL, dan konten situs Anda. Ini membantu mesin pencari mengenali topik situs Anda.

3. Teks Alt pada Gambar:

Setiap gambar harus memiliki teks alternatif (alt text) yang relevan. Ini membantu mesin pencari memahami konten gambar dan meningkatkan peringkat gambar di hasil pencarian.

4. Kecepatan Memuat Halaman:

Pastikan situs Anda memuat dengan cepat. Kecepatan memuat halaman adalah faktor penting dalam peringkat mesin pencari. Kompres gambar, minifikasi kode, dan manfaatkan teknologi caching.

5. Responsif dan Mobile-Friendly:

Desain situs Anda agar responsif dan dapat diakses dengan baik di perangkat seluler. Google memberikan peringkat yang lebih tinggi kepada situs yang responsif.

6. Struktur URL yang Bersahabat:

Buat URL yang bersih, deskriptif, dan mudah dibaca. Hindari penggunaan karakter khusus atau ID panjang yang tidak bermakna dalam URL Anda.

7. Penggunaan Markup Schema:

Pertimbangkan penggunaan markup schema (Schema.org) untuk memberikan informasi tambahan kepada mesin pencari tentang konten Anda, seperti ulasan produk, acara, atau data bisnis

8. Kualitas Konten yang Tinggi:

Konten Anda harus berkualitas tinggi, informatif, dan relevan dengan kata

kunci yang Anda targetkan. Hindari konten ganda atau tumpang tindih dan fokus pada memberikan nilai tambah kepada pengguna.

9. Penggunaan Tautan Internal:

Gunakan tautan internal untuk menghubungkan halaman-halaman situs Anda. Ini membantu mesin pencari menemukan dan mengindeks konten Anda dengan lebih baik.

10. Kesalahan 404 dan Redirect yang Dikelola dengan Baik:

Pastikan Anda memiliki halaman 404 yang dikustomisasi dan mengelola pengalihan (redirect) dengan baik untuk menghindari tautan yang rusak.

11. Aksesibilitas:

Pastikan situs Anda dapat diakses dengan mudah oleh semua orang, termasuk pengguna dengan disabilitas. Ini mencakup penggunaan tag alternatif untuk media, kontras yang tinggi, dan navigasi yang mudah dipahami.

12. XML Sitemap:

Buat sitemap XML untuk membantu mesin pencari memahami struktur situs Anda dan mengindeks halaman-halaman dengan lebih efisien.

13. Pemantauan dan Analisis:

Gunakan alat analisis web seperti Google Analytics untuk memantau kinerja situs Anda. Analisis data ini dapat membantu Anda memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan situs Anda dan membuat perubahan sesuai dengan hasil analisis.

Mendesain situs web dengan prinsip-prinsip SEO-friendly adalah langkah awal yang penting untuk meningkatkan visibilitas online Anda. Tetapi ingatlah

bahwa SEO adalah upaya berkelanjutan, dan Anda perlu terus memantau, mengukur, dan memperbaiki strategi Anda seiring berjalannya waktu untuk mencapai hasil yang lebih baik di mesin pencari.

B. Pengembangan *web* yang frindendly.

Pengembangan situs web yang friendly (ramah) bagi pengguna adalah kunci untuk memberikan pengalaman positif kepada pengunjung situs Anda. Desain web yang user-friendly membantu meningkatkan retensi pengunjung, konversi, dan kepuasan pengguna. Berikut adalah beberapa prinsip pengembangan web yang friendly:

1. Responsif dan Mobile-Friendly:

Pastikan situs web Anda responsif, yang berarti dapat diakses dengan baik di berbagai perangkat, termasuk desktop, tablet, dan ponsel. Ini penting karena semakin banyak pengguna yang mengakses internet melalui perangkat seluler.

2. Navigasi yang Intuitif:

Desain navigasi yang mudah dipahami dan intuitif. Pengunjung harus dengan cepat menemukan informasi yang mereka cari tanpa kesulitan. Gunakan menu yang jelas dan hierarkis.

3. Tampilan yang Menarik:

Desain tampilan yang menarik dengan pemakaian warna dan elemen desain yang estetik. Pastikan situs Anda mudah dilihat dan menyenangkan untuk dilihat.

4. Kecepatan Memuat Halaman:

Pastikan situs Anda memuat dengan cepat. Kecepatan memuat halaman adalah faktor penting dalam retensi pengunjung. Optimalisasi gambar dan kode

adalah cara untuk meningkatkan kecepatan situs.

5. Teks yang Mudah Dibaca:

Gunakan teks yang mudah dibaca dengan ukuran font yang cukup besar dan kontras yang memadai antara teks dan latar belakang. Hindari penggunaan font yang rumit atau ukuran font yang terlalu kecil.

6. Konten yang Relevan:

Pastikan konten situs Anda relevan dengan audiens target Anda. Sediakan informasi yang berguna dan menarik bagi pengunjung Anda. Gunakan bahasa yang mudah dimengerti.

7. Teks Alternatif untuk Gambar:

Berikan teks alternatif (alt text) untuk gambar agar dapat diakses oleh orang dengan disabilitas dan membantu mesin pencari memahami konten gambar.

8. Formulir yang Sederhana:

Jika Anda menggunakan formulir, pastikan formulirnya sederhana dan mudah diisi. Pertimbangkan untuk meminta informasi yang penting saja dan gunakan tanda keterangan yang jelas.

9. Keamanan yang Kuat:

Lindungi situs Anda dari serangan siber dengan menggunakan perangkat keamanan yang kuat, mengaktifkan sertifikat SSL (HTTPS), dan mengamankan data pengguna.

10. Ketepatan dalam Kesalahan:

Jika ada kesalahan pada situs, seperti tautan yang rusak atau halaman yang tidak ditemukan, berikan pesan kesalahan yang informatif dan panduan tentang

langkah selanjutnya.

11. Pantau Kinerja:

Gunakan alat analisis web untuk memantau kinerja situs Anda. Ini membantu Anda memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan situs Anda dan membuat perbaikan berdasarkan data yang Anda terima.

12. Uji Pengguna:

Melakukan uji pengguna (user testing) dengan pengguna sebenarnya untuk mendapatkan umpan balik tentang pengalaman mereka saat menggunakan situs Anda. Ini dapat membantu Anda mengidentifikasi masalah dan membuat perbaikan yang diperlukan.

13. Ketidakberlanjutan:

Pastikan bahwa situs Anda tetap berfungsi dengan baik dan up to date. Ini mencakup pemeliharaan rutin, pembaruan perangkat lunak, dan mengatasi masalah segera setelah mereka muncul.

Pengembangan situs web yang friendly bagi pengguna adalah upaya berkelanjutan yang mengedepankan kepuasan dan kebutuhan pengunjung situs Anda. Dengan memprioritaskan pengalaman pengguna yang baik, Anda dapat meningkatkan retensi pengunjung, konversi, dan reputasi situs Anda.

C. Membangun halaman yang kompatibel dengan mesin pencari.

Membangun halaman yang kompatibel dengan mesin pencari (Search Engine Compatible) adalah kunci untuk meningkatkan visibilitas halaman Anda di hasil pencarian mesin pencari seperti Google. Berikut adalah beberapa langkah untuk membangun halaman yang kompatibel dengan mesin pencari:

1. Penelitian Kata Kunci:

Langkah pertama adalah melakukan penelitian kata kunci untuk menentukan kata kunci yang relevan dengan topik halaman Anda. Ini akan membantu Anda memahami apa yang dicari oleh pengguna dan bagaimana Anda dapat mengoptimalkan halaman Anda untuk kata kunci tersebut.

2. Struktur Tautan yang Bersih:

Buat tautan (URL) yang bersih, deskriptif, dan mudah dibaca. Gunakan kata kunci yang relevan dalam URL jika memungkinkan. Hindari penggunaan karakter khusus atau ID panjang yang tidak bermakna dalam URL Anda.

3. Tag Judul yang Optimal:

Gunakan tag judul (title tag) yang mendeskripsikan dengan jelas konten halaman dan mencakup kata kunci yang relevan. Pastikan judul unik untuk setiap halaman.

4. Gunakan Tag Header dengan Benar:

Gunakan tag header (H1, H2, H3, dll.) secara hierarkis dan relevan dengan konten halaman. Tag H1 biasanya digunakan untuk judul utama halaman, diikuti oleh H2 untuk subjudul, dan seterusnya. Ini membantu mesin pencari memahami struktur konten Anda.

5. Konten yang Berkualitas Tinggi:

Pastikan konten halaman Anda berkualitas tinggi, informatif, dan relevan dengan kata kunci yang Anda targetkan. Gunakan kata kunci secara alami dalam konten, tetapi hindari pengulangan berlebihan.

6. Teks Alt pada Gambar:

Setiap gambar harus memiliki teks alternatif (alt text) yang relevan. Ini membantu mesin pencari memahami konten gambar dan meningkatkan peringkat gambar di hasil pencarian.

7. Internal Linking yang Relevan:

Gunakan tautan internal yang relevan untuk menghubungkan halaman-halaman situs Anda. Ini membantu mesin pencari mengindeks konten Anda dengan lebih baik dan memahami hubungan antara halaman-halaman tersebut.

8. Optimalkan Kecepatan Memuat Halaman:

Pastikan halaman Anda memuat dengan cepat. Kecepatan memuat halaman adalah faktor penting dalam peringkat mesin pencari. Kompres gambar, minifikasi kode, dan manfaatkan teknologi caching.

9. Gunakan Markup Schema (Schema.org):

Markup schema adalah kode yang dapat Anda tambahkan ke halaman Anda untuk memberikan informasi tambahan kepada mesin pencari tentang konten Anda, seperti ulasan produk, acara, atau data bisnis. Ini dapat meningkatkan tampilan hasil pencarian.

10. Optimalkan untuk Ponsel:

Pastikan halaman Anda juga dioptimalkan untuk tampil dengan baik di perangkat seluler. Google memberikan peringkat yang lebih tinggi kepada halaman yang ramah seluler.

11. Perhatikan Keamanan:

Pastikan situs Anda aman dengan menggunakan sertifikat SSL (HTTPS) untuk melindungi data pengguna. Keamanan adalah faktor penting dalam peringkat

mesin pencari.

12. Pantau dan Analisis Kinerja:

Gunakan alat analisis web seperti Google Analytics untuk memantau kinerja halaman Anda. Ini membantu Anda memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan halaman dan membuat perbaikan berdasarkan data yang Anda terima.

Dengan mengikuti prinsip-prinsip di atas, Anda dapat membangun halaman yang kompatibel dengan mesin pencari dan meningkatkan peluang halaman Anda untuk muncul di hasil pencarian. Ingatlah bahwa SEO adalah upaya berkelanjutan, jadi selalu perbarui dan perbaiki halaman Anda sesuai dengan perkembangan dan perubahan dalam algoritma mesin pencari.

D. Teknik Navigasi

Teknik navigasi yang efektif pada sebuah situs web sangat penting untuk memastikan pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi yang mereka cari dan menjelajahi halaman-halaman situs dengan lancar. Berikut adalah beberapa teknik navigasi yang dapat membantu meningkatkan pengalaman pengguna:

1. Menu Navigasi yang Jelas:

Gunakan menu navigasi utama yang jelas dan terlihat dengan baik di atas halaman situs. Menu ini sebaiknya berisi tautan ke halaman-halaman utama atau kategori penting.

2. Tautan Footer:

Sertakan tautan navigasi di bagian footer situs web Anda. Footer adalah tempat yang umumnya diakses oleh pengguna yang ingin mencari tautan-tautan

penting seperti halaman kontak, kebijakan privasi, atau tautan ke halaman utama.

3. Breadcrumb Navigation:

Gunakan breadcrumb navigation untuk menunjukkan hierarki halaman kepada pengguna. Ini membantu pengguna memahami di mana mereka berada dalam situs dan memungkinkan mereka untuk kembali ke halaman sebelumnya dengan mudah.

4. Baris Navigasi Tertutup:

Jika situs Anda memiliki banyak halaman atau kategori yang berbeda, pertimbangkan penggunaan baris navigasi tertutup (hamburger menu) pada perangkat seluler. Ini membantu menjaga tampilan mobile yang bersih sambil memberikan akses ke menu utama.

5. Pencarian Internal:

Sediakan kotak pencarian internal yang mudah ditemukan dan digunakan oleh pengguna. Ini memungkinkan pengguna untuk mencari informasi tertentu dengan cepat.

6. Halaman 404 yang Dikustomisasi:

Jika pengguna mengakses halaman yang tidak ada atau tautan yang rusak, berikan pesan kesalahan yang informatif dan tautan kembali ke halaman utama atau halaman lain yang relevan.

7. Penggunaan Teks dan Tautan yang Jelas:

Gunakan teks dan tautan yang jelas serta deskriptif. Pengguna harus dengan mudah memahami tujuan setiap tautan tanpa harus menebak.

8. Kategori dan Label yang Terorganisir:

Jika situs Anda memiliki banyak konten atau produk, kategorisasikan mereka dengan baik dan gunakan label yang terorganisir untuk tautan menu. Ini membantu pengguna menavigasi dengan lebih baik.

9. Penggunaan Ikon atau Gambar yang Relevan:

Ikon atau gambar dapat membantu pengguna mengidentifikasi kategori atau jenis tautan dengan cepat. Pastikan pengguna dapat dengan mudah mengenali makna ikon atau gambar tersebut.

10. Uji Pengguna:

Lakukan uji pengguna untuk mendapatkan umpan balik tentang kegunaan dan navigabilitas situs Anda. Ini membantu Anda mengidentifikasi masalah dan membuat perbaikan berdasarkan pengalaman pengguna sebenarnya.

11. Pertimbangkan Faktor SEO:

Saat merancang teknik navigasi, pertimbangkan juga faktor SEO seperti penggunaan kata kunci dalam teks tautan dan struktur tautan yang bersih.

12. Pantau dan Evaluasi Kinerja:

Gunakan alat analisis web untuk memantau kinerja teknik navigasi Anda. Anda dapat melihat bagaimana pengguna berinteraksi dengan tautan dan menu, serta mengidentifikasi perbaikan yang dapat dilakukan.

Teknik navigasi yang efektif membantu meningkatkan retensi pengunjung, mengurangi tingkat penolakan, dan memungkinkan pengguna menjelajahi situs Anda dengan lancar. Pastikan navigasi Anda dirancang dengan mempertimbangkan

kebutuhan pengguna dan memudahkan mereka untuk menemukan informasi yang mereka cari.

2.2.4 Pembuatan Konten.

A. Pemilihan *Style* dari pengunjung.

Pemilihan *style* (gayarupa atau tampilan) dari pengunjung situs web dapat menjadi elemen yang menarik untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Ini biasanya terkait dengan apa yang disebut sebagai "pemilihan tema" atau "mode gelap/cahaya." Pemilihan *style* ini memberikan pengguna kemampuan untuk menyesuaikan tampilan situs web sesuai dengan preferensi mereka. Berikut adalah beberapa langkah untuk memungkinkan pemilihan *style* dari pengunjung:

1. Tema Gelap/Cahaya:

Tawarkan opsi tema gelap (mode malam) dan tema cahaya (mode terang). Ini memberikan pengguna kontrol atas tampilan situs web sesuai dengan preferensi mereka. Pengguna yang lebih suka latar belakang gelap dapat beralih ke tema gelap untuk mengurangi kecerahan layar, sementara pengguna lain yang lebih suka latar belakang terang dapat tetap menggunakan tema cahaya.

2. Pilihan Font:

Berikan pilihan font kepada pengguna. Beberapa orang lebih suka font yang lebih besar atau lebih kecil, atau bahkan jenis font yang berbeda. Memungkinkan pengguna untuk mengatur ukuran dan jenis font dapat meningkatkan kenyamanan membaca.

3. Warna Teks dan Latar Belakang:

Pertimbangkan untuk memungkinkan pengguna untuk mengatur warna teks

dan latar belakang sesuai dengan preferensi mereka. Ini dapat membantu pengguna dengan gangguan penglihatan atau sensitivitas cahaya yang tinggi.

4. Lebar Konten:

Beberapa pengguna mungkin lebih suka tampilan konten yang lebih lebar atau lebih sempit. Membuat pilihan untuk mengatur lebar konten dapat membantu pengguna menyesuaikan tampilan sesuai dengan layar mereka.

5. Kontras Warna:

Memungkinkan pengguna untuk mengatur kontras warna antara teks dan latar belakang juga dapat meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan pengguna.

6. Simpan Preferensi:

Pastikan untuk menyediakan opsi untuk menyimpan preferensi pengguna, sehingga mereka tidak perlu mengatur ulang tampilan setiap kali mereka mengunjungi situs Anda.

7. Uji Pengguna:

Sebelum menerapkan fitur pemilihan style, lakukan uji pengguna dengan berbagai kelompok pengguna untuk memastikan bahwa pilihan ini benar-benar meningkatkan pengalaman pengguna dan tidak mengganggu navigasi atau fungsionalitas situs.

8. Sesuaikan dengan Kebutuhan Situs:

Pastikan pemilihan style sesuai dengan kebutuhan dan tujuan situs Anda. Beberapa jenis situs mungkin lebih cocok dengan pilihan style tertentu, seperti situs berita yang menawarkan tema gelap untuk membaca berita malam hari.

9. Dokumentasikan Fitur:

Sediakan dokumentasi yang jelas kepada pengguna tentang cara menggunakan dan mengatur preferensi style. Ini membantu pengguna memanfaatkan fitur ini dengan baik.

Pilihan style dari pengunjung merupakan contoh dari upaya desain yang berfokus pada pengalaman pengguna yang disesuaikan. Hal ini dapat meningkatkan retensi pengunjung dan memastikan bahwa situs Anda dapat diakses dan dinikmati oleh sebanyak mungkin orang, termasuk mereka yang memiliki preferensi tampilan yang berbeda.

B. Membangun kedalaman dan panjang konten.

Membangun kedalaman dan panjang konten adalah strategi penting dalam upaya SEO (Search Engine Optimization) dan dalam memberikan nilai tambah kepada pengunjung situs web Anda. Konten yang lebih mendalam dan panjang cenderung lebih informatif dan dapat meningkatkan peringkat Anda di mesin pencari. Berikut adalah beberapa tips untuk membangun konten yang memiliki kedalaman dan panjang:

1. Lakukan Riset Kata Kunci:

Sebelum Anda mulai menulis, lakukan riset kata kunci untuk mengidentifikasi kata kunci yang relevan dengan topik Anda. Ini akan membantu Anda memahami apa yang dicari oleh pengguna dan mengarahkan isi konten Anda.

2. Tentukan Tujuan Konten:

Tentukan tujuan konten Anda. Apakah Anda ingin memberikan informasi mendalam tentang suatu topik, menjelaskan suatu konsep, atau memberikan

panduan langkah demi langkah? Tujuan yang jelas akan membantu Anda mengarahkan konten Anda.

3. Struktur yang Jelas:

Gunakan struktur yang jelas untuk konten Anda. Gunakan paragraf, subjudul (H2, H3, dll.), dan poin-poin bullet untuk memecah teks menjadi bagian yang lebih mudah dipahami. Ini membantu pembaca menemukan informasi dengan cepat.

4. Beri Nilai Tambahan:

Pastikan konten Anda memberikan nilai tambah kepada pembaca. Tawarkan wawasan mendalam, jawaban atas pertanyaan umum, atau solusi bagi masalah yang relevan dengan topik Anda.

5. Gunakan Sumber Daya Eksternal:

Jika perlu, tambahkan sumber daya eksternal seperti grafik, tabel, kutipan, atau tautan ke sumber lain yang mendukung informasi Anda. Ini memperkaya konten Anda.

6. Teliti dan Referensial:

Pastikan informasi yang Anda bagikan akurat dan dapat dipercaya. Jika Anda mengutip data atau informasi dari sumber lain, berikan referensi yang jelas.

7. Tambahkan Ilustrasi Visual:

Selain teks, pertimbangkan untuk menyertakan ilustrasi visual seperti gambar, diagram, atau infografis. Ini dapat membantu pembaca memahami konsep dengan lebih baik.

8. Tulis dengan Bahasa yang Mudah Dimengerti:

Hindari jargon yang rumit dan gunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh audiens Anda. Ini akan membuat konten lebih accessible.

9. Buat Konten Terkait :

Berikan tautan internal ke konten terkait di situs Anda. Ini membantu pembaca menemukan informasi tambahan dan meningkatkan tingkat keterlibatan.

10. Gunakan Media Tambahan:

Selain teks, pertimbangkan untuk menyertakan media tambahan seperti video, podcast, atau grafik animasi jika sesuai dengan topik Anda.

11. Menggunakan Studi Kasus atau Contoh:

Menyertakan studi kasus nyata atau contoh konkret dapat membantu membuktikan atau menjelaskan konsep yang Anda bahas.

12. Menggunakan Analogi atau Metafora:

Menggunakan analogi atau metafora dapat membuat konsep yang kompleks menjadi lebih mudah dimengerti.

13. Optimasi untuk SEO:

Pastikan konten Anda dioptimalkan untuk mesin pencari dengan menggunakan kata kunci secara alami, judul yang relevan, dan tautan internal yang tepat.

10. Pemantauan Kinerja:

Setelah konten Anda dipublikasikan, gunakan alat analisis web untuk memantau kinerja dan interaksi pembaca. Ini dapat membantu Anda mengevaluasi efektivitas konten Anda dan membuat perbaikan jika diperlukan.

11. Responsif terhadap Pertanyaan Pengunjung:

Jika Anda memiliki fitur komentar atau formulir kontak, responsif terhadap pertanyaan atau komentar dari pengunjung. Ini dapat memperkaya konten Anda dan meningkatkan interaksi dengan audiens.

Membangun konten yang mendalam dan panjang memerlukan penelitian, perencanaan, dan komitmen untuk memberikan informasi yang bermanfaat kepada pembaca. Konten seperti ini cenderung lebih berharga dalam hal SEO dan dalam membangun hubungan dengan pengunjung Anda.

C. Penambahan *keyword* di spesifik konten

Penambahan kata kunci (*keyword*) yang relevan di dalam konten Anda adalah strategi SEO yang penting untuk meningkatkan visibilitas halaman Anda di hasil pencarian mesin pencari. Namun, penting untuk menggunakan kata kunci dengan bijak dan alami agar tidak terlihat seperti spam. Berikut adalah panduan tentang cara menambahkan kata kunci di dalam konten secara efektif:

1. Riset Kata Kunci:

Sebelum menambahkan kata kunci, lakukan riset kata kunci terlebih dahulu untuk mengidentifikasi kata kunci yang relevan dengan topik konten Anda dan yang memiliki volume pencarian yang baik. Gunakan alat riset kata kunci seperti Google Keyword Planner atau SEMrush.

2. Prioritaskan Kata Kunci Utama:

Identifikasi satu atau beberapa kata kunci utama yang paling relevan dengan konten Anda. Ini adalah kata kunci yang ingin Anda peringkat dengan baik di hasil pencarian.

3. Gunakan Kata Kunci dalam Judul:

Sertakan kata kunci utama dalam judul konten Anda. Judul adalah salah satu elemen yang paling penting untuk optimasi SEO.

4. Gunakan Kata Kunci dalam Konten:

Masukkan kata kunci utama dan kata kunci terkait dalam konten Anda dengan alami. Pastikan kata kunci terlihat relevan dan tidak mengganggu alur tulisan Anda. Gunakan kata kunci di berbagai bagian konten, seperti dalam paragraf pembuka, subjudul, dan paragraf utama.

5. Tautan Internal yang Relevan:

Buat tautan internal ke halaman-halaman lain di situs Anda yang relevan dengan kata kunci yang Anda targetkan. Ini membantu dalam navigasi pengguna dan membantu mesin pencari memahami struktur situs Anda.

6. Tulis Konten yang Informatif

Fokuslah pada pembuatan konten yang memberikan nilai tambah kepada pembaca. Ketika Anda memberikan informasi yang berkualitas tinggi dan relevan, kata kunci akan secara alami terintegrasi ke dalam teks.

7. Variasi Kata Kunci

Selain kata kunci utama, gunakan variasi kata kunci yang relevan. Ini bisa mencakup sinonim, bentuk jamak, atau pertanyaan yang sering diajukan oleh pengguna.

8. Penggunaan Teks Alt pada Gambar

Jika Anda memiliki gambar dalam konten Anda, tambahkan teks alternatif (alt text) yang relevan dengan kata kunci yang Anda targetkan. Ini membantu meningkatkan peringkat gambar di hasil pencarian.

9. Menghindari Pengulangan Berlebihan

Hindari pengulangan berlebihan kata kunci di seluruh konten. Pengulangan kata kunci yang berlebihan dapat mengurangi kualitas konten Anda dan terlihat seperti spam.

10. Membaca Ulang dan Koreksi

Setelah menambahkan kata kunci, baca ulang konten Anda untuk memastikan bahwa mereka terintegrasi secara alami dan tidak mengganggu pembacaan. Koreksi kesalahan tata bahasa dan ejaan.

11. Pantau Kinerja

Gunakan alat analisis web untuk memantau kinerja konten Anda setelah publikasi. Ini memungkinkan Anda melihat apakah kata kunci Anda efektif dalam meningkatkan peringkat Anda di mesin pencari.

Selalu ingat bahwa konten harus ditulis untuk manusia terlebih dahulu, bukan hanya untuk mesin pencari. Mesin pencari semakin canggih dalam mengenali konten yang bermanfaat dan relevan. Dengan memberikan informasi yang berharga kepada pembaca Anda, Anda akan meningkatkan peluang untuk mencapai peringkat yang lebih tinggi di hasil pencarian.

2.2.5 Link

A. Pemasangan Internal link.

Pemasangan tautan internal (internal linking) adalah teknik SEO yang

melibatkan penempatan tautan dalam konten Anda yang mengarah ke halaman-halaman lain di situs web Anda. Tautan internal berperan penting dalam meningkatkan SEO, meningkatkan retensi pengunjung, dan memudahkan navigasi pengguna. Berikut adalah beberapa panduan untuk pemasangan tautan internal yang efektif:

1. Relevansi Konten

Pastikan bahwa tautan internal yang Anda tambahkan relevan dengan konten saat ini. Jangan hanya menambahkan tautan untuk tujuan SEO; mereka harus memberikan nilai tambah kepada pembaca.

2. Gunakan Anchor Text yang Deskriptif

Anchor text (teks yang dijadikan tautan) harus deskriptif dan menggambarkan secara jelas halaman yang akan dihubungkan. Hindari anchor text yang generik seperti "klik di sini" dan gunakan kata kunci atau deskripsi yang sesuai.

3. Prioritaskan Tautan yang Terkait

Prioritaskan tautan internal ke halaman-halaman yang paling relevan dan penting. Ini dapat membantu pengunjung menemukan informasi yang mereka cari dengan lebih cepat.

4. Struktur Hierarki

Gunakan tautan internal untuk membangun struktur hierarki pada situs Anda. Ini berarti menggunakan tag header (H1, H2, H3, dll.) secara hierarkis dan menautkan antara halaman-halaman dengan tingkat relevansi yang sesuai.

5. Tautkan ke Halaman Penting

Pastikan untuk menautkan ke halaman-halaman yang penting dan sering dikunjungi di situs Anda, seperti halaman beranda, halaman kategori, dan halaman kontak.

6. Berkas Terkait

Jika Anda memiliki berkas terkait, seperti dokumen PDF atau video, gunakan tautan internal untuk mengarahkan pengunjung ke berkas tersebut. Ini bisa menjadi sumber informasi tambahan yang berguna.

7. Pantau dan Perbarui

Secara berkala, pantau tautan internal Anda dan pastikan bahwa mereka masih berfungsi dengan baik. Jika Anda merombak situs atau menghapus halaman, pastikan tautan internal yang terkait diperbarui atau dihapus jika tidak lagi relevan.

8. Pilih Kualitas daripada Kuantitas

Lebih baik memiliki beberapa tautan internal berkualitas tinggi daripada banyak tautan yang tidak relevan. Jangan berlebihan dalam menambahkan tautan internal.

9. Pengalaman Pengguna

Selalu pertimbangkan pengalaman pengguna saat menambahkan tautan internal. Tautan tidak boleh mengganggu pembacaan atau navigasi pengguna. Mereka harus berfungsi sebagai panduan yang berguna.

10. Analisis Kinerja

Gunakan alat analisis web untuk memantau kinerja tautan internal Anda. Ini membantu Anda memahami bagaimana pengunjung berinteraksi dengan tautan

tersebut dan memungkinkan Anda untuk membuat perbaikan jika diperlukan.

11. Tautan ke Halaman Terkait

Saat Anda menulis tentang topik tertentu, jangan ragu untuk menautkan ke halaman-halaman terkait yang mungkin menarik bagi pembaca. Ini dapat memperpanjang waktu tinggal pengunjung di situs Anda.

Tautan internal yang bijaksana dapat meningkatkan navigabilitas situs Anda, membantu mesin pencari memahami struktur situs Anda, dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Ini adalah salah satu aspek penting dari strategi SEO yang harus dipertimbangkan ketika Anda merencanakan dan mengoptimalkan situs web Anda.

B. Pemeriksaan eksternal link.

Pemeriksaan eksternal link adalah proses memeriksa dan memverifikasi tautan atau hyperlink yang mengarah ke halaman web atau sumber daya eksternal lainnya dari situs web atau dokumen. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa tautan tersebut masih berfungsi dengan benar dan mengarahkan pengguna ke halaman yang relevan. Ini penting untuk memastikan pengalaman pengguna yang baik, menjaga kualitas konten, dan memastikan bahwa tidak ada tautan yang mati atau menuju ke situs yang tidak aman. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat Anda ikuti untuk melakukan pemeriksaan eksternal link:

1. Identifikasi Link Eksternal:

Identifikasi tautan eksternal di dalam konten Anda. Ini bisa menjadi tautan ke situs web lain, sumber daya eksternal seperti PDF atau dokumen lainnya, atau tautan ke media sosial.

2. Klik dan Periksa Manual:

Secara manual klik setiap tautan dan periksa apakah mereka mengarahkan ke halaman yang tepat dan relevan. Pastikan tidak ada pesan kesalahan seperti "404 Not Found" atau "Page Not Available."

3. Gunakan Alat Pemeriksa Link:

Anda dapat menggunakan alat otomatis seperti "Broken Link Checker" atau "Online Link Checker" yang dapat membantu Anda mendeteksi tautan yang mati atau rusak di seluruh situs web Anda.

4. Pantau Perubahan:

Periksa tautan eksternal secara berkala, karena tautan eksternal dapat berubah atau situs yang Anda tautkan mungkin telah menghapus konten yang terkait.

5. Verifikasi Keamanan:

Pastikan bahwa tautan eksternal tidak mengarahkan pengguna ke situs yang berbahaya atau mengandung malware. Anda dapat menggunakan alat keamanan web untuk memeriksa situs web yang terhubung dari tautan eksternal.

6. Perbarui Tautan Mati:

Jika Anda menemukan tautan yang mati atau tidak relevan, perbarui atau hapus tautan tersebut. Ini dapat membantu meningkatkan pengalaman pengguna dan juga mendukung SEO situs Anda.

7. Buat Tautan Terbuka di Tab Baru (Opsional):

Jika tautan eksternal membuka halaman baru, pertimbangkan untuk mengatur agar tautan tersebut terbuka di tab atau jendela browser baru. Ini akan

memungkinkan pengguna untuk tetap berada di situs Anda.

Pemeriksaan eksternal link secara berkala adalah bagian penting dari pemeliharaan situs web yang baik. Ini membantu memastikan bahwa situs Anda tetap relevan, aman, dan memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna Anda.

C. Koneksi dengan sosial media

Koneksi dengan media sosial adalah langkah penting dalam membangun kehadiran online Anda dan mengintegrasikan situs web atau bisnis Anda dengan platform media sosial populer seperti Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, dan lainnya. Ini memungkinkan Anda untuk berinteraksi dengan audiens Anda, mempromosikan konten Anda, dan memperluas jangkauan Anda. Berikut adalah beberapa langkah untuk menghubungkan situs web Anda dengan media sosial:

1. Tambahkan Tombol Media Sosial:

Pasang tombol media sosial di situs web Anda. Ini bisa berupa ikon tautan yang mengarah ke profil Anda di berbagai platform media sosial. Tombol-tombol ini biasanya ditempatkan di header, footer, atau halaman kontak situs web Anda.

2. Integrasikan Feed Media Sosial:

Anda dapat memasukkan feed atau umpan media sosial langsung di situs web Anda. Misalnya, Anda dapat menampilkan unggahan terbaru dari akun Twitter atau Instagram Anda di sidebar situs web. Ini memberikan konten yang segar kepada pengunjung situs Anda.

3. Berbagi Tombol:

Pasang tombol "Berbagi" di bawah konten atau posting blog Anda. Ini memungkinkan pengunjung untuk dengan mudah berbagi konten Anda di media sosial mereka. Ini dapat meningkatkan eksposur dan lalu lintas situs web Anda.

4. Otomatisasi Posting:

Gunakan alat otomatisasi media sosial seperti Buffer atau Hootsuite untuk mengatur jadwal posting otomatis ke berbagai platform media sosial. Ini memungkinkan Anda menjaga konsistensi posting dan menghemat waktu.

5. Tautan Kembali ke Situs Web Anda:

Pastikan bahwa profil media sosial Anda memiliki tautan kembali (backlink) yang mengarah ke situs web Anda. Ini membantu dalam SEO dan memungkinkan pengguna media sosial untuk dengan mudah mencari tahu lebih lanjut tentang bisnis atau situs Anda.

6. Aktif di Media Sosial:

Jangan hanya terbatas pada menghubungkan situs web Anda ke media sosial. Aktif di platform tersebut dengan berbagi konten yang relevan, berinteraksi dengan pengikut Anda, dan menjawab komentar atau pesan.

7. Pantau dan Analisis:

Gunakan alat analisis media sosial untuk melacak kinerja kampanye Anda dan memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan konten Anda. Ini akan membantu Anda menyesuaikan strategi Anda seiring waktu.

8. Promosikan Konten dan Produk:

Gunakan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produk, layanan,

dan konten Anda. Anda dapat membuat iklan berbayar atau mengandalkan konten organik.

Koneksi dengan media sosial adalah salah satu cara terbaik untuk memperluas jangkauan Anda, meningkatkan lalu lintas situs web, dan berinteraksi dengan audiens Anda. Penting untuk menjaga konsistensi antara pesan dan citra merek Anda di situs web dan platform media sosial Anda.

2.2.6 Analisa Hasil.

A. Pengukuran sukses.

Pengukuran kesuksesan adalah proses penting dalam mengevaluasi sejauh mana tujuan dan target yang telah ditetapkan telah tercapai. Ini memungkinkan Anda untuk memahami sejauh mana upaya Anda berhasil dan mengidentifikasi area di mana Anda mungkin perlu melakukan perbaikan. Di berbagai konteks, seperti bisnis, proyek, atau kampanye pemasaran, pengukuran kesuksesan dapat berbeda-beda. Berikut adalah langkah-langkah umum dalam melakukan pengukuran kesuksesan:

1. Definisikan Tujuan dan Target:

Langkah pertama adalah memahami dengan jelas apa yang ingin Anda capai. Definisikan tujuan dan target yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu (SMART).

2. Pilih Metrik yang Sesuai:

Identifikasi metrik atau parameter yang akan digunakan untuk mengukur kesuksesan Anda. Metrik ini harus relevan dengan tujuan Anda. Contoh metrik meliputi pendapatan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, lalu lintas situs web,

konversi, tingkat kepuasan pelanggan, atau sejumlah metrik lainnya sesuai konteks.

3. Kumpulkan Data:

Mulailah mengumpulkan data yang diperlukan untuk mengukur metrik-metrik tersebut. Ini bisa melibatkan pengumpulan data internal, survei pelanggan, analisis situs web, atau data eksternal yang relevan.

4. Analisis Data:

Setelah data terkumpul, analisis data dengan cermat. Identifikasi tren, pola, atau perubahan yang signifikan. Apakah Anda mencapai target yang telah Anda tetapkan? Apakah ada perbedaan antara kinerja aktual dan yang diharapkan?

5. Evaluasi Kesuksesan:

Evaluasi kesuksesan Anda berdasarkan analisis data. Bandingkan kinerja aktual dengan tujuan yang telah ditetapkan. Apakah Anda mencapai tujuan tersebut? Apakah Anda berada di jalur yang benar untuk mencapainya?

6. Identifikasi Faktor Penyebab:

Jika Anda mencapai kesuksesan, identifikasi faktor-faktor yang berkontribusi. Jika Anda tidak mencapai kesuksesan, coba identifikasi penyebabnya. Ini bisa melibatkan analisis keputusan yang diambil, strategi yang digunakan, atau perubahan lingkungan.

7. Perbaikan dan Peningkatan:

Jika Anda belum mencapai kesuksesan atau ingin meningkatkan kinerja Anda, pertimbangkan tindakan perbaikan. Apakah ada aspek-aspek tertentu yang perlu ditingkatkan? Apakah Anda perlu merubah strategi atau taktik Anda?

8. Monitor dan Evaluasi Berkelanjutan:

Kesuksesan tidak selalu bersifat statis. Teruslah memantau metrik dan evaluasi kesuksesan Anda secara berkala. Ini akan membantu Anda beradaptasi dengan perubahan dan memastikan bahwa Anda tetap mencapai tujuan Anda.

Penting untuk diingat bahwa pengukuran kesuksesan dapat bervariasi tergantung pada tujuan dan konteksnya. Selalu terbuka terhadap pembelajaran dari data dan siap untuk melakukan perubahan jika diperlukan untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar.

B. Identifikasi tracking.

Identifikasi pelacakan adalah langkah penting dalam mengumpulkan data dan menganalisis aktivitas atau perilaku di berbagai konteks, seperti situs web, aplikasi, atau kampanye pemasaran. Ini memungkinkan Anda untuk memahami bagaimana orang berinteraksi dengan konten atau layanan Anda, sehingga Anda dapat mengambil keputusan yang lebih baik berdasarkan data yang ditemukan. Berikut adalah langkah-langkah untuk mengidentifikasi pelacakan:

a) Definisikan Tujuan Pelacakan:

Pertama-tama, tentukan tujuan Anda untuk pelacakan. Apa yang ingin Anda ketahui atau pelajari dari data yang akan Anda kumpulkan? Misalnya, apakah Anda ingin melacak lalu lintas situs web, konversi penjualan, atau perilaku pengguna dalam aplikasi mobile?

b) Pilih Metode Pelacakan yang Sesuai:

Pilih metode atau alat pelacakan yang sesuai dengan tujuan Anda. Berikut beberapa contoh metode pelacakan yang umum digunakan:

c) Google Analytics:

Alat ini digunakan untuk melacak lalu lintas dan perilaku pengguna di situs web Anda. Anda dapat melihat data seperti jumlah pengunjung, halaman yang paling sering dikunjungi, dan tingkat konversi.

d) Tag UTM:

Ini adalah kode yang ditempatkan di tautan Anda untuk melacak asal lalu lintas. Anda dapat menentukan sumber, medium, kampanye, dan parameter lainnya untuk melihat bagaimana pengguna mencapai situs web Anda.

e) Pixel Pelacakan:

Penggunaan pixel pelacakan pada situs web atau dalam iklan digital dapat membantu Anda melacak perilaku pengguna, seperti tindakan konversi atau pengejaran pengunjung dengan iklan retargeting.

f) Pemantauan Aplikasi:

Jika Anda memiliki aplikasi mobile, Anda dapat menggunakan alat pelacakan yang dirancang khusus untuk melacak aktivitas pengguna dalam aplikasi, seperti penggunaan fitur, tindakan, dan tingkat retensi.

3. Implementasikan Pelacakan:

Setelah Anda memilih metode pelacakan, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikannya. Ini mungkin melibatkan menambahkan kode pelacakan ke situs web atau aplikasi Anda, mengonfigurasi alat analisis, atau membuat kampanye dengan tautan UTM yang dipelajari.

4. Pantau Data:

Setelah pelacakan diaktifkan, mulailah memantau data yang dikumpulkan. Periksa apakah data sesuai dengan tujuan Anda dan apakah ada masalah dengan pelacakan.

5. Analisis Data:

Ketika Anda telah mengumpulkan data, analisis data dengan cermat. Identifikasi tren, pola, atau informasi berharga yang dapat membantu Anda membuat keputusan yang lebih baik.

6. Ambil Tindakan:

Berdasarkan analisis data, ambil tindakan yang sesuai. Jika Anda menemukan peluang untuk meningkatkan kinerja, lakukan perubahan yang diperlukan. Jika ada masalah, coba temukan solusi.

7. Perbaiki Berkelanjutan:

Proses identifikasi dan pelacakan tidak selesai begitu saja. Teruslah memantau dan mengidentifikasi area untuk perbaikan berkelanjutan. Laju perubahan dalam lingkungan digital dapat memerlukan penyesuaian terus-menerus.

8. Pelajari dari Hasil:

Terakhir, pelajari dari hasil pelacakan Anda. Gunakan data untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik di masa depan, dan terus kembangkan pemahaman Anda tentang perilaku pengguna atau kinerja proyek Anda.

Identifikasi pelacakan adalah alat yang kuat untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi di berbagai bidang, termasuk bisnis, pemasaran, dan pengembangan

produk. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pengguna berinteraksi dengan apa yang Anda tawarkan, Anda dapat mengambil tindakan yang lebih tepat waktu dan relevan.

C. Key performance indicator.

Key Performance Indicators (KPIs), atau Indikator Kinerja Utama dalam bahasa Indonesia, adalah metrik atau parameter yang digunakan untuk mengukur kesuksesan atau kinerja dalam mencapai tujuan tertentu. KPIs adalah alat penting dalam pengukuran dan evaluasi dalam berbagai konteks, seperti bisnis, pemasaran, manajemen proyek, dan lainnya. Setiap organisasi atau proyek dapat memiliki KPIs yang berbeda tergantung pada tujuan dan strateginya. Berikut adalah beberapa contoh umum dari KPIs:

1. Penjualan Bersih:

KPI ini mengukur pendapatan yang tersisa setelah mengurangi biaya produksi dan biaya lainnya. Ini adalah metrik penting dalam bisnis untuk menilai profitabilitas.

2. Tingkat Konversi:

Ini mengukur persentase pengunjung situs web atau prospek yang berubah menjadi pelanggan atau melakukan tindakan yang diinginkan, seperti mengisi formulir atau mengunduh produk.

3. Loyalitas Pelanggan:

KPI ini melacak tingkat retensi pelanggan, seberapa lama mereka tetap menjadi pelanggan, dan apakah mereka melakukan pembelian berulang.

4. Tingkat Kepuasan Pelanggan:

Ini adalah metrik yang mengukur sejauh mana pelanggan puas dengan produk atau layanan Anda. Ini sering diukur melalui survei atau umpan balik pelanggan.

5. Tingkat Cacat Produk:

KPI ini mengukur jumlah atau persentase produk cacat atau pengembalian produk oleh pelanggan. Ini berhubungan dengan kualitas produk atau layanan Anda.

6. Tingkat Retensi Karyawan:

Ini mengukur berapa lama karyawan tetap bekerja dalam organisasi Anda. Tingkat retensi yang rendah dapat mengindikasikan masalah budaya perusahaan atau manajemen.

7. Biaya Akuisisi Pelanggan:

Ini adalah biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Ini adalah KPI penting dalam mengukur efisiensi upaya pemasaran.

8. Lalu Lintas Situs Web dan Tingkat Konversi:

Anda dapat mengukur berapa banyak pengunjung yang datang ke situs web Anda dan berapa banyak dari mereka yang melakukan tindakan seperti pembelian atau berlangganan newsletter.

9. Rentabilitas Investasi (Return on Investment, ROI):

Ini mengukur seberapa efektif investasi tertentu, seperti kampanye pemasaran atau proyek, dalam menghasilkan keuntungan.

10. Peningkatan Pangsa Pasar:

Jika tujuan Anda adalah untuk memperluas pangsa pasar, KPI ini mengukur peningkatan pangsa pasar dalam persentase.

11. Waktu Penyelesaian Proyek:

Dalam manajemen proyek, ini mengukur seberapa cepat proyek dapat diselesaikan. Ini penting untuk mengukur efisiensi waktu.

12. KPI Keberlanjutan:

KPI yang terkait dengan praktik berkelanjutan, seperti pengurangan emisi karbon atau penggunaan sumber daya terbarukan.

13. KPI Keamanan:

Dalam industri seperti produksi atau konstruksi, KPI keamanan dapat mengukur jumlah kecelakaan atau insiden yang terjadi di tempat kerja.

Pemilihan KPI yang tepat sangat tergantung pada tujuan Anda dan sektor bisnis Anda. KPIs harus spesifik, terukur, relevan dengan tujuan Anda, dapat dicapai, dan memiliki batas waktu. Selain itu, KPIs perlu dipantau secara berkala untuk memastikan Anda tetap berada di jalur yang benar menuju pencapaian tujuan Anda.

D. Analisa log file

Analisis log file adalah proses pemeriksaan dan penguraian data yang tercatat dalam log file atau catatan kegiatan (log) yang dibuat oleh sistem komputer, aplikasi, server web, atau perangkat lainnya. Analisis log file penting dalam banyak konteks, termasuk keamanan jaringan, pemantauan kinerja sistem, pemecahan masalah, dan peningkatan efisiensi. Berikut adalah langkah-langkah umum dalam

melakukan analisis log file:

1. Pengumpulan Log File:

Pertama, pastikan Anda memiliki akses ke log file yang relevan. Log file ini mungkin berisi catatan tentang kejadian sistem, aktivitas pengguna, permintaan HTTP, atau informasi lainnya tergantung pada sumber log.

2. Pemahaman Format Log File:

Setiap log file mungkin memiliki format yang berbeda, seperti teks biasa, CSV, JSON, atau format lainnya. Pahami struktur dan format log file untuk memudahkan analisis.

3. Filtrasi dan Pemfilteran Data:

Log file seringkali berisi banyak entri yang tidak relevan atau berlebihan. Gunakan alat atau skrip pemfilteran untuk menyaring data dan memusatkan perhatian pada informasi yang penting. Anda dapat memfilter berdasarkan tanggal, jenis kejadian, atau parameter lainnya.

4. Ekstraksi Informasi Kunci:

Identifikasi informasi kunci dalam log file yang ingin Anda analisis. Ini bisa berupa alamat IP, timestamp, jenis kejadian, atau data lainnya yang relevan dengan tujuan analisis Anda.

5. Normalisasi Data:

Jika log file berasal dari sumber yang berbeda atau dalam format yang berbeda, normalisasikan data ke format yang konsisten agar memudahkan analisis lintas log.

6. Analisis Pola dan Tren:

Gunakan perangkat lunak analisis log atau bahasa pemrograman seperti Python atau R untuk menganalisis pola dan tren dalam data. Ini bisa melibatkan pemodelan statistik, visualisasi data, dan pencarian anomali.

7. Identifikasi Kejadian Penting:

Temukan kejadian atau pola yang penting atau mencurigakan dalam log file. Ini bisa mencakup serangan keamanan, masalah kinerja, atau perilaku pengguna yang tidak biasa.

8. Pemecahan Masalah:

Jika Anda melakukan analisis log file untuk pemecahan masalah, gunakan informasi yang ditemukan untuk mengidentifikasi akar masalah dan mengambil tindakan perbaikan.

9. Keamanan Jaringan:

Dalam konteks keamanan jaringan, analisis log file dapat digunakan untuk mendeteksi serangan siber atau aktivitas mencurigakan. Ini termasuk mengidentifikasi pola serangan seperti brute force, pemindaian port, atau tindakan yang tidak sah.

10. Pemantauan Kinerja:

Dalam pemantauan kinerja sistem, analisis log file membantu Anda mengidentifikasi masalah kinerja, bottleneck, atau penggunaan sumber daya yang tidak efisien.

11. Pelaporan:

Hasil analisis log file seringkali perlu dilaporkan kepada pihak yang

berkepentingan. Buat laporan yang jelas dan informatif yang merangkum temuan Anda.

12. Perbaikan dan Peningkatan:

Jika Anda menemukan masalah atau potensi perbaikan, ambil tindakan yang sesuai untuk memperbaiki situasi atau meningkatkan proses.

Analisis log file adalah alat yang sangat berharga dalam pemantauan, keamanan, dan pemecahan masalah sistem komputer. Penting untuk memahami konteks log file Anda dan menggunakan alat analisis yang sesuai untuk mencapai tujuan analisis Anda.

2.3 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian yang sudah dilakukan, untuk mendukung penelitian ini:

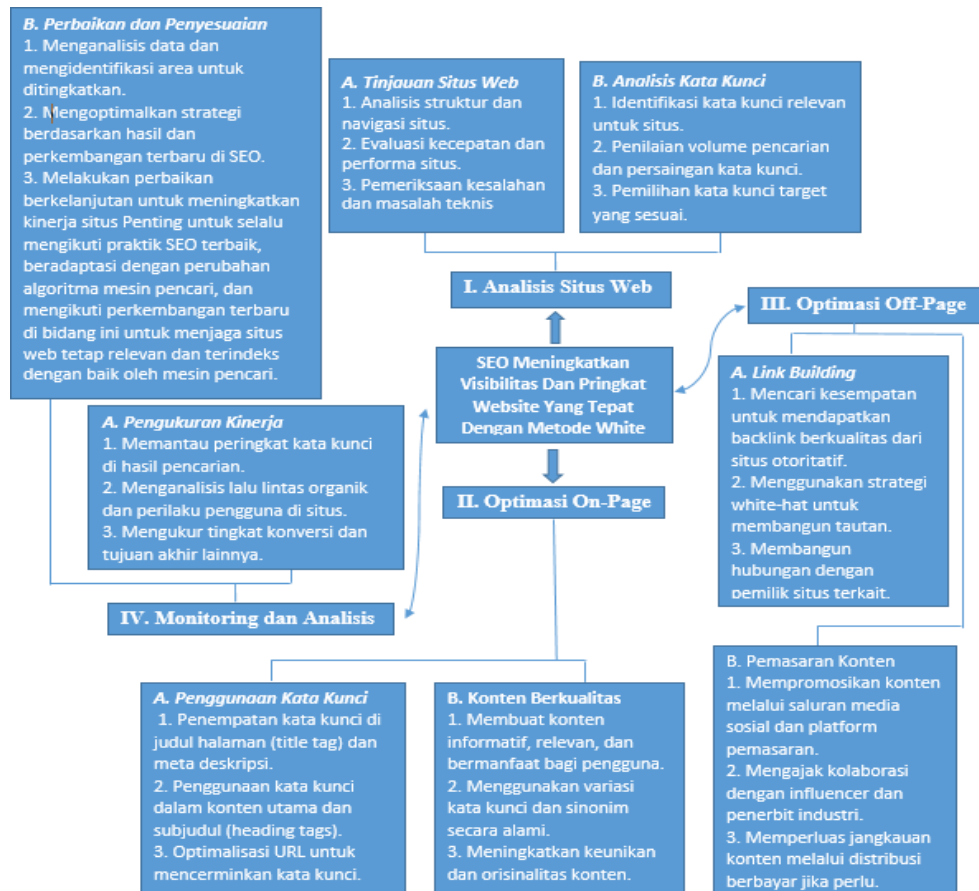
1. *Managing Search Optimization: An Introduction for Library Administrators*" adalah sebuah penelitian yang membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan pengelolaan Optimisasi Mesin Pencari yang dapat memberikan manfaat kepada administrator perpustakaan. Penelitian ini mengeksplorasi potensi manfaat dari pengoptimalan mesin pencari internet melalui situs web perpustakaan sendiri sebagai cara untuk mendorong pengguna untuk mengadopsi layanan perpustakaan digital. Selain itu, penelitian ini memberikan pandangan tentang strategi pengaturan optimisasi mesin pencari untuk memastikan kesuksesan. (Arlitsch 2013:177-188)

2. *How Keywords Influence Online Behavior*" adalah sebuah artikel yang menguraikan signifikansi kata kunci dalam bidang optimisasi mesin pencari (SEO). *Google Analytics* merupakan sumber data utama dalam upaya SEO, khususnya dalam mengidentifikasi kata kunci yang memengaruhi penandaan taksonomi dan tingkat keberhasilan situs web. Hal ini membantu dalam menarik perhatian pencari dan meningkatkan relevansi hasil pencarian. Penerapan Context Ad Serving and Analytics (CASAA) akan memungkinkan penayangan iklan yang lebih sesuai dengan taksonomi situs web. (Mickey, Bill, 2009).
3. *"Web Analytics Reveal User Behavior: TTU Libraries' Experience with Google Analytics"*. Perencanaan yang akurat dan penilaian survei untuk proyek situs web perpustakaan akademik mungkin tidak selalu memprediksi penggunaan di dunia nyata secara akurat, berapa pun volume tanggapan yang diterima. Dalam kasus seperti ini, pendekatan pembangunan multi-fase, keterlibatan kelompok fokus pustakawan, dan survei patron dilakukan sebelum pelaksanaan proyek, sehingga menghasilkan banyak manfaat yang tepat dan dampak positif. Situs web Tim Dukungan untuk Perpustakaan Universitas Teknologi Texas melakukan penilaian pasca menggunakan alat referensi yang dikembangkan secara lokal dan menggunakan Google Analytics. Pasca-penilaian ini menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara hasil yang diharapkan dan hasil sebenarnya. Meskipun alat analisis web tidak dapat memprediksi kebutuhan pengguna, alat tersebut mahir dalam

menggambarkan perilaku pengguna. Bukti yang diberikan oleh pengguna sangat berharga untuk menginformasikan keputusan yang diambil perpustakaan akademis terkait situs web mereka. Meskipun versi awal alat referensi gagal memberikan layanan yang diharapkan, analisis web memungkinkan tim untuk menyempurnakan, menyesuaikan, dan mengintegrasikan elemen alat tersebut ke area lain di situs web, sehingga menyelamatkan proyek dari penghapusan total. Perpustakaan akademis lain dan organisasi besar didorong untuk memanfaatkan analisis web dan alat analisis klik untuk menilai hasil proyek web. Data ini dapat mengungkap titik buta prediksi penggunaan, yang bahkan mungkin berasal dari dalam basis pengguna, dan memfasilitasi modifikasi proyek berdasarkan perilaku pengguna sebenarnya. (Barba, 2013: 387-400).

2.4 Kerangka Pemikiran

Dengan menerapkan kerangka berfikir SEO metode *White Hat* yang tepat, dapat membantu meningkatkan *visibilitas* dan peringkat *website* di mesin pencari secara etis dan sesuai dengan aturan yang ditetapkan.



Gambar : 2.3. Kerangka pemikiran

BAB III

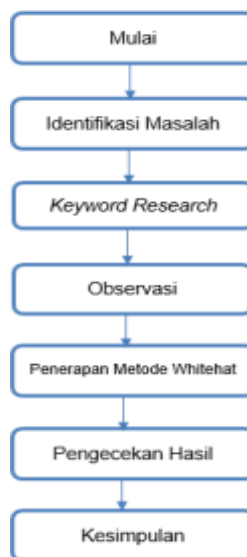
METODOLOGI PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada Perusahaan Codinglab berlokasi di Medan. Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.

3.1 Metode Penelitian

Peneliti memanfaatkan data kuantitatif dalam studi ini, yang merujuk pada data yang diperoleh langsung (data primer) melalui alat seperti *Google Analytics* dan *Google Search Console*. Analisis dilakukan dengan metode penelitian eksperimen dan observasi untuk mencapai kesimpulan.. Adapun tahapan penelitian sebagai berikut :



Gambar 3.1. Tahapan penelitian

Penelitian dimulai dengan mengidentifikasi masalah yang ada pada sebuah situs web WordPress. Identifikasi masalah berfokus pada kurangnya kunjungan situs web WordPress karena situs tersebut tidak terindeks oleh mesin pencari Google. Langkah selanjutnya adalah melakukan penelitian kata kunci, di mana kata kunci yang akan digunakan pada situs web WordPress dipilih. Tentu saja, kata kunci ini harus relevan dan mungkin dicari oleh pengguna.

Setelah itu, dilakukan tahap observasi, yang bertujuan untuk menganalisis elemen-elemen yang perlu dioptimalkan pada situs web WordPress. Hal-hal ini kemudian akan dioptimalkan sesuai dengan metode *whitehat*. Proses berlanjut dengan tahap implementasi *SEO whitehat*, yang mencakup optimisasi *SEO on-page*. Optimisasi ini mencakup pengaturan *title tag*, pemilihan kata kunci yang relevan agar situs lebih mudah ditemukan oleh mesin pencari, penyusunan deskripsi singkat halaman, penulisan konten yang orisinal dan relevan, serta penambahan *sitemap.xml*.

Terakhir, tahap pengecekan hasil mencakup presentasi dan analisis hasil dari penerapan SEO, baik sebelum penerapan *SEO on-page* maupun setelahnya, selama periode penelitian tiga bulan.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara dan dokumentasi sebagai berikut:

3.3 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan

pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Dalam hal ini, peneliti melakukan komunikasi secara langsung dengan pegawai Codinglab Digital teknologi untuk mendapatkan data primer secara lengkap dan jelas.

3.4 Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Teknik ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, menyalin, melihat serta mengevaluasi laporan serta dokumen – dokumen yang terkait dengan objek penelitian.

3.5 Observasi

Observasi SEO adalah proses pengamatan dan analisis yang dilakukan untuk memantau kinerja dan optimisasi situs *web* dalam hal mesin pencari, peringkat kata kunci, lalu lintas organik, dan metrik terkait lainnya. Tujuan dari observasi SEO adalah untuk memahami bagaimana situs web berkinerja dalam mesin pencari dan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan *visibilitas* dan lalu lintas situs.

Berikut adalah beberapa langkah penting dalam melakukan observasi SEO:

3.5.1 Analisis Kata Kunci: Identifikasi kata kunci yang relevan dengan bisnis shootinglab dan yang sering digunakan oleh pengguna dalam pencarian. Gunakan alat kata kunci seperti *Google Keyword Planner* atau *Ubersuggest* untuk mendapatkan data volume pencarian dan tingkat persaingan.

3.5.2 Peringkat Pencarian: Lacak peringkat kata kunci *website* shootinglab dalam mesin pencari untuk melihat sejauh mana posisi situs *web* shootinglab di

halaman hasil pencarian. Ini membantu *website* shootinglab memahami perubahan dalam peringkat dan menilai efektivitas strategi optimisasi pada situs web Shootinglab.

3.5.3 Analisis Lalu Lintas Organik: Gunakan alat analisis web seperti *Google Analytics* untuk melacak lalu lintas organik situs *web* Shootinglab. Perhatikan tren lalu lintas dari waktu ke waktu, identifikasi halaman yang paling banyak dikunjungi, dan cari tahu sumber trafik organik pada *website* shootinglab.

3.5.4 Penilaian Situs Web: Evaluasi situs *website* shootinglab dari segi desain, struktur, dan pengalaman pengguna. Pastikan situs *website* shootinglab responsif, mudah dinavigasi, dan memiliki konten berkualitas.

3.5.5 Analisis Backlink: Periksa profil *backlin website* shootinglab untuk memastikan bahwa *website* shootinglab mendapatkan tautan dari situs *web* yang berkualitas dan relevan. Hindari tautan dari situs spam atau berkualitas rendah, karena dapat merugikan peringkat situs *website* shoonglab.

3.5.6 Tinjau Kinerja Konten: Analisis konten pada *website* shootinglab untuk menilai kualitasnya dan sejauh mana ia memenuhi kebutuhan pengguna. Perbarui dan tingkatkan konten yang sudah ada, serta buat konten baru berdasarkan tren dan kebutuhan pengguna terkini.

3.5.7 Optimisasi *On-Page*: Pastikan tag meta, judul halaman, deskripsi, dan struktur *URL website* shootinglab dioptimalkan dengan menggunakan kata kunci yang relevan.

3.5.7 Optimisasi Kecepatan Situs: Periksa kecepatan situs pada *website* shootinglab dan pastikan bahwa situs memuat dengan cepat, terutama di perangkat

mobile.

3.5.8 Pemantauan Pesaing: Lakukan analisis pesaing untuk memahami strategi SEO yang mereka gunakan dan mencari peluang untuk meningkatkan strategi *website* shootinglab sendiri.

3.5.9 Pengukuran Kinerja: Tetapkan tujuan dan ukur kinerja situs *website* shootinglab secara berkala. Lacak kemajuan dan lakukan penyesuaian jika diperlukan.

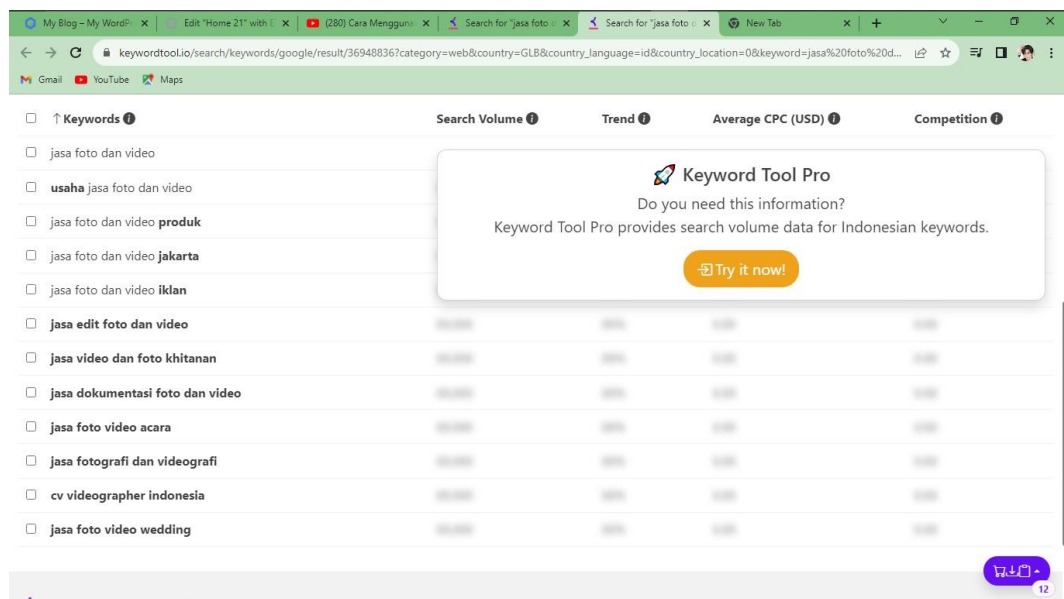
Observasi SEO adalah proses berkelanjutan karena perubahan algoritma mesin pencari dan perubahan tren dalam perilaku pengguna dapat mempengaruhi kinerja situs *website* shootinglab. Dengan mengamati secara teratur, *website* shootinglab dapat memastikan *situs web* shootinglab tetap relevan dan kompetitif di lingkungan online yang selalu berubah.

BAB IV

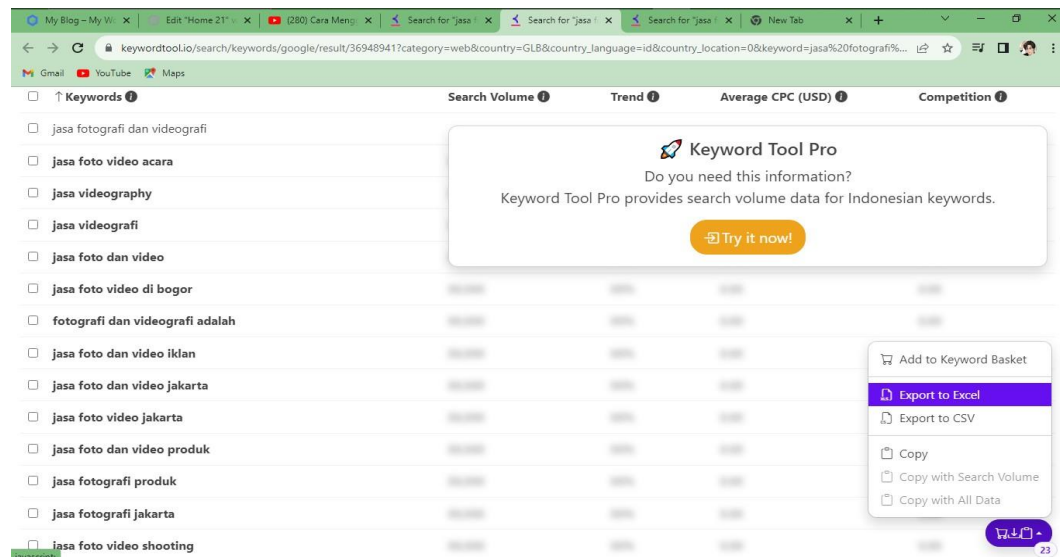
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Riset Kata Kunci

Dalam tahap ini, peneliti mencari kata kunci yang sesuai untuk diterapkan pada situs *web*. Kata kunci yang dipilih harus sesuai dengan konten situs *web*, oleh karena itu, peneliti memanfaatkan alat-alat *online* sebagai bantuan dalam penelitian ini. Salah satu alat yang digunakan adalah keywordtool.io, yang berguna untuk menemukan kata kunci yang paling umum digunakan oleh pengguna internet.



Gambar 4.1 Riset Keyword Menggunakan Tools keywordtool.io

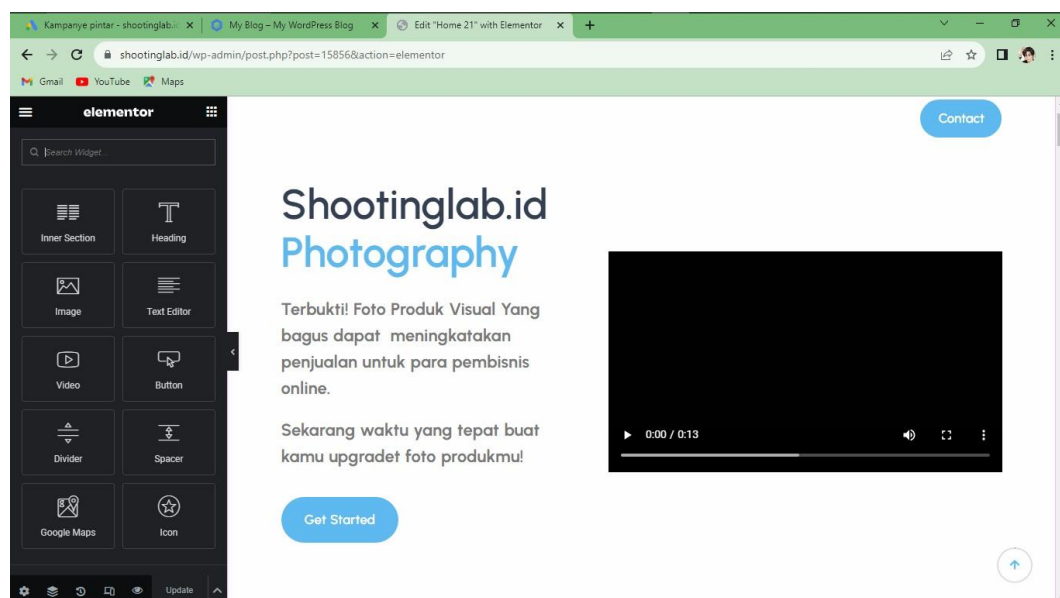


Gambar 4.2. Reset Keyword Menggunakan Tools keywordtool.io

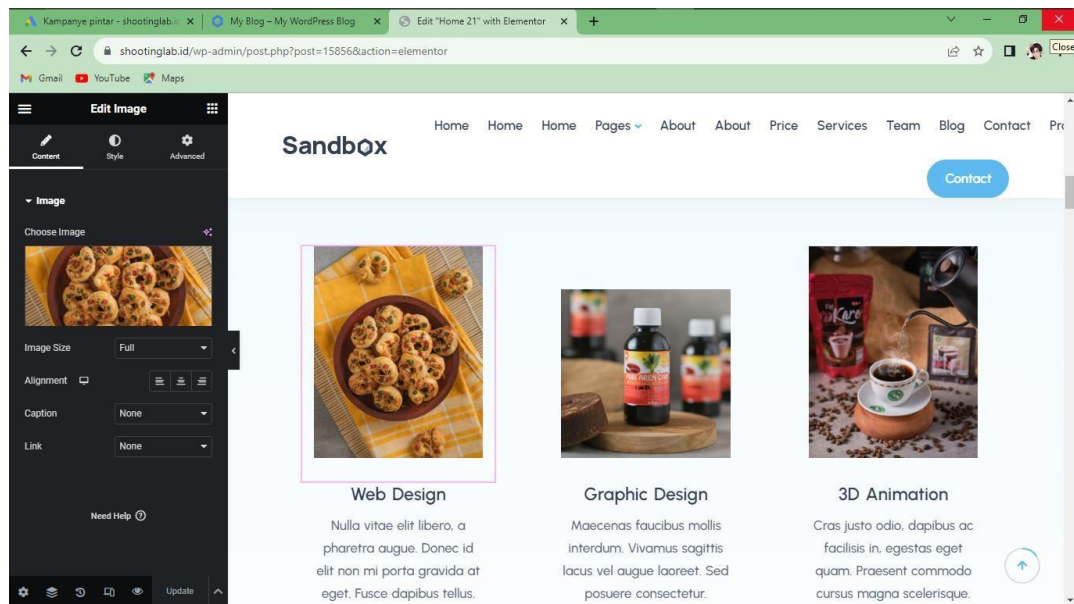
4.2 Perancangan Awal

4.2.1 Membangun Website

Setelah mendapati hasil penelusuran dan tingkat persaingan kata kunci yang ditargetkan, tahapan selanjutnya adalah membangun *website* menggunakan wordpress dengan *domain* dan *hosting* yang telah di sediakan.



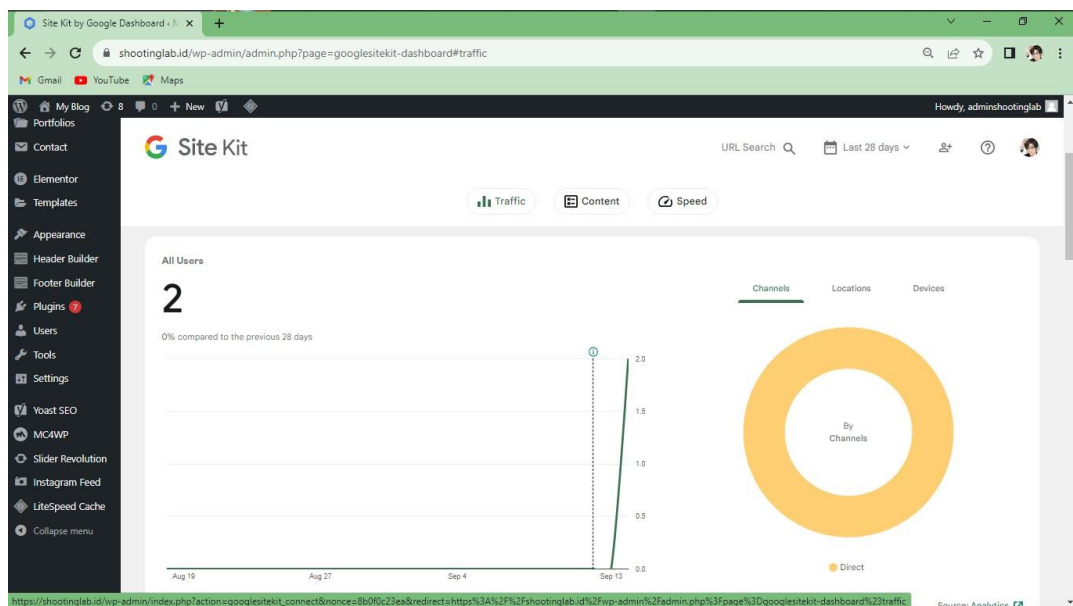
Gambar 4.3. Membangun Website Menggunakan Wordpress



Gambar 4.4. Membangun Website Menggunakan Wordpress

4.2.2 Menggunakan Google Analytics

Pemeriksaan dilakukan untuk mengetahui bahwa pengunjung situs web sebelum dilakukan penerapan SEO per menit per hari sebesar berapa pengunjung.



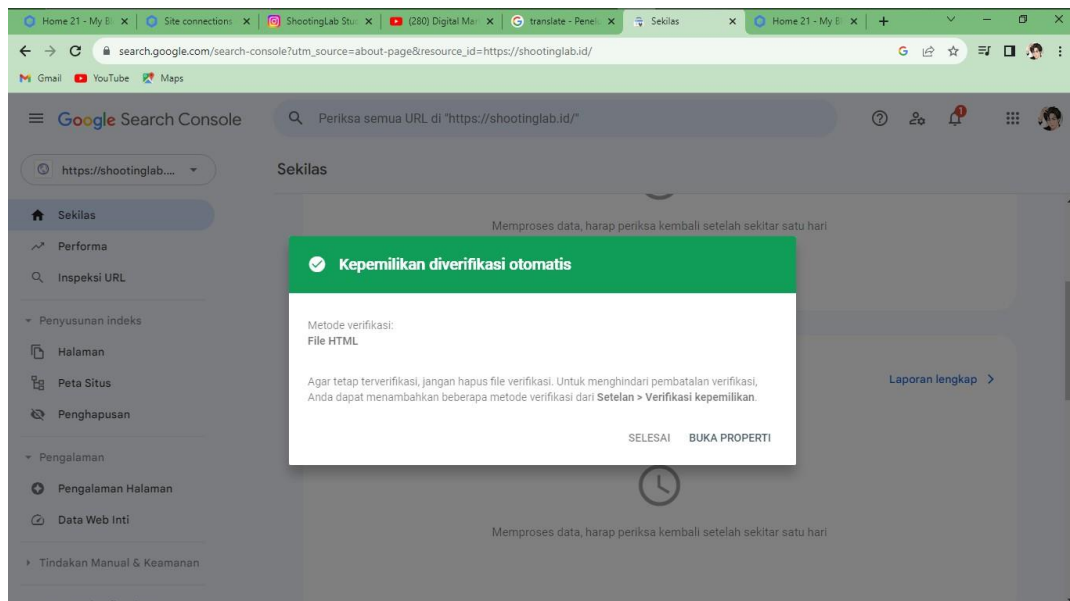
Gambar 4.5. Google Analytics Sebelum Menggunakan SEO

Berdasarkan Gambar 4.5 maka hasil dari menggunakan Google Analytics

yaitu bahwa perminggu website belum ada di karenakan usia website yang masih sangat muda dan baru.

4.2.3 Google Search Console

Pada tahap ini, Google Search Console digunakan untuk mengindeks situs *web Works*. Peneliti memasukkan URL situs web ke dalam *Google Search Console* untuk memungkinkan pengindeksan situs sehingga situs dapat terlihat pada hasil pencarian Google. Selain itu, alat ini berfungsi untuk memantau dan memeriksa status situs web di mesin pencari.



Gambar 4.6 Memasukkan URL Website Pada Google Search Console

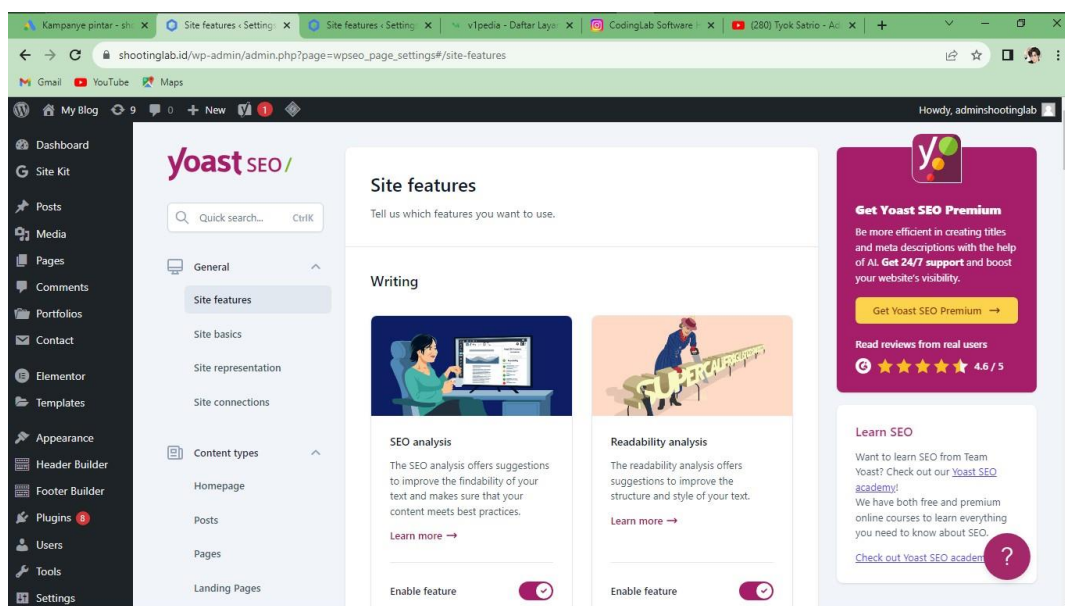
4.3 Penerapan *Search Engine Optimazation (SEO)*

Untuk meningkatkan jumlah pengunjung di *website* Shootinglab.id melalui hasil pencarian Google, penelitian akan menjalankan studi dengan menerapkan *Search Engine Optimization (SEO)* menggunakan metode *On-Page*. Peneliti akan mengoptimalkan halaman situs web agar lebih mudah ditemukan oleh pengguna saat mereka melakukan pencarian di mesin pencari Google. Proses optimasi akan

dimulai dengan penelitian kata kunci, pengoptimalan *meta tag*, *meta description*, dan pengoptimalan gambar.. Langkah-langkah penerapan SEO yaitu sebagai berikut:

4.3.1 Yoast SEO

Sebelum dilakukan nya penerapan metode *On-Page Search Engine Optimazation* pada website shootinglab.id maka kita perlu melakukan peng-settingan plagins Yoast SEO peng-instalan dan kedalam website wordpress shootinglab.id.



Gambar 4.7. Peng-settingan Plagins Yoast SEO Peng-instalan

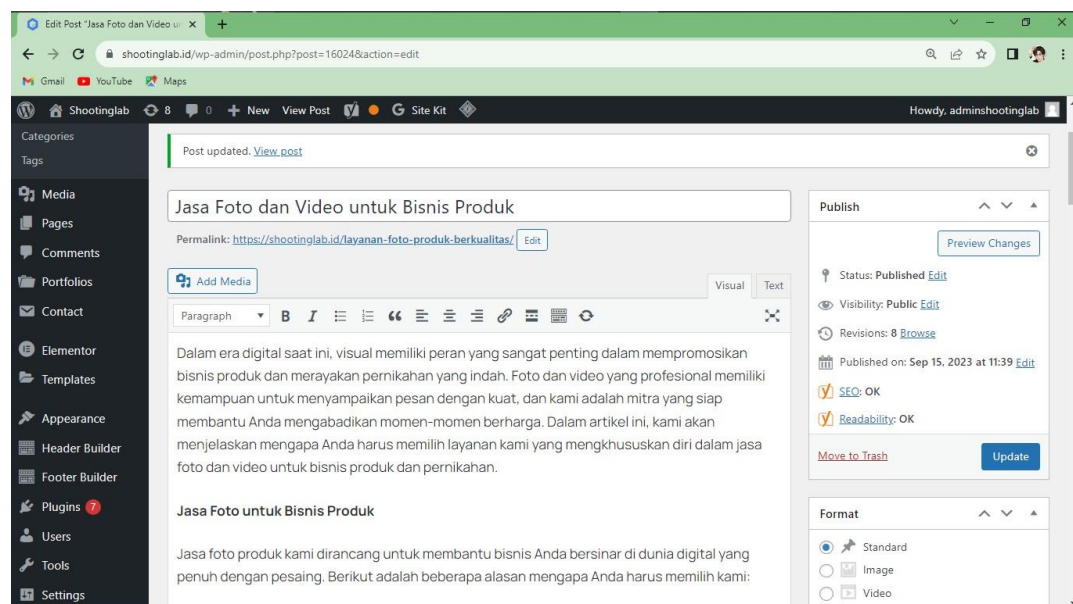
4.4 Penerapan Metode Whitehat dan Implementasi SEO On-Page

Penerapan dan Implementasi SEO on-page dilakukan pada 10 September 2023 tepatnya setelah melakukan pengecekan awal. Penerapan dan Implementasi SEO on-page yang dilakukan yaitu optimasi tag title, optimasi meta keyword, optimasi meta deskripsi, optimasi konten website, optimasi menggunakan sitemap.xml. Setelah melakukan optimasi tersebut, peneliti melakukan pengindeksan ulang di google search console agar mempercepat perubahan pada

data website di database mesin pencarian google.

4.4.1 Optimasi Titel Tag

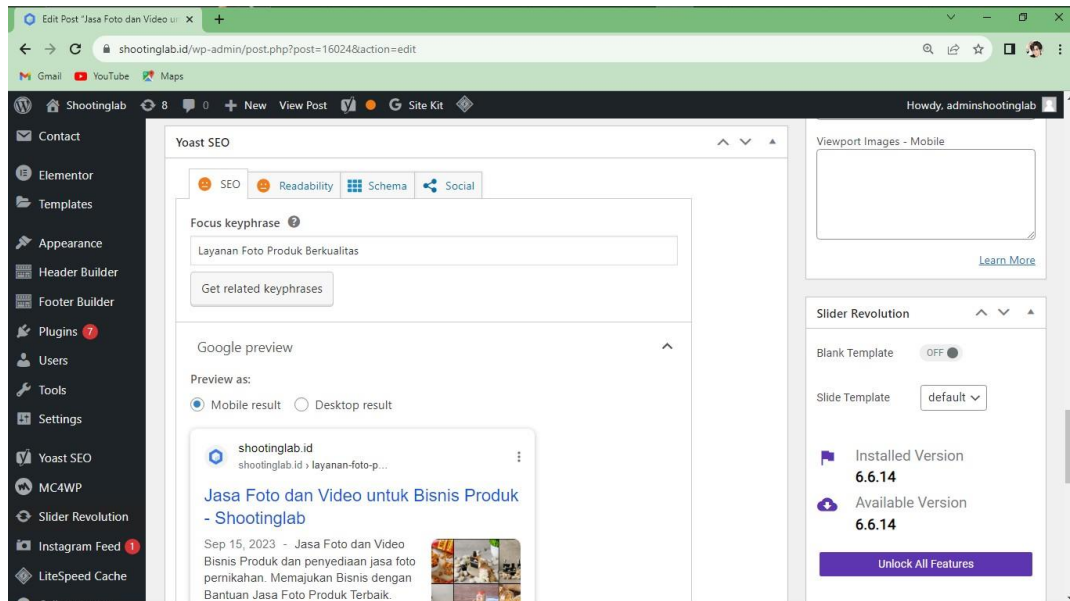
Langkah pertama dalam proses optimasi *SEO on-page* dengan pendekatan *whitehat* adalah melakukan optimisasi judul situs web, yang lebih dikenal sebagai *Title Tag* di WordPress. Optimisasi judul situs web memerlukan paling tidak satu kata kunci, dan ini dilakukan dengan tujuan agar mesin pencari dapat mengenali dan menemukan situs kita, serta memasukkannya dalam hasil pencarian. Title tag juga berfungsi sebagai judul utama dalam sebuah situs web.



Gambar 4.8 Optimasi Titel Tag

4.4.2 Optimasi Meta Keyword

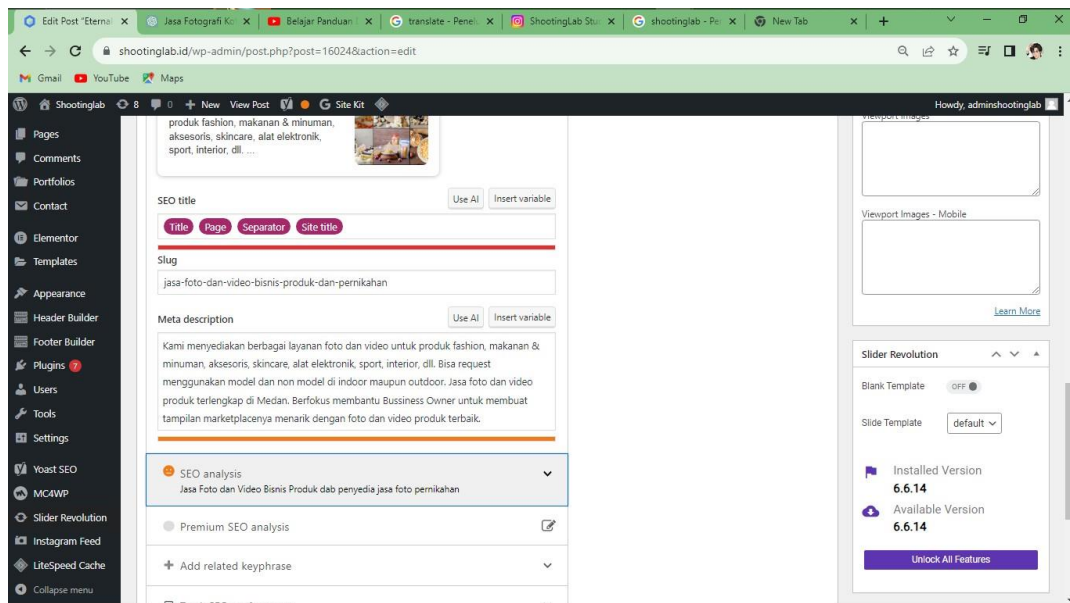
Tahap berikutnya dalam optimisasi *SEO on-page* dengan metode *whitehat* adalah pengoptimalan *meta keyword*. Pengoptimalan *Meta Keyword* dilakukan dengan tujuan untuk menyederhanakan proses pencarian dan interpretasi isi situs web oleh mesin pencari, sehingga membuat situs lebih mudah diindeks dalam mesin pencari karena adanya kata kunci yang relevan dalam hasil pencarian.



Gambar 4.9 Optimasi Meta Keyword

4.4.3 Optimasi *Meta Description*

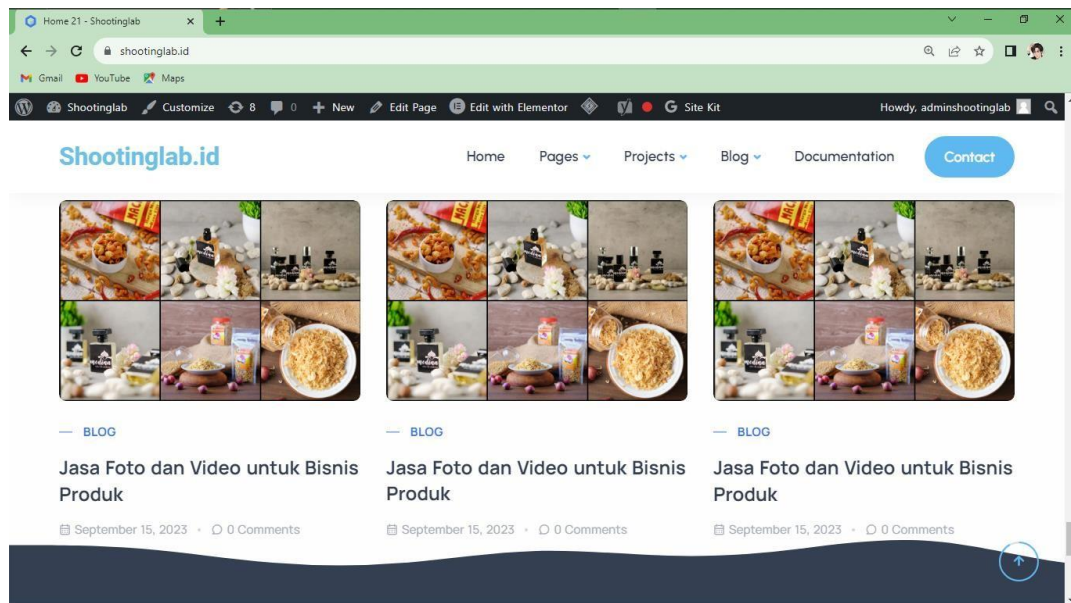
Setelah menyelesaikan langkah pengoptimalan *meta keyword*, peneliti kemudian melanjutkan ke tahap pengoptimalan *meta description*. *Meta description* adalah *meta tag* yang berisi ringkasan singkat tentang sebuah situs *web*, yang akan dibaca oleh mesin pencari. Tujuan dari *meta description* adalah untuk menarik perhatian calon pengunjung situs web. Dalam penggunaan *meta description*, ada aturan bahwa kalimat deskripsi tidak boleh melebihi 160 karakter. *Meta Description* ini mencakup penjelasan isi situs web dan mengandung kata kunci seperti "Layanan Foto Produk Berkualitas", dapat dilihat pada Gambar 4.10.



Gambar 4.10 Optimasi Meta Deskripsi

4.4.4 Optimasi Konten Website

Langkah berikutnya adalah mengoptimalkan konten situs web. Optimisasi konten situs web dilakukan untuk memungkinkan mesin pencari untuk mencocokkan hasil pencarian dengan konten yang ada di situs Shootinglab. Tujuannya adalah agar situs web Shootinglab tetap muncul dalam peringkat hasil pencarian. Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi adalah: konten harus relevan dengan kata kunci pencarian, konten harus informatif, dan konten harus selalu diperbarui. Contoh dari optimisasi konten situs web yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat dalam Gambar 4.11.



Gambar 4.11 Optimasi Konten Website.

4.5 Pengecekan Akhir

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data ulang setelah 2 minggu melakukan penerapan metode whatstat dan implementasi SEO on-page untuk melakukan pengamatan serta perbandingan sebelum dan sesudah melakukan penerapan dan implementasi SEO on-page pada website Ladder dengan tools yang sama dengan pengecekan awal.

Hasil akhir dari penelitian SEO yang kami lakukan mengungkap sejumlah temuan penting yang dapat membantu meningkatkan kinerja situs web kami. Pertama-tama, kami menemukan bahwa dengan mengoptimalkan kata kunci yang relevan dan mengintegrasikannya secara alami ke dalam konten kami, kami berhasil meningkatkan peringkat situs web kami di hasil pencarian. Ini berarti situs kami sekarang lebih mudah ditemukan oleh calon pengunjung yang mencari informasi terkait dengan produk dan layanan kami.

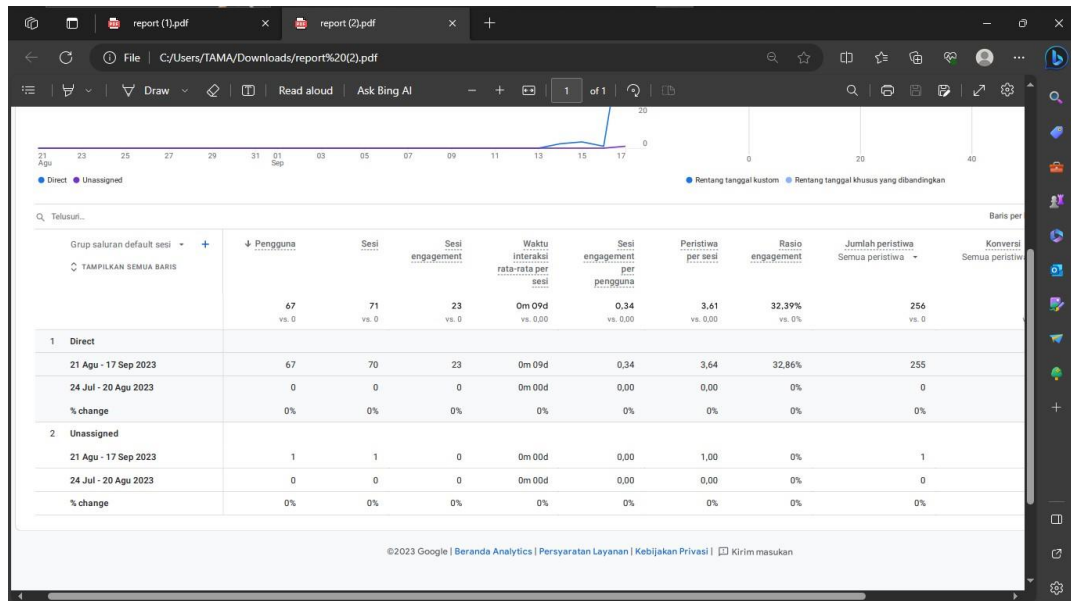
4.5.2 Pengecekan Hasil Google Analytics

Hasil akhir penelitian SEO yang didasarkan pada data dari Google Analytics menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kinerja situs web kami. Setelah menganalisis data selama periode penelitian, kami dapat menyimpulkan bahwa perubahan strategi SEO telah memberikan dampak yang positif.

Pertama-tama, lalu lintas organik ke situs web kami mengalami peningkatan yang tajam. Terutama, kami melihat peningkatan jumlah pengunjung yang datang dari hasil pencarian organik. Ini adalah indikasi yang kuat bahwa perubahan dalam optimisasi kata kunci dan perbaikan konten telah meningkatkan daya tarik situs kami di mesin pencari.

Dalam keseluruhan, hasil dari Google Analytics menegaskan bahwa upaya SEO kami telah memberikan hasil yang positif dalam hal peningkatan lalu lintas organik dan konversi, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesuksesan situs web kami. Kami akan terus memantau dan mengoptimalkan strategi SEO kami untuk menjaga dan meningkatkan kinerja situs web di masa depan.

Hasil akhir penelitian ini adalah peningkatan yang konsisten dalam peringkat situs web kami dan peningkatan yang signifikan dalam lalu lintas organik. Kami juga melihat pertumbuhan yang solid dalam konversi dan penghasilan kami. Dengan memahami kompleksitas SEO dan mengikuti praktik terbaik, kami berhasil memanfaatkan potensi penuh dari optimisasi mesin pencari untuk bisnis kami. Ini adalah langkah penting dalam mencapai kesuksesan online dan mencapai audiens yang lebih luas.



Gambar 4.12 Data hasil akhir penelitian google analytis

Dari Gambar 4.12 dapat kita lihat bahwa terjadi peningkatan pengunjung setelah melakukan implementasi SEO on page selama 2 minggu yakni 67 pengguna baru yang kunjungan awal nya hanya berjumlah 2 pengunjung namun setelah di lakukannya penerapan SEO on page kurang lebih dalam jangka waktu 2 minggu kini sudah terjadi peningkatan yang cukup baik.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa SEO memiliki peran penting dalam meningkatkan peringkat kata kunci suatu situs web pada hasil pencarian di Google. Meskipun masih ada potensi untuk perbaikan, namun hal ini menegaskan bahwa SEO memiliki pengaruh yang signifikan. Beberapa saran yang perlu diperhatikan meliputi pembaruan konten atau artikel secara berkala untuk menjaga atau meningkatkan peringkat situs web pada hasil pencarian Google.
2. Dengan menggunakan kata kunci yang relevan berdasarkan rekomendasi dari keywordtool.io dan setelah penelitian lebih lanjut pada situs web, situs web dapat diindeks dan ditemukan di mesin pencarian Google.
3. Dengan menerapkan metode SEO yang sesuai, jumlah pengunjung yang berasal dari mesin pencari ke situs Shootinglab akan terus bertambah, mengindikasikan bahwa popularitas situs Shootinglab juga akan meningkat.
4. Untuk mencapai peringkat 1-10 dalam indeks mesin pencari Google, diperlukan teknik Search Engine Optimization (SEO). Ini melibatkan tiga tahap utama, yaitu penelitian kata kunci yang sesuai, penerapan optimisasi On-Page, dan pengoptimalan meta tag dan meta description pada situs web.
5. Selama proses pengoptimalan meta tag, diperlukan waktu sekitar satu minggu untuk diindeks oleh Google, tetapi dalam penggantian meta tag selanjutnya, waktu yang diperlukan adalah dua hingga tiga hari. Sementara itu, meta description memerlukan waktu sekitar tiga hari untuk diindeks oleh Google, dan diperlukan Google Search Console untuk pengujian..

5.2 Saran

Dalam penelitian ini, penulis ingin memberikan saran-saran bersifat membangun yang mungkin bermanfaat untuk kedepannya:

5.2.1 Untuk Perusahaan PT. Kodinglab Integrasi Indonesia :

1. Disarankan untuk eksperimen dengan berbagai alat dan iklan berbayar untuk menjalankan promosi yang lebih terarah kepada pelanggan yang dituju.
2. Menambahkan komponen dalam pemasaran internet untuk mengawasi dan merawat situs web, dengan tujuan untuk mencegah penurunan trafik atau peringkat situs web akibat kurangnya optimisasi..

5.2.2 Untuk penelitian selanjutnya :

1. Terapkan SEO dengan menggunakan kata kunci yang memiliki persaingan tinggi atau lebih spesifik, seperti menambahkan nama kota di belakang kata kunci. Saran ini diberikan untuk mengalihkan fokus dari persaingan kata kunci ke tujuan pemasaran produk.
2. Tingkatkan penggunaan blog sebagai salah satu alat untuk menerapkan SEO, bukan hanya sebagai blog yang tidak aktif, tetapi sebagai blog yang terhubung erat dengan situs web utama.

Daftar Pustaka

A.M. Dawis and I. Setiawan, "Evaluation of The Website 'Aisyiyah Surakarta of University Performance Based on Search Engine Optimization Using Automated Software Testing Gtmetrix," *Int. J. Comput. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 17–20, 2022, doi: 10.29040/ijcis.v3i1.56

A. H. Roslina and M. F. Nur Shahirah, "Implementing white hat search engine technique in e-business website," *ACM Int. Conf. Proceeding Ser.*, pp. 311–314, 2019, doi: 10.1145/3306500.3306533

A. Antonius and B. R. Suteja, "The Implementasi Metode On-Page Search Engine Optimization untuk Meningkatkan Peringkat Website sebagai Hasil Pencarian Google," *J. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 7, no. 1, pp. 251–260, 2021, doi: 10.28932/jutisi.v7i1.3428.

Adhi Satria and S. K. . M. Dr. Kemal Ade Sekarwati, "Analisis Situs Website Sportaways.com Dan Topscore.id Menggunakan Metode SEO White Hat," *Semin. Nas. Teknol. dan Rekayasa*, pp. 9–19, 2019.

D. A. Rafi Bagaskara Halilintar, "Implementasi SEO (Search Engine Optimization) Pada Website AGC (Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan SERP (Search Engine Result Page) Studi Kasus : Website Gallery," *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Multimed.*, pp. 13–18, 2018.

D hadiana, A. (2018). Model Search Engine Optimization bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bandung Barat. *JUMANJI*, 2(1), 31–38.

E. Woncharso, A. Muawwal, and Afifah, "Penerapan Search Engine Optimization (SEO) untuk meningkatkan pengunjung pada website SCLEAN," *J. Kharisma Tech*, vol. 16, no. 2, pp. 141–155, 2021.

F. S. Yoga Dwitya Pramudita, Huzaini, "Penerapan Metode SEO On Page Dan Off Page Pada Web Penjualan Online Untuk Meningkatkan Rangkang SERP," *Ilm. Nero*, vol. 4, No.2, 2019.

H. Matta, R. Gupta, and S. Agarwal, "Search Engine optimization in Digital Marketing: Present Scenario and Future Scope," *Proc. Int. Conf. Intell. Eng. Manag. ICIEM 2020*, pp. 530–534, 2020, doi: 10.1109/ICIEM48762.2020.9160016.

H. Artanto and F. Nurdiyansyah, "Application of SEO (Search Engine Optimization) to Increase Sales," *JOINTECS (Journal Inf. Technol. Comput. Sci.)*, vol. 2, no. 1, pp. 2–5, 2017.

Hidayat, R., Marlina, S., & Utami, L. D. (2017). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Barang Handmade Berbasis Website Dengan Metode Waterfall. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (SIMNASIPTEK)*, 1, 175– 183. Retrieved from <http://seminar.bsi.ac.id/simnasiptek/index.php/simnasiptek2017/article/view/138>

Himawan, Arisantoso, and A. Saefullah, “Analisa Pengaruh Penggunaan Search Engine Optimization (Seo) Pada Website E-Commerce,” *Semin. Nas. Sist. Inf. Indones.*, no. November, pp. 33–40, 2015.

Himawan, Arisantoso, & Saefullah, A. (2017). Search Engine Optimization (SEO) Menggunakan Metode White Hat SEO Untuk Meningkatkan Peringkat dan Trafik Kunjungan Website. In *Seminar Nasional Teknologi dan Informatika 2017* (pp. 783–790).

J. P. Sheffield, “Search Engine Optimization and Business Communication Instruction: Interviews With Experts,” *Bus. Prof. Commun. Q.*, vol. 83, no. 2, pp. 153–183, 2020, doi: 10.1177/2329490619890335.

J. G. Lee, D. Bae, S. Kim, J. Kim, and M. Y. Yi, “An effective approach to enhancing a focused crawler using Google,” *J. Supercomput.*, vol. 76, no. 10, pp. 8175–8192, 2020, doi: 10.1007/s11227-019-02787-9.

L. D. Supraba and H. Jati, “Analyzing the use of SEO and Google Analytic on the Website of Vocational High School of Information Technology Annajiyah,” *J. Phys. Conf. Ser.*, vol. 1737, no. 1, 2021, doi: 10.1088/1742-6596/1737/1/012014.

M. F. Fauzi, O. A. Wibowo, and ..., “Implementasi Laravel Dan White Hat Seo Pada Pembuatan Website Banghnm Jogja Properti,” *Inf. Syst. J.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–7, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/infos/article/view/563%0Ahttps://jurnal.amikom.ac.id/index.php/infos/article/download/563/233>

M. Hayaty and M. Dwi, “Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi,” *J. Inform.*, vol. 5, no. 2, pp. 295–300, 2018, doi: 10.1109/ICACCCN.2018.8748337.

Neilpatel, “How to Create Search Engine Friendly Title Tags.” <https://neilpatel.com/blog/title-tags-seo/> (accessed Jul. 18, 2022).

N. H. Masruri, “Kajian Metode Seo Berbasis on-Page Sebagai Strategi Meningkatkan Visibilitas Website di SERP,” vol. 16, no. 1, pp. 39–49, 2022

neil patel, “How to Write Compelling Meta Descriptions That’ll Boost Your Rankings.” <https://neilpatel.com/blog/how-to-write-meta-descriptions/> (accessed Jul. 19, 2022).

Riyanto, A. (2018). Analisis Dan Penerapan Search Engine Optimization Pada Website Menggunakan Metode White Hat Seo. *JURNAL TEKNOLOGI INFORMASI*, 1.

Riyanto, A. D., & Purwadi. (2016). Penerapan Teknik Search Engine Optimization (SEO) untuk Memenangkan Persaingan Kata Kunci pada Mesin Pencari Google (Implementation Techniques Search Engine Optimization (SEO) for Winning Competition Keywords on Google Search Engines (Case Study : C. JUITA Jurnal Informatika, IV(November), 59–65. Retrieved from <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JUITA/article/view/1334/1174>

StatCounter, “Search Engine Market Share Indonesia.” <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/indonesia> (accessed Jul. 07, 2022).

Septa, R., Hamzah, A., & Andayati, D. (2014). Analisis dan Implementasi Penggabungan Dua Teknik SEO untuk Meningkatkan SERP Website pada Algoritma Google Terbaru. *Jurnal SCRIPT*, 2(1), 26–33.

Sujatmiko, S., & Ariyus, D. (2018). Analisis Google Image Index Perbandingan SEO Expired Domain dan Fresh Domain Studi Kasus Toko Online (pp.

T. H. Sinaga and E. Hadinata, “Implementasi Teknik Search Engine Optimization dalam Meningkatkan Trafik Website Bima Utomo Waterpark,” *QUERY J. Sist. Inf.*, vol. 3, no. 2, pp. 1–9, 2019.

Tendean, N. I., Rumokoy, F. S., & Program, M. (2018). The Effectiveness of Internet Marketing Strategy of Emerging Business in Increasing Brand Awareness (Case Study of Bon-Bon Pisang Nugget Manado). *Jurnal EMBA*, 6(2), 938–947

V. Christian Rudinie, P. Studi Sistem Informasi, and S. Kharisma Makassar, “Implementasi Seo on Page Untuk Meningkatkan Trafik Website About Mylpgo,” no. 01, pp. 31–45, 2022, [Online]. Available: <https://www.about.mylpgo.com/>.

ss

W. WK Nurjana and A. Riyanto, “Analisis dan Penerapan Search Engine Optimization pada Website Menggunakan Metode White Hat Seo (Studi Kasus di PT.Suryaputra Adipradana),” *Jurnal.Lpkia*, vol. 1, pp. 1–6, 2018.

W. T. Y. Saputro, "Penerapan Search Engine Optimization (SEO) Dalam Meningkatkan Trafik Menggunakan White Hat SEO," Repos. Univ. Ahmad Dahlan, pp. 1–14, 2020.

Y. GedİK, "Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) : Avantajları , Zorlukları ve Stratejileri Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme Search Engine Optimization (SEO): A Conceptual Assessment on Its Advantages , Challenges and Strategies," vol. 4, no. 6, pp. 0–2.

Y. D. Pramudita, H. Huzaini, and F. Solihin, "Penerapan Metode Seo on Page Dan Off Page Pada Web Penjualan Online Untuk Meningkatkan Ranking Serp," Netw. Eng. Res. Oper., vol. 4, no. 2, pp. 125–133, 2019, doi: 10.21107/nero.v4i2.128.