

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) MENGGUNAKAN METODE WHITE HAT SEO UNTUK MENINGKATKAN PERINGKAT DAN TRAFIK KUNJUNGAN WEBSITE

Himawan¹, Arisantoso², Asep Saefullah³

^{1,3}STMIK Raharja, Jl. Jendral Sudirman No. 40 Modern, Cikokol, Tangerang

²Universitas Islam Attahiriyah, Jl. Kampung Melayu Kecil III No.15, Tebet, Jakarta Selatan

Email : himawanawan10@gmail.com¹, arisantoso2008@gmail.com², asaefullah@gmail.com³

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan mesin pencarian untuk mencari dan menemukan berbagai macam informasi yang ada dalam internet meningkat dengan sangat pesat. Hal ini juga sejalan dengan banyaknya pilihan mesin pencari yang dapat digunakan oleh pengguna internet di berbagai belahan negara di dunia. Mesin pencari menjadi pilihan utama bagi para pengguna internet terutama untuk pengguna korporat sebagai media untuk memasarkan produk dan layanan jasa yang dimilikinya, selain itu mesin pencari juga digunakan untuk meningkatkan popularitas dari keberadaan sebuah website. Secara global, jumlah website yang sangat banyak membuat para pengelola website berusaha sebaik dan semaksimal mungkin mengembangkan website agar menjadi lebih baik agar dapat menarik jumlah pengunjung sebanyak mungkin. Beberapa cara yang banyak dilakukan oleh para pengelola website adalah dengan mempromosikan dan membuat iklan secara tradisional, penggunaan sosial media dan juga penggunaan teknik SEO. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peranan penting dari pemilihan kata kunci yang tepat, penggunaan link (eksternal links, back links, forward links dan inbound links) dalam halaman website dan isi konten yang akan ditampilkan dalam halaman website. Sehingga dalam penelitian ini bisa menghasilkan tatanan sistem teknik SEO yang optimal dalam memperbaiki peringkat indeks halaman website dalam halaman hasil pencarian pada berbagai mesin pencari yang populer digunakan saat ini. Pada hasil akhir penelitian dalam studi ini juga diharapkan dapat menghasilkan ide yang segar dalam penggunaan teknik SEO untuk menjaga serta mendapatkan peringkat halaman website yang lebih baik dalam hasil penelusuran mesin pencari yang berbasis teknologi web crawler.

Kata kunci: links, mesin pencarian, SEO, on-site optimization, website

1. PENDAHULUAN

Angka pertumbuhan *website* dalam beberapa tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, kemudahan dalam membuat *website* merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatnya jumlah domain baru yang didaftarkan setiap harinya. Hal ini juga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pertumbuhan jumlah mesin pencarian yang bisa digunakan oleh para pengguna *internet*.



Gambar 1. Grafik Statistik Angka Pertumbuhan Website (sumber : www.worldbank.org)

Penggunaan mesin pencarian menawarkan kemudahan, kepraktisan dan juga kecepatan dalam hal pencarian informasi yang ada dalam jaringan *internet*. Beberapa faktor tersebut menjadikan mesin pencarian menjadi bagian yang hampir tak terpisahkan sekarang ini untuk mencari berbagai macam informasi yang ada dalam *internet*. Oleh karena itu berbagai macam mesin pencarian yang ada berusaha sebaik dan semaksimal mungkin untuk menampilkan hasil pencarian yang relevan dan akurat terhadap permintaan yang dilakukan oleh para pengguna-nya (Patil, 2013). Karena begitu penting dan vitalnya peranan mesin pencarian dalam dunia jaringan internet, maka berbagai macam penelitian dan juga studi mengenai cara kerja dari mesin pencarian dilakukan. Pertanyaan utamanya adalah bagaimanakah cara untuk mengoptimalkan dan memaksimalkan dari penggunaan mesin pencarian ?. Secara umum terdapat 2 macam cara yang dapat digunakan oleh para pemilik *website* untuk dapat memaksimalkan penggunaan mesin pencari dalam hal menampilkan informasi terkait hasil pencarian yang dilakukan oleh pengguna serta memperbaiki dan meningkatkan peringkat halaman *website*, yaitu menggunakan iklan sponsor (*link paid placement*) dan teknik optimasi mesin pencarian (SEO) (Akram dkk, 2010). Pada penelitian dan penulisan paper ini, fokus utama penelitian adalah penggunaan teknik SEO menggunakan metode *on-site optimization*. Namun demikian, terdapat sedikit pembahasan mengenai penggunaan teknik internet marketing (*pay ads link*) dalam upaya sebagai perbandingan yang relevan.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) merupakan sebuah cara, teknik dan juga bisa dikatakan sebuah seni yang digunakan dalam hal mendesain, mengembangkan, memodifikasi dan membangun sebuah halaman *website* yang memiliki tingkat visibilitas serta peringkat yang tinggi dalam hasil pencarian (Sohail, 2012). Dimana peringkat yang tinggi akan sangat mempengaruhi bagaimana sebuah halaman *website* untuk semakin sering dikunjungi atau dilihat oleh para pengguna internet yang mengaksesnya, hal ini akan meningkatkan jumlah trafik yang masuk ke dalam halaman *website*. Teknik SEO dapat dilakukan dengan menggunakan 2 cara yaitu *White-Hat* SEO dan *Black-Hat* SEO (Sohail, 2012). Baik teknik *White-Hat* SEO dan *Black-Hat* SEO memiliki tujuan yang sama yaitu membuat halaman *website* berada dalam urutan teratas dalam halaman hasil pencarian (*organic results*) dari sebuah mesin pencari.

2.2 On-site Optimization

Teknik *on-site optimization* merupakan salah satu cara yang paling umum digunakan oleh para pengembang aplikasi web dalam hal membuat halaman *website* menjadi lebih *user-friendly* terhadap mesin pencari. Teknik SEO menggunakan metode *on-site optimization* terdiri dari 4 bagian penting, yaitu : optimisasi kata kunci, optimisasi struktur direktori halaman *website*, optimisasi isi konten *website* dan optimasi penggunaan *link* pada halaman *website* (*back link*) (Hui dkk, 2012). Berikut ini adalah beberapa poin-poin penting lainnya yang perlu diperhatikan dan sangat disarankan agar sebuah halaman *website* menjadi lebih mudah untuk ditelusuri oleh mesin pencarian (Rehman dan Khan, 2013) :

- a. Nama domain dari *website* dan juga penggunaan *title* pada halaman *website* harus mengandung kata kunci yang diperlukan nantinya untuk optimasi halaman *web*.
- b. Pemilihan deskripsi informasi halaman yang digunakan untuk menjelaskan isi halaman *website*.
- c. Pemilihan frasa (kombinasi) kata kunci yang tepat, dimana pemilihan frasa kata kunci yang terdiri dari gabungan atau kombinasi beberapa kata kunci yang berguna untuk mengoptimisasi halaman *website*. Kemudian letakkan frasa kata kunci ini dalam tag *headings*, *tag link (anchor tag)*, *tag alternative (alt tag)* dan juga isi dari halaman *website*.
- d. Penggunaan internal dan eksternal *link* dalam sebuah halaman *website*.
- e. Lakukan update secara rutin dan berkala terhadap isi halaman *website* dan tampilkan berbagai macam konten yang unik dan segar, hal ini sangat berguna untuk menarik pengunjung baru dan juga mempertahankan pengunjung lama agar secara rutin mengakses halaman *website* setiap harinya.
- f. Perhatikan kesesuaian isi konten halaman *website* dengan judul halaman yang akan digunakan.

- g. Kata-kata kunci yang digunakan untuk proses optimasi juga merefleksikan struktur *link* yang ditempatkan dalam halaman *website*.
- h. Lakukan analisa dan riset untuk pemilihan kata kunci yang tepat, hal ini dimaksudkan agar kata kunci tersebut nantinya akan mudah ditelusuri oleh mesin pencarian dan ditampilkan sebagai hasil yang akurat pada halaman hasil pencarian.
- i. Lakukan juga optimasi pada komponen-komponen penunjang halaman *website*, seperti : video, gambar, audio dan hal lainnya yang memang diperlukan untuk dilakukan proses optimasi.

Penggunaan metode *on-site optimization* juga diharapkan akan menampilkan hasil pencarian yang lebih baik dalam hasil pencarian halaman mesin pencari (SERP – *Search Engine Results Pages*). Dalam penelitian ini, pembahasan akan lebih banyak pada penggunaan kata kunci dan juga penggunaan *link-link* yang berada dalam halaman sebuah *website*.

2.3 Optimasi Penggunaan Kata Kunci

Hampir semua mesin pencari yang ada menggunakan kata kunci dalam menampilkan hasil pencarian. *User* atau pengguna internet menginputkan kata kunci yang terdiri dari minimal 1 kata kunci atau lebih. Dimana kata kunci yang diinputkan akan digunakan sebagai parameter bagi mesin pencari untuk melakukan proses *query* pencarian pada berbagai macam halaman *website* yang relevan dengan kata kunci yang telah diinputkan sebelumnya (Hui, 2012). Penggunaan kata kunci merupakan bagian inti atau utama dalam teknik SEO, pemilihan kata kunci memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan inti dari halaman *website* dan kemudian gabungan kata-kata kunci yang membentuk sebuah frasa juga akan menghasilkan pola pencarian yang akan menampilkan hasil yang lebih akurat. Selain itu penggunaan kata kunci akan menghubungkan hasil pencarian dengan berbagai macam *website* yang berhubungan dengan kata kunci yang di inputkan oleh pengguna internet.

2.4 Optimasi Penggunaan *Link* pada Halaman *Website*

Sebagian besar mesin pencari populer seperti google, yahoo, bing dan baidu menggunakan proses perhitungan berapa banyak jumlah *link* yang digunakan untuk menghubungkan antara 1 halaman *web* dengan halaman *web* lainnya (Dhawan, 2012). Sebuah *website* yang memiliki lebih banyak *link*, baik internal *link* dan juga eksternal *link* akan mendapatkan peringkat yang lebih baik dalam halaman hasil pencarian dari sebuah mesin pencari (Dhawan, 2012). Bentuk *link* yang disarankan adalah menggunakan model *link* tradisional yaitu dalam bentuk *link* teks yang disisipkan dalam sebuah konten yang terdapat dalam halaman *website*. Penggunaan *link* dalam bentuk teks akan lebih baik dibandingkan *link* dalam bentuk grafik seperti penggunaan *banner* dan gambar (Dhawan, 2012). Karena hasil pencarian dalam mesin pencari juga lebih mengutamakan ditampilkan dalam bentuk *link-link* teks.

3. PENELITIAN TERKAIT

Pada penelitian ini juga dilakukan studi terkait mengenai beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai pembahasan teknik SEO, antara lain :

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Sohail, A. (Sohail, 2012), menjelaskan bahwa teknik SEO merupakan bagian dari proses yang digunakan oleh berbagai macam jenis *website* dalam rangka bagian dari internet marketing untuk mempromosikan dan memperkenalkan *website* kepada para pengguna internet yang akan digunakan untuk menaikkan rating dan peringkat halaman *website*. Penelitian ini membandingkan beberapa jenis teknik SEO yang sudah ada dan bagaimana caranya mengimplementasikannya ke dalam sebuah *website*, terutama *website-website* yang dibuat dengan menggunakan CMS (*Content Management Systems*).
- b. Penelitian yang dilakukan oleh Rehman and Khan (Rehman dan Khan, 2013), menjelaskan bahwa inti dari penggunaan teknik SEO untuk meningkatkan kualitas isi halaman *website* dan juga memperbaiki struktur penulisan kode program dari halaman *website*. Dimana 2 kegiatan ini digunakan untuk meningkatkan tingkat visibilitas dan keakuratan dalam menampilkan hasil pencarian *organic* dalam halaman hasil pencarian pada mesin pencari (SERP). Terdapat 2 cara teknik SEO yang menjadi fokus penelitian ini yaitu *On-site*

Optimization dan juga *Off-site Optimization*. Terdapat juga panduan dan langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk menggunakan teknik SEO yang baik dalam pengembangan sebuah *website*.

- c. Kumar and Saini (Kumar dan Saini, 2011) dalam publikasinya menganalisa dan menuliskan pengaruh dari bagaimana cara kerja dari mesin mencari dalam hal melakukan pemeringkatan halaman *website* dan kemudian juga mempelajari algoritma yang digunakan dalam mesin pencari sehingga mempengaruhi hasil pencarian. Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk mempelajari mengenai optimasi halaman sebuah *website* dan juga melakukan strategi perencanaan yang baik dalam hal untuk perancangan dan konsep desain sebuah halaman *website* yang baik dan juga optimal. Fokus teknik SEO yang digunakan adalah dengan menggunakan metode on-site optimization, terutama penggunaan format kata kunci dan penggunaan *link* (eksternal *links*, back *links*, forward *links* dan inbound *links*).

Dari ke-3 topik penelitian yang telah disebutkan diatas, dimana masing-masing penelitian telah dilakukan untuk mempelajari dan mengetahui penggunaan teknik SEO yang optimal sehingga dapat memperbaiki dan meningkatkan peringkat halaman *website* dalam halaman penelusuran mesin pencari. Pada penelitian dan penulisan paper ini, salah satu tujuan penting yang dilakukan yaitu tidak hanya melakukan studi saja terhadap berbagai metode on-site optimization yang telah ada, tetapi juga melihat faktor-faktor penting apa sajakah yang dapat menjadi sebuah ukuran kesuksesan dalam penggunaan teknik SEO dan juga seberapa besarkah pengaruh dari penggunaan teknik SEO pada sebuah halaman *website*.

4. PEMBAHASAN

Telah dijelaskan sebelumnya, bahwa dalam penelitian dan penulisan paper SEO menggunakan metode on-site optimization ini bahwa fokus penelitian adalah mengenai penggunaan kata kunci dan juga penempatan *link-link* yang ditampilkan dalam halaman *website*. Namun demikian, belum cukup jelas mengenai bagaimana penggunaan kata kunci yang tepat dan optimal dalam hal pencarian “query” halaman *website* yang dilakukan oleh berbagai mesin pencarian. Karena setiap mesin pencarian memiliki metode algoritma yang unik dan berbeda antara 1 mesin pencari dengan mesin pencari yang lainnya. Karena berbagai perbedaan tersebut sehingga standarisasi menjadi hal yang cukup penting dalam hal konsistensi menampilkan hasil pencarian informasi yang tepat dan akurat. Selain itu juga seberapa besar pengaruh penempatan dan penggunaan *link-link* yang ditampilkan dalam sebuah halaman *website* dalam mempengaruhi peringkat indeks dari halaman *website* pada halaman hasil pencarian mesin pencari.

4.1. Pemilihan Kata Kunci

Kata kunci merupakan salah satu bagian inti dan paling penting dalam metode *on-site optimization*. Sebelum memilih kata kunci, sangat disarankan untuk melakukan riset dan analisa terhadap berbagai macam kata kunci yang akan digunakan sebagai target hasil pencarian dalam mesin pencari. Beberapa *tools* yang dapat digunakan untuk melakukan analisa sebelum melakukan pemilihan kata kunci yang tepat adalah Quake dan Xenu (Rehman dan Khan, 2013). Pemilihan kata kunci tunggal merupakan sebuah rencana yang buruk dan sangat disarankan untuk dihindari, karena hal ini akan mengakibatkan penurunan peringkat indeks halaman *website* (Kanwal, 2011) (Singh dan Maini, 2013). Idealnya kata kunci yang baik dan juga banyak digunakan oleh para pengguna mesin pencari adalah terdiri dari 4-6 kata kunci, dimana gabungan kata kunci yang diinputkan akan membentuk kalimat atau frasa kata kunci. Perlu diperhatikan juga bahwa penggunaan kata kunci yang berlebihan akan memberikan dampak yang negatif terhadap sebuah halaman *website* yang akan ditampilkan dalam halaman mesin pencari. Hal tersebut akan mengakibatkan mesin pencari akan menganggapnya sebagai penumpukkan kata kunci atau *keyword stuffing* (Kanwal, 2011). Selain itu juga mesin pencari akan memasukkan *website* tersebut ke dalam daftar hitam dan tidak akan masuk ke dalam indeks hasil pencarian, kemudian skenario terburuk adalah *website* tersebut akan “dibuang” dari halaman hasil pencarian.

Strategi dalam pemilihan kata kunci dan juga penempatan kata kunci dalam halaman *website* menjadi hal yang penting. Kata kunci yang dipilih sebaiknya memiliki struktur format yang tepat,

kemudian penempatan kata kunci dalam halaman *website*, juga penempatan kata kunci pada dokumen meta-data (tag title, tag meta description, tag meta keyword) (Rehman dan Khan, 2013). Jumlah kata kunci yang muncul berulang kali dalam setiap halaman *website* juga merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan posisi untuk gabungan kata-kata kunci. Namun demikian, hindari kemunculan kata kunci yang berulang pada bagian title di setiap halaman *website*, karena disarankan setiap halaman *website* memiliki title yang berbeda dan unik. Jika kata kunci terlalu sering ditampilkan pada setiap halaman *website* yang berbeda, maka ini juga merupakan strategi yang buruk.

Kesulitan utama dalam pemilihan kata kunci adalah belum adanya pemahaman dan pengertian yang baik mengenai target utama (*market share*) yang ingin dicapai oleh sebuah *website*. Tentukan basis utama berdasarkan *user interest* yang akan dijadikan sasaran strategi marketing pemasaran *website*, kemudian buatlah daftar yang berisikan kata-kata kunci dan kombinasi kata-kata kunci yang ingin digunakan (Sohail, 2012). Bandingkanlah kata-kata kunci yang telah disusun tersebut dengan para saingan yaitu *website-website* sejenis dan buatlah sasaran pasar yang menjadi prioritas utama.

4.2 Optimasi Penggunaan *Link*

Link merupakan salah satu komponen penting yang tidak terpisahkan dari sebuah *website* baik *website* statis maupun *website* dinamis. Penempatan *link* dalam sebuah halaman *website* dapat meningkatkan kecepatan rata-rata dari spider crawling. Selain itu, banyaknya *link* yang berkualitas dalam sebuah halaman *website* yang mengarahkan kepada *website-website* lain yang terkait dengan kesesuaian isi konten, juga akan meningkatkan peringkat halaman *website* (Patil dkk, 2013). Penggunaan *link* eksternal yang berkualitas (no *link* spam) akan menghubungkan sebuah halaman *website* dengan halaman *website* lainnya dan jika memang kemudian *link* yang diberikan tersebut terkait dengan isi konten yang ditampilkan pada sebuah halaman *website*, maka akan memberikan nilai lebih dan positif dalam sudut pandang mesin pencarian. Terlebih jika dalam *link* yang ditampilkan terdapat kata kunci yang sesuai dengan isi konten yang ditampilkan dalam sebuah halaman *website*. Contohnya adalah jika sebuah halaman *website* menampilkan isi konten mengenai bagaimana cara menjadi programmer yang handal dan dalam konten tersebut terdapat beberapa *link* terkait yang juga membahas mengenai hal yang kurang lebih sama yaitu mengenai pemrograman komputer beserta dengan *link websitenya*, maka pengunjung *website* akan lebih mudah dalam mencari informasi sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Membangun *link* merupakan sebuah proses atau cara yang dilakukan untuk membuat jembatan antara *website* lain dengan *website* yang kita miliki, hal ini sangat berguna dalam hal menghubungkan dan mengaitkan *website-website* yang ada dengan *website* pribadi yang kita miliki. Hal tersebut akan menunjukkan seberapa populerkah *website* yang kita miliki, sehingga dijadikan sebagai referensi oleh *website-website* lain yang menampilkan konten yang sama atau terkait. Terdapat beberapa jenis model *link* yang dapat digunakan untuk meningkatkan peringkat halaman *website*, yaitu : *Reciprocal Linking*, *One Way Linking*, *Triangular Linking* dan *Link Baits* (Sohail, 2012).

4.3 Parameter dan Indikator Kesuksesan Penggunaan SEO Pada Sebuah *Website*

Terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan sebagai indikator kesuksesan yang dapat dilihat dari optimasi penggunaan SEO pada sebuah *website*, dimana parameter-parameter tersebut adalah sebagai berikut (Himawan dkk, 2015) :

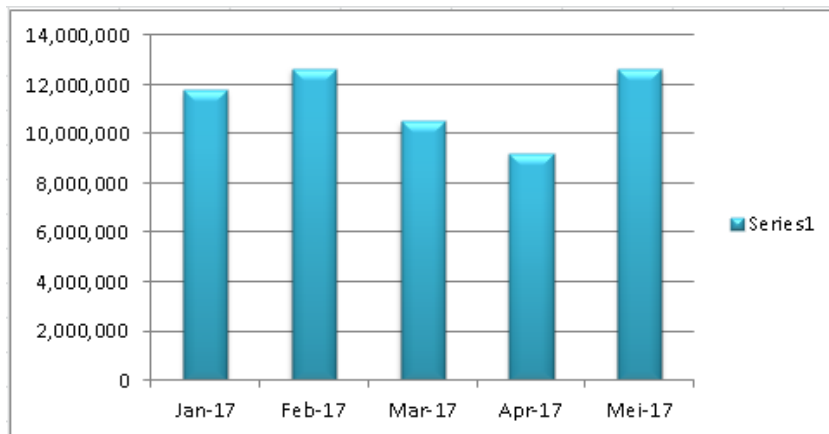
- (1) Total trafik dari *website*.
- (2) Trafik terhadap sebuah halaman *website*.
- (3) Indeks atau peringkat halaman web.
- (4) Jumlah kunjungan (*page views*) dalam rata-rata periode tertentu.
- (5) Jumlah pengunjung unik baik berdasarkan counter ataupun statistik IP (*Internet Protocol Address*).

Pada bagian pembahasan ini, hasil atau pengaruh dari penggunaan dari teknik SEO yang telah digunakan pada *website* www.kabarberitaindonesia.com selama kurang lebih 5 bulan, dimulai dari bulan Januari 2017 sampai dengan bulan Mei 2017 akan ditampilkan dalam bentuk data tabel dan

juga grafik batang dengan menggunakan data-data yang telah didapatkan dari salah satu tools populer yang digunakan untuk melakukan pemeringkatan dari sebuah halaman *website* yaitu Alexa.

Tabel 1. Peringkat Website Setiap Bulannya

| Month | Website Rank |
|--------|--------------|
| Jan-17 | 11,757,456 |
| Feb-17 | 12,652,396 |
| Mar-17 | 10,507,439 |
| Apr-17 | 9,204,060 |
| Mei-17 | 12,634,172 |



Gambar 2. Grafik Peringkat Halaman Website kabarberitaindonesia.com

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam grafik gambar 2, maka menimbulkan fakta yang sangat menarik bahwa terjadi kenaikan peringkat yang sangat signifikan sepanjang bulan Februari 2017 sampai dengan bulan April 2017 yaitu terdapat kenaikan peringkat indeks lebih dari 3 juta. Hal ini dapat terjadi karena selain penggunaan teknik SEO yang baik dan optimal, juga diimbangi dengan isi konten yang ditampilkan dalam halaman *website*. Selama kurun waktu 2 bulan tersebut, dimana admin *website* secara teratur melakukan update konten setiap harinya. Dimana update konten ini dilakukan dengan cara menambahkan konten baru yang berisikan artikel-artikel menarik dan juga memiliki nilai informasi yang cukup tinggi sehingga meningkatkan minat kunjungan pengguna internet untuk melihat konten yang telah ditambahkan tersebut. Admin *website* menambahkan minimal 5 konten sampai dengan 10 konten setiap harinya, dimana konten-konten tersebut telah dilakukan proses seleksi sebelum ditampilkan dalam halaman *website*. Namun demikian, hal yang terjadi sesudahnya adalah sebaliknya yaitu peringkat *website* mengalami penurunan yang cukup drastis. Hal ini bisa terjadi karena admin *website* mulai jarang mengupdate isi konten halaman *website* seperti bulan-bulan sebelumnya, dimana jumlah konten yang ditampilkan setiap harinya tidak konsisten dan bahkan dalam rentang periode waktu tertentu tidak pernah diupdate. Hal ini mengakibatkan penurunan jumlah kunjungan pengguna internet yang mengakses halaman *website* www.kabarberitaindonesia.com.

Ukuran dari sebuah keberhasilan dari penggunaan teknik SEO yang dilakukan terhadap sebuah *website* tidak lepas dari 2 faktor utama yang telah disebutkan pada paragraf awal yang ada dalam sub-bab ini yaitu terdapat peningkatan total trafik *website* (jumlah kunjungan) dan juga terdapat kenaikan peringkat indeks halaman *website*. Dengan penggunaan *link* yang optimal dan juga pemilihan kata kunci yang tepat, maka ke-2 hal tersebut dapat tercapai, namun demikian konten yang berkualitas dan secara konsisten diupdate kemudian ditampilkan dalam halaman *website* juga dapat membantu secara signifikan kenaikan peringkat dari sebuah halaman *website*. Hal ini dikarenakan konten juga merupakan bagian dari informasi penting yang akan ditampilkan dalam sebuah halaman *website* dan dilihat secara langsung oleh para pengunjung *website*. Konten yang menarik, informatif dan memiliki nilai informasi yang berguna dapat menarik pengunjung *website*

secara alami untuk konsisten mengunjungi atau berlangganan konten (*subscribe*) dari sebuah *website*.

5. KESIMPULAN

Penelitian dan penulisan paper mengenai penggunaan teknik SEO menggunakan metode on-site optimization ini, menghasilkan beberapa poin kesimpulan berikut ini :

- (1) Penggunaan teknik SEO merupakan bagian penting dalam rangka menjaga kelangsungan hidup dari sebuah *website* dalam jangka waktu yang panjang, juga dapat memberikan nilai penerimaan keuntungan yang besar baik dari sisi bisnis secara *on-line* dan juga *off-line*.
- (2) Peringkat *website* yang tinggi akan berdampak pada jumlah kunjungan yang tinggi dan hal ini akan membawa dampak yang positif karena akan meningkatkan popularitas dari sebuah halaman *website*. Namun demikian, perlu disadari juga bahwa keamanan *website* menjadi salah satu kunci dalam mempertahankan stabilitas data statistik jumlah kunjungan halaman *website* karena hal ini akan mempengaruhi kenyamanan para pengunjung *website*.
- (3) Konten berkualitas dan bermutu yang ditampilkan dalam halaman *website* memberikan bukti dan pengaruh yang nyata dalam meningkatkan peringkat sebuah halaman *website* secara signifikan, hal ini juga memperlihatkan bahwa kesuksesan penggunaan teknik SEO juga perlu diimbangi dengan faktor-faktor lain yang bersifat non-teknis.

5.1 Penelitian di Masa Depan

Beberapa saran yang perlu diperhatikan untuk menjadi perhatian untuk dilakukan dan dipelajari pada penelitian yang akan datang mengenai penggunaan teknik SEO, khususnya pada halaman-halaman *website* modern adalah sebagai berikut :

- (1) Faktor-faktor lain yang tak kalah penting dalam penggunaan teknik SEO seperti penggunaan XML *Sitemap*, struktur direktori *website* dan juga penggunaan sosial media. Beberapa faktor tersebut perlu dibahas dengan lebih baik lagi sehingga memberikan banyak alternatif dalam rangka memperbaiki peringkat halaman *website*.
- (2) Perlunya studi lanjutan, analisa dan juga kemampuan dalam melihat tren yang terjadi di kalangan pengguna internet, hal ini dimaksudkan agar teknik SEO yang digunakan dapat menyesuaikan dengan setiap perubahan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, M., Sohail, I., Hayat, S., Shafi, I., & M., Saeed, U. (2010). Search Engine Optimization Techniques Practiced in Organizations : A Study of Four Organizations, *Journal of Computing*, Vol.2, Issue 6.
- Dhawan, S., Kumar, N., & Sethi, D. (2012). Search Engine Marketing : Key Factors in Design and Implementation, *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications (IJEBA)*, Vol.2, Issue 1, pp. 37-41.
- Himawan, Arisantoso & Saefullah, A. (2015). Analisa Pengaruh Penggunaan Search Engine Optimization (SEO) Pada *Website* E-Commerce. Proceedings in Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia (SESINDO).
- Hui, Z., Shigang, Q., Jinhua L., & Jianli, C. (2012). Study on *Website* Search Engine Optimization. In: *International Conference on Computer Science and Service System*, pp. 930-933, Nanjing, China.
- Jadhav, J.R., Gupta, P.O., & Pawar, T.U. (2014). Significant Role of Search Engine in Higher Education, *International Journal of Scientific & Engineering Research*, Vol.2, Issue 4.
- Kanwal, W. (2011). *Exploring Search Engine Optimization (SEO) Techniques for Dynamic Websites* (Master Thesis Computer Science).
- Kumar, R. & Saini, S. (2011). A Study on SEO Monitoring System Based on Corporate *Website* Development, *International Journal of Computer Science, Engineering and Information Technology (IJCSIEIT)*, Vol.1, No.2.
- Patil Swati, P., Pawar B.V., & Patil Ajay S. (2013). Search Engine Optimization : A Study, *Research Journal of Computer and Information Technology Sciences*, Vol.1.

- Rehman, U., K., & Khan, A., N., M. (2013). The Foremost Guidelines for Achieving Higher Ranking in Search Results through Search Engine Optimization, *International Journal of Advanced Science and Technology*, Vol. 52.
- Singh, T. & Maini, R. (2013). *A Comprehensive Review on Search Engine Optimization*, *Journal of Global Research in Computer Science*, Vol.4, No.1.
- Sohail, A. (2012). Search Engine Optimization Methods & Search Engine Indexing for CMS Applications, Master's Thesis, Lappeenranta University of Technology.