



Optimalisasi Konten Artikel di Media *Online*

Rais Maulana Ihsan^{1*}, Betty Tresnawaty¹, Abdul Aziz Ma'arif¹

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : raisisan20@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) *On Page* dan *Off Page* pada penulisan konten artikel di Sabilia.id sehingga mampu menempati halaman pertama mesin pencari Google. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif guna menggali dan menganalisis berbagai temuan di lokasi penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sabilia.id menerapkan SEO *On Page* dengan mengutamakan kata kunci (*keyword*) sebagai landasan awal pembuatan artikel, serta sangat memperhatikan kualitas isi konten agar menjadi *human friendly*. Istilah *human friendly* sendiri mengacu pada artikel yang nyaman dibaca, tidak *clickbait* atau hoaks, dan menggunakan bahasa yang baik dan benar. Sementara itu untuk penerapan SEO *Off Page*, Sabilia.id menerapkan dua jenis metode *backlink* yaitu *reciprocal linking* (dua arah) dan *one way linking* (satu arah).

Kata Kunci : Optimalisasi Artikel; *Search Engine Optimization*; *Human Friendly*

ABSTRACT

This study aims to determine the application of On Page and Off Page Search Engine Optimization (SEO) techniques to writing article content on Sabilia.id so that it can occupy the first page of the Google search engine. This study uses a descriptive method with a qualitative approach to explore and analyze various findings at the research location. The results of the study show that Sabilia.id implements On-Page SEO by prioritizing keywords as the initial basis for creating articles, and pays close attention to the quality of articles so that they are human friendly. The term human friendly itself refers to articles that are comfortable to read, not clickbait or hoax, and use good and correct language. Meanwhile for implementing Off Page SEO, Sabilia.id applies two types of backlink methods, namely reciprocal linking (two directions) and one way linking.

Keywords: *Article Optimization*; *Search Engine Optimization*; *Human Friendly*

PENDAHULUAN

Perkembangan komunikasi massa sudah memasuki era baru semenjak adanya teknologi komputer yang diikuti dengan kemunculan internet pada tahun 1990-an. Keberadaan internet saat ini sangat berguna bagi masyarakat karena memberikan jalan untuk menyampaikan informasi dengan cakupan dan kapasitas yang lebih luas. Adanya media baru, termasuk internet, berpengaruh pada perubahan cara komunikasi masyarakat. Internet kini menjadi salah satu bagian penting dalam kehidupan yang memenuhi kebutuhan manusia akan komunikasi dan informasi. Internet beroperasi sebagai jaringan global yang memungkinkan komunikasi antar lokasi di seluruh dunia, serta menyediakan informasi tanpa batas bagi manusia.

Internet merupakan kependekan dari *interconnection networking* yang secara harfiah berarti jaringan atarkoneksi (Romli, 2018: 16). Berkat jaringan inilah berbagai perangkat komputer dan digital bisa terhubung dan menghasilkan wadah baru untuk berbagi informasi dan berinteraksi, wadah itu dikenal dengan media online. Berbeda dengan media konvensional (cetak dan elektronik), media online menghadirkan informasi yang up to date dan fleksibel selama menggunakan perangkat digital yang terhubung dengan internet. Informasi di media online biasanya disediakan situs web (*website*) dalam bentuk tulisan. Keistimewaan yang dimiliki media online lainnya yaitu informasi yang diperoleh cenderung berdasarkan keinginan diri sendiri dan tidak dipaksakan dari media ke khalayak.

Banyak media *online* yang bermunculan dengan membawa berbagai macam konten dan informasi didalamnya. Media *online* yang banyak digunakan oleh khalayak adalah situs web atau website. Situs web merupakan salah satu layanan yang didapat oleh pemakai komputer yang terhubung dengan fasilitas hypertext untuk menampilkan data berupa teks, gambar, suara, animasi dan multimedia lainnya. (Kustiyarningsih, 2013: 34). Dalam kurun waktu 1991 hingga 2021 sudah terdaftar sebanyak 1,88 miliar situs web di seluruh dunia (Statista, 2021)

Angka tersebut sudah termasuk 588.626 situs web yang berbahasa Indonesia. Terlepas dari banyaknya situs web yang beredar di internet, khalayak harus menggunakan mesin pencari (search engine) untuk menemukan situs web yang dituju. Google Search merupakan mesin pencari yang paling banyak digunakan oleh khalayak, tercatat lebih dari 91% pasar mesin pencari global dikuasai oleh Google. Dari jumlah situs web yang mencapai miliaran itu, Google Search hanya memberikan 10 tempat bagi situs web untuk bisa bertengger di setiap kolom halamannya.

Berdasarkan data *internetworldstats*, pengguna internet di Indonesia mencapai 30 juta jiwa, atau 12,3 % dari populasi di Indonesia pada tahun 2010. Sabilia.id merupakan situs web yang menyajikan konten artikel di mesin pencari berdasarkan tren informasi terkini. Situs web ini bukanlah media *online* ternama, seperti *kompas.com*, *detik.com*, atau *pikiran-rakyat.com*. Namun, berdasarkan pengamatan peneliti melalui konten artikel yang dipublikasikannya, seringkali situs ini mendapatkan tempat teratas di halaman mesin pencari Google. Sementara untuk tampil pada halaman pertama bukanlah hal yang mudah karena situs harus bersaing dengan situs lainnya yang jumlahnya bisa mencapai jutaan.

Perkembangan Sabilia.id guna mendapatkan ratusan ribu pengunjung, tak terlepas dari amunisi yang dikeluarkan oleh mereka yaitu konten. Namun pembuatan konten tulisan di media online supaya tampil pada halaman pertama mesin pencari (*search engine*) tidaklah sembarangan. Pengelola harus menggunakan sebuah teknik yang disebut dengan *Search Engine Optimization* (SEO). Penerapan SEO pada konten artikel website bertujuan untuk menempatkannya pada posisi teratas, atau setidaknya menempati halaman pertama hasil pencarian, sehingga memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung (Romli: 2018: 100). Kemudian penggunaan teknik SEO merupakan cara terbaik untuk menarik pengunjung dan meningkatkan lalu lintas akses ke situs web. Hal ini karena SEO dapat membantu meningkatkan peringkat situs pada hasil pencarian mesin pencari. Dengan menerapkan berbagai teknik SEO *On Page* dan *Off Page* yang tepat, situs web dapat memperoleh kemampuan untuk muncul di hasil pencarian mesin pencari (Poongkode & Nirosha, 2014).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penelitian ini memiliki fokus yaitu bagaimana penerapan teknik Search Engine Optimization (SEO) On Page pada konten artikel di Sabilia.id serta bagaimana penerapan teknik Search Engine Optimization (SEO) Off Page pada konten artikel di Sabilia.id.

Menelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif guna menggali dan menganalisis berbagai temuan pada saat penelitian.

LANDASAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan Teori Media Baru (*New Media*), yakni wadah dimana semua pesan komunikasi bisa terpusat dan mudah untuk disalurkan menggunakan teknologi internet dan melibatkan *audiens* untuk meningkatkan proses interaksi dan komunikasi (McQuail, 2011: 148). Ciri utama dari media baru adalah adanya interaksi, aksesibilitas bagi individu sebagai penerima maupun pengirim pesan,

kemampuan untuk berinteraksi, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya tidak terbatas pada lokasi tertentu (McQuail, 2011: 43).

Salah satu kajian dalam teori media baru yakni media *online*. Secara teknis, media *online* adalah media yang berdasarkan teknologi telekomunikasi dan multimedia seperti komputer dan internet. Contoh kategori media *online* meliputi portal, situs web seperti blog dan media sosial seperti Facebook dan Twitter, kemudian radio *online*, TV *online*, dan email (Romli, 2018: 35).

Media *online* yang seringkali digunakan oleh khalayak untuk mendapatkan informasi yaitu situs web (*website*) atau disingkat web. Situs web adalah halaman yang mengandung konten, seperti teks, video, audio, dan gambar. *Website* dapat diakses melalui internet dan memiliki alamat URL (*Uniform Resource Locator*) yang berawalan 'www' atau 'http://' (Romli, 2018: 16). Menurut Arief (2011:7) mengungkapkan : “ Web adalah salah satu aplikasi yang berisikan dokumen – dokumen multimedia (teks, gambar, animasi, video) didalamnya yang menggunakan protocol HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*) dan untuk mengaksesnya menggunakan perangkat lunak yang disebut browser.” Website adalah suatu sistem yang berkaitan dengan dokumen digunakan sebagai media untuk menampilkan teks, gambar multimedia dan lainnya pada jaringan internet. Konten pada situs web sebaiknya mengandung kata kunci (*keyword*), serta didukung dengan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) (Romli, 2018: 101-103).

Search Engine Optimization atau yang biasa disingkat dengan SEO adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan *volume* dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari tersebut (Bunafit Nugroho, 2010). Definisi lainnya, SEO adalah teknik yang digunakan untuk meningkatkan popularitas atau keberadaan sebuah *website* agar mudah ditemukan oleh mesin pencari dan menaikkan peringkat pada hasil pencarian, sehingga dapat menarik lebih banyak pengunjung. (Riyanto & Purwadi, 2016).

Tujuan dari SEO adalah menempatkan sebuah situs/web pada posisi atas dari hasil pencarian berdasarkan kata kunci tertentu yang ditargetkan sehingga akan lebih mudah untuk ditemukan oleh pengguna internet atau khalayak. Secara logis, situs web yang menempati posisi teratas pada hasil pencarian akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung (Jati, 2011).

Dalam segi praktiknya, SEO terbagi menjadi 2 bentuk atau model, yaitu *On Page* (*on-site*) dan *Off Page* (*off-site*). *SEO On Page* merupakan optimalisasi atau optimasi konten atau web didalam web itu sendiri, yang terdiri dari pengaturan

kata kunci (*keywords*) pada *meta tag*, judul, penempatan *keywords*, eksternal *link*, kepadatan kata kunci, dan lain-lain (Swati, 2013: 11). Kemudian 4 hal lainnya yang perlu diperhatikan dalam optimasi didalam situs ini yaitu kualitas konten, judul tulisan yang akurat, *image* atau gambar konten, dan *link* internal (Romli, 2018: 101-103). Sementara itu, SEO *Off Page* merupakan pengoptimasian web berkisar *link* yang mengarah ke situs web sendiri dari *website* lain, optimasi ini disebut juga sebagai *backlink*. (Swati, 2013: 12). Dalam istilah dasar, *backlink* adalah tautan apapun yang diterima oleh halaman web, direktori, situs, atau domain dari node web lain.

Keberadaan *backlink* awalnya penting untuk navigasi web, dan saat ini penting untuk peringkat mesin pencari. Swati (2013: 12) mengelompokkan SEO *Off Page* kedalam 3 bentuk, yakni *link reputation*, *click popularity*, dan *inbound link*. Muhammad Hafizh Rashin (2023) mengemukakan manfaat *Search Engine Optimization* (SEO) pada *website* adalah mampu membuat suatu laman atau situs menjadi lebih *valuable*. Tidak semua *website* yang ada di internet memiliki *value* yang sama. Secara sederhana, *website* dengan jumlah kunjungan yang tinggi tentu jauh lebih *valuable* dibanding *website* yang angka kunjungan atau *traffic* bulannya relatif sepi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara dan observasi penulis terhadap empat informan, diperoleh jawaban mengenai penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) di Sabilia.id yang beragam, namun berlandaskan konsep yang sama. Seperti yang dikemukakan oleh Swati (2013) jika optimasi dalam sebuah web terdiri dari faktor yaitu didalam web itu sendiri (*On-site*) dan diluar web (*Off-site*). Pada praktiknya, dua informan memahami dan mengerti mengenai kedua konsep tersebut karena sudah berpengalaman dalam mengelola *website*. Sementara itu dua lainnya lebih memahami pengoptimaliasian konten artikel berdasarkan *On Page*.

Seperti yang dikatakan oleh Putera, pendiri sekaligus pengelola Sabilia.id mengatakan SEO merupakan pengoptimasian khusus terhadap sebuah web beserta konten didalamnya untuk memperoleh peringkat tertinggi di mesin pencari, sementara mesin pencari yang saat ini digandrungi oleh para pengguna internet yaitu Google, penerapannya terbagi menjadi dua yaitu *On Page* dan *Off Page* (Hasil wawancara dengan Putera, 18 Januari 2023).

Lebih lanjut Putera menjelaskan *On Page* bisa terdiri dari pengaturan kata kunci (*keyword*) yang dimulai dari proses pencariannya hingga penerapannya pada konten artikel. Tidak hanya itu, Putera menyebutkan optimasi didalam web

lainnya seperti judul, sub-judul, *meta description*, gambar, dan struktur hingga isi konten artikel. Sementara *Off Page*, ia menyebutkan penanaman *backlink* adalah sesuatu yang akan memperkuat web itu sendiri.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Sultan, selaku editor atau redaktur dari Sabilia.id, yang menyebut jika SEO merupakan cara agar konten bisa tampil di halaman pertama mesin pencari. Penerapannya untuk sebuah konten agar bisa tampil pada halaman pertama Google sehingga mendapatkan lebih banyak *viewers* (pembaca) (Hasil wawancara dengan Sultan, 18 Januari 2023).

Menurut Nashir, penulis konten (*content writer*) Sabilia.id, SEO berarti serangkaian proses yang merujuk pada kata kunci (*keyword*) tertentu agar web bisa mendapatkan posisi tertinggi di mesin pencari Google, yang efeknya akan meningkatkan jumlah pembaca dengan kata kunci tersebut (Hasil wawancara dengan Nashir, 19 Januari 2023).

Sama halnya dengan Nashir, Rachmawan yang juga merupakan *content writer* Sabilia.id, mengatakan jika SEO lebih memperhatikan kata kunci yang tepat dan akurat agar konten bisa ditemukan lebih mudah, lalu selain kata kunci, judul juga perlu diperhatikan agar lebih menarik pengunjung. (Hasil wawancara dengan Rachmawan, 19 Januari 2023)

Dari keempat informan tersebut dapat diambil kesimpulan jika *Search Engine Optimization* (SEO) merupakan serangkaian proses yang dilakukan pada sebuah *website* agar bisa bersaing atau bahkan menempati peringkat pertama pada mesin pencari. Serangkaian proses tersebut dapat berupa pengoptimasian *On Page* yang terdiri judul, sub-judul, meta description, gambar, dan struktur hingga isi konten artikel. Kemudian pengoptimasian *Off Page* berupa penanaman *backlink* agar memperkuat kedudukan konten di hasil pencarian.

Pernyataan para informan juga didukung oleh Nugroho (2010) yang menjelaskan bahwa SEO adalah serangkaian tahapan yang diterapkan secara terstruktur untuk meningkatkan jumlah dan kualitas kunjungan melalui mesin pencari dengan memanfaatkan cara kerja atau algoritma mesin pencari. Definisi lainnya, SEO merupakan cara untuk memaksimalkan situs web agar muncul pada peringkat teratas hasil pencarian, khususnya pada pencarian organik yaitu saat pengguna memasukkan kata kunci pada mesin pencarian Google (Adani, 2020).

Kemudian konten pada situs web sebaiknya mengandung kata kunci (*keyword*), serta didukung dengan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) yang memperhatikan 4 hal, yaitu kualitas konten, judul tulisan yang akurat, *image* atau gambar konten, dan *link* internal (Romli, 2018). Lebih lanjut dari segi praktiknya,

SEO terbagi menjadi 2 bentuk atau model, yaitu *On Page (on-site)* dan *Off Page (off-site)*. SEO *On Page* merupakan optimalisasi atau optimasi konten atau web didalam web itu sendiri, yang terdiri dari pengaturan kata kunci (*keywords*) pada *meta tag*, judul, penempatan *keywords*, eksternal *link*, kepadatan kata kunci, dan lain-lain. (Swati, 2013).

Sementara SEO *Off Page* merupakan pengoptimasian web berkisar *link* yang mengarah ke situs web sendiri dari *website* lain, optimasi ini disebut juga sebagai *backlink* (Swati, 2013). Pengoptimasian ini terdiri dari *link reputation*, jumlah klik, dan *inbound link* atau disebut juga sebagai *backlink*. (Swati, 2013). Berbeda dengan Swati, Kumar menjelaskan hanya ada dua faktor yang mempengaruhi optimalisasi diluar *website* terdiri dari *link reputation* (reputasi *link/web*) dan *link building (backlink)* (Kumar, 2019).

Berdasarkan temuan pada penelitian terhadap informan. Berikut peneliti uraikan dalam dua fokus penelitian. *Pertama*, mengenai penerapan teknik *Search Engine Optimization (SEO) On Page* terhadap konten artikel di Sabilia.id. *Kedua*, mengenai penerapan teknik *Search Engine Optimization (SEO) Off Page* terhadap konten artikel di Sabilia.id.

Penerapan Teknik *Search Engine Optimization (SEO) On Page* pada Konten Artikel di Sabilia.id

Penerapan teknik *Search Engine Optimization (SEO) On Page* merujuk pada optimasi yang dilakukan didalam situs web itu sendiri. Metode ini menjadi sebuah upaya bagi praktisi penulis konten di *website* untuk memperoleh tempat pada halaman pertama mesin mencari, atau setidaknya terindeks oleh sistem pencarian.

Hal pertama yang harus diperhatikan sebagai praktisi *Search Engine Optimization (SEO)* yaitu kata kunci (*keyword*). Pengelola Sabilia.id, Putera mengemukakan bahwa kedudukan kata kunci di *website* adalah yang paling tinggi. Bukan tanpa alasan, karena menurutnya kata kunci menjadi gerbang pembuka penulis konten (*content writer*) untuk mengembangkannya menjadi satu bahkan banyak artikel. Putera memaparkan sempat kesulitan menembus halaman pertama Google karena artikelnya tidak disertai kata kunci yang relevan (Hasil wawancara dengan Putera, 18 Januari 2023).

Putera menerangkan penggunaan kata kunci (*keywords*) tidaklah sembarangan. Kata kunci haruslah berasal dari kueri yang terbanyak diketikkan oleh pengguna internet di mesin pencari, istilah ini sering disebut dengan *trending keywords*. Ketika ditanyakan mengenai alat yang digunakan untuk mencari kata kunci, ia langsung menunjukkan halaman sebuah *platform* bernama Google Trends

di perangkat komunikasinya. Ia menjelaskan jika alat tersebut sangat efektif untuk mencari kata kunci yang sedang banyak dicari (*trending*) oleh netizen. (Hasil wawancara dengan Putera, 18 Januari 2023).

Hal tersebut didukung dengan pernyataan Sultan mengenai kata kunci *trending*. Penggunaan kata kunci yang sedang *trending* adalah langkah yang tepat. Logikanya jika misalkan seseorang mencari '*barga tiket persib*', namun belum ada satupun media yang menulisnya. Lalu, kita buat artikel mengenai itu dengan judul yang sama dengan kata kunci tersebut. Secara otomatis Google akan langsung merujuk informasi mengenai '*barga tiket persib*' ke artikel kita. Berbeda halnya ketika belum ada yang menulisnya, Google hanya akan merujuk kepada informasi yang seadanya dan tidak sesuai dengan harapan netizen. (Hasil wawancara dengan Sultan pada 18 Januari 2022).

Sebagai penulis konten, Nashir mengatakan jika seorang penulis konten harus *update* di media manapun agar mendapatkan topik yang sedang hangat dibicarakan. Menurutnya memantau pembicaraan yang hangat akan menjadi peluang untuk mendapatkan kata kunci, karena netizen yang penasaran pastinya akan mencari informasi tersebut di Google, seperti misalnya di Twitter sedang ada kata *trending*, bukan hal mustahil jika netizen beralih ke mesin pencari untuk mendapatkan maksud dari kata tersebut, atau bahkan informasi yang relevan dengan kata yang dimaksud.

Sementara Rachmawan menganggap jika mencari kata kunci tidaklah mudah. Ia mengaku jika seringkali tidak mendapatkan kata kunci. Ia mengalami selama berjam-jam pernah tidak mendapat kata kunci sama sekali, netizen memiliki jam-jam tertentu untuk mencari informasi, dan tidak bisa diduga-duga. Tapi menurut saya Google Trends sebagai salah satu layanan yang akurat membaca pergerakan kata kunci. Jadi sebagai *content writer* harus *stand by* memantau Google Trends, pokoknya kata kunci di artikel harus diperhatikan dengan teliti. (Hasil wawancara dengan Rachmawan pada 19 Januari 2023)

Pemanfaatan indeks Google Trends dalam melakukan prediksi masa kini (*nowcasting*) semakin dimungkinkan mengingat banyaknya pengguna internet yang memanfaatkan mesin pencari Google Search (Ayuningtyas & Wirawati, 2019). Kemudian penemuan kata kunci yang sesuai dan penggunaannya dalam konten situs web akan mengarah pada pengindeksan yang lebih baik dan karenanya pada peringkat yang lebih baik (Nazar, 2009).

Perlu diingat bahwa penggunaan kata kunci yang berlebihan dapat memberikan dampak negatif pada halaman *website* dalam halaman mesin pencari,

karena dianggap sebagai penumpukan kata kunci atau *keyword stuffing* (Kanwal, 2013). Kata kunci sendiri terdiri dari dua jenis yaitu *short tail keywords* dan *long tail keywords*. *Short tail keywords* merupakan kata kunci yang kurang dari atau sama dengan dua kata (Halim & Papatungan, 2020).

Strategi pemilihan dan penempatan kata kunci di halaman *website* sangat penting, Sabilia.id mengatur hal ini sebagaimana yang direkomendasikan oleh Google, yaitu pada judul, sub-judul, dan deskripsi meta (paragraf pertama). 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).

Optimasi kedua pada *On Page* yakni judul dan deskripsi meta (*meta description*) atau umumnya disebut deskripsi judul. Menurut Putera, judul merupakan titik inti yang harus ditanamkan kata kunci karena akan menjadi bagian yang pertama kali dilihat. Jika judul tidak memuat *keyword*, dikhawatirkan keseluruhan dari artikel atau konten yang dibuat tidak akan teridentifikasi oleh Google. Begitupun dengan penulisan kata kunci yang tidak boleh salah meskipun satu huruf (Hasil wawancara dengan Putera, 18 Januari 2023).

Selanjutnya, Putera menjelaskan pentingnya sub judul untuk artikel yang menggunakan optimasi *Search Engine Optimization* (SEO). Peran sub judul ini memudahkan pembaca untuk memindai informasi yang sedang dicari. Bagian dalam artikel ini sangat berpengaruh, terkhususnya ketika melihat karakteristik pembaca. Perihal penempatan kata kunci di sub judul, ia berspekulasi jika hal itu menjadi alternatif lain selain judul utama untuk di-*scanning* oleh Google. Penempatan kata kunci di sub judul juga bermanfaat untuk memperkuat kedudukan artikel, karena informasi yang disajikan dianggap informatif dan mudah untuk dicerna (Hasil wawancara dengan Putera, 18 Januari 2023).

Sementara, Sultan menjelaskan meskipun penulis tidak mengatur deskripsi judul / deskripsi meta pada bagian penyuntingan artikel, maka Google akan secara otomatis mengambilnya dari paragraf pertama. Hal itulah yang mendasari alasan paragraf pertama harus memuat kata kunci. Sebisa mungkin paragraf pertama harus ringkas dan mengandung kalimat yang membuat pembaca tertarik untuk mengunjungi artikel dalam *website*. Deskripsi yang terletak dibawah judul ini juga memiliki fungsi lain, yaitu sebagai keterangan untuk meyakinkan pengguna internet mengenai topik pembahasan artikel (Hasil wawancara dengan Sultan, 18 Januari 2023).

Penulis konten Sabilia.id, Nashir memberikan pendapatnya mengenai penggunaan judul yang bagus untuk menarik pembaca di media *online*. Menurutnya judul bisa dibuat dengan kata kunci itu sendiri, dan menambahkan kalimat tanya agar netizen penasaran dengan bahasan pada artikel. Selain itu, ia mengatakan pentingnya kesesuaian judul dengan isi artikel, agar bisa menjawab informasi yang sedang dicari (Hasil wawancara dengan Nashir, 19 Januari 2023).

Kemudian penulis konten lainnya, Rachmawan mengatakan jika judul pada artikel adalah komponen pertama yang diperhatikan oleh pengguna mesin pencari. Hal ini menjadikannya sebagai sesuatu yang harus diutamakan setelah kata kunci yang akurat. Karena menurutnya keterangan atau deskripsi untuk memperjelas judul yang dimaksud dan keterangan singkat mengenai isi dalam artikel (Hasil wawancara dengan Rachmawan, 19 Januari 2023).

Dapat diambil penjelasan dari keempat informan tersebut jika penggunaan judul dan deskripsi judul (*meta description*) pada konten artikel sangatlah penting untuk mempermudah indeks mesin pencari dan memberikan gambaran singkat isi artikel melalui deskripsi tersebut. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Prasetya (2021) yang mengatakan jika fungsi *meta description* untuk mendeskripsikan sebuah kesimpulan dari isi halaman *website*, dalam praktiknya deskripsi meta merupakan satu paragraf singkat yang akan digunakan oleh Google (atau mesin pencari lain) untuk ditampilkan pada hasil pencarian.

Judul pada artikel biasanya diawali dengan kalimat tanya dan mengandung unsur *clickbait*. Pencarian yang tak terhitung jumlahnya dimulai dengan frasa seperti “Bagaimana...” atau “Mengapa...” atau “Kapan...” (Upland, 2020). Selain itu, judul dengan kalimat tanya cenderung membuat audiens penasaran. Penggunaan judul seperti ini dapat masuk ke *clickbait*, yakni pancingan agar pembaca mengklik judul berita atau membukanya (Romli, 2018).

Optimasi ketiga untuk SEO *On Page* yaitu penggunaan *anchor text* yang terdiri dari internal dan eksternal *link* pada konten artikel. Jika pembaca mengeklik anchor text tersebut, mereka akan diarahkan ke halaman lain di website yang sama. Hal ini sangat penting untuk dilakukan karena dapat meningkatkan SEO *website* dan memudahkan Google dalam mengindeks dan memahami semua halaman di situs *website*.

Editor Sabilia.id, Sultan mengatakan jika internal link adalah tautan yang ditanamkan pada artikel mengarah ke situs sendiri. Bentuknya berupa *anchor text* atau sebuah teks yang dapat diklik. Ia menjelaskan bahwa internal link sangat penting dimasukkan dalam artikel sebagai upaya memaksimalkan optimasi agar

lebih diperhitungkan dalam *Search Engine Page Rank* (SERP). Begitupun untuk khalayak, fungsinya yakni sebagai navigasi atau rekomendasi tulisan yang relevan dengan topik yang disajikan (Hasil wawancara dengan Sultan, 18 Januari 2023).

Kemudian pendiri Sabilia.id, Putera menerangkan bahwasannya pengaruh internal *link* terhadap web sangatlah besar, yaitu berefek pada turunnya *Bounce Rate* atau rasio pantulan. Ia menjelaskan jika rasio pantulan yang kecil akan membuat web dinilai oleh Google lebih ramah pembaca, karena pengguna internet dianggap melakukan aktivitas yang relatif lama disana. Ia mengatakan untuk memperkecil rasio pantulan, Sabilia.id menerapkan sistem dua halaman dalam satu konten artikel dan menambahkan internal *link* pada kalimat atau kata ke konten artikel yang relevan (Hasil wawancara dengan Putera, 18 Januari 2023).

Penulis konten Sabilia.id, Nashir mengatakan jika ingin menerapkan internal *link* pada web harus menulis konten sebanyak-banyaknya terlebih dahulu. Ia pun juga mengatakan jika awal-awal pembuatan web sebaiknya fokus terlebih dahulu kepada kuantitas tulisan terlebih dahulu. Ia menganggap semakin banyak artikel dengan topik terkait akan membuat tautan internal *link* lebih mudah diterapkan pada konten artikel (Hasil wawancara dengan Nashir, 18 Januari 2023).

Sama halnya dengan Nashir, Rachmawan mengatakan pentingnya internal *link* untuk menghubungkan satu konten dengan konten lainnya yang relevan. Sehingga pengunjung tidak hanya membaca satu konten saja, seperti cerita yang memiliki seri lainnya atau variasinya agar tidak bosan. Dampaknya sendiri akan meningkatkan pengunjung secara tidak langsung (Hasil wawancara dengan Rachmawan, 18 Januari 2023).

Pendapat keempat informan tersebut didukung pernyataan jika 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). Penggunaan *link* dalam bentuk teks akan lebih baik dibandingkan *link* dalam bentuk grafik seperti penggunaan *banner* dan gambar (Dhawan, 2012).

Selain itu, link internal juga membuat pembaca lebih nyaman dan betah berada di dalam *website*. Namun penting diingat untuk memastikan bahwa *anchor text* yang digunakan memiliki relevansi dengan topik artikel yang dituju. Sebagian besar mesin pencari populer seperti google, yahoo, bing dan baidu menggunakan nproses perhitungan berapa banyak jumlah *link* yang digunakan untuk menghubungkan antara halaman *web* dengan halaman *web* lainnya (Dhawan, 2012).

Hal yang perlu diperhatikan lainnya pada optimasi *On Page* yaitu penggunaan gambar (*alt-images*). Putera mengatakan pentingnya mengoptimasi gambar dengan menambahkan kata kunci (*keyword*) didalamnya. Ia menjelaskan Alt images (alt text) adalah teks alternatif yang digunakan untuk mendeskripsikan gambar pada sebuah halaman web. Alt text biasanya ditampilkan ketika gambar tidak dapat ditampilkan atau ketika pengguna menggunakan pembaca layar untuk membaca halaman web (Hasil wawancara dengan Putera, 18 Januari 2023).

Oleh karena itu, penting untuk menyertakan alt text yang relevan dan akurat pada gambar pada halaman web untuk meningkatkan aksesibilitas, SEO, dan pengalaman pengunjung pada halaman web. Lebih lanjut, Sultan menambahkan penggunaan gambar pada sebuah artikel sangatlah penting, karena fungsinya sebagai visualisasi konten tersebut. Menurutnya ada dua fungsi gambar pada artikel, yaitu untuk visualisasi dan sebagai jalan agar diindeks lebih cepat oleh Google (Hasil wawancara dengan Sultan, 18 Januari 2023).

Seperti yang dikatakan oleh Swati (2013), teks alternatif atau tag menentukan teks alternatif untuk gambar-gambar. Teks deskriptif terkait dengan tag alt yang berfungsi sama tujuan dan menyampaikan informasi penting yang sama gambar. Alt tag pendek dan deskriptif yang mencerminkan teks tubuh itumenggambarkan gambar. Image SEO berkaitan dengan beberapa faktor utama seperti jenis gambar atau foto, ukuran resolusi gambar, beserta dengan waktu loading website. (Yoan, 2021). Alt text atau teks alternatif berfungsi sebagai keterangan gambar yang membantu mesin pencari Google dalam mengenali topik yang dibahas dalam konten. Alt text ini sebaiknya ditulis secara jelas dan detail untuk menggambarkan gambar tersebut dengan tepat. Dengan begitu, mesin pencari dapat memahami konten secara lebih baik (Fadhillah, 2022).

Optimasi kelima pada *On Page* yakni *Link URL*(*Permalink*). *Permalink* sebenarnya merupakan kependekan dari *Permanen Link* yang dalam bahasa indonesia berarti tautan permanen. Jadi *permalink* merupakan sebuah tautan atau *link* bersifat permanen yang menuju pada halaman atau *posting* pada website. *Permalink* adalah istilah yang digunakan untuk URL (*Uniform Resource Locator*) sebuah halaman web baik itu berupa *posting* maupun halaman statis. Seperti namanya, *permalink* bersifat permanen sehingga menjadi identitas sebuah halaman website. *Permalink* juga sifatnya unik, artinya tidak boleh ada yang sama (Yohan Jati, 2011).

Alamat URL (Uniform Resource Locator) adalah alamat web yang mengarah ke *website*, halaman web, atau dokumen tertentu di internet. Putera menjelaskan jika setiap artikel sudah pasti memiliki alamat URL atau *permalink* yang berbeda. *Link* URL atau kita biasa menyebutnya *permalink* yang berarti *permanent link*, dimana setiap konten memiliki itu berbeda-beda. Sama halnya alamat rumah, dimana kalau alamatnya salah ya tamu itu tidak akan bertemu dengan orang yang dituju. Maka dari itu *permalink* sendiri sudah pasti menjadi bagian konten artikel karena menjadi penghubung diantara pihak eksternal ke internal web,” (Hasil wawancara dengan Putera, 18 Januari 2023).

Begitupun dengan Sultan yang menganggap *permalink* adalah penghubung web dengan segala sesuatu diluar web. Artinya sebagai contoh jika sudah mencantumkan *link* di media sosial maka *link* itulah yang terhubung ke web. Berbeda ketika diubah nantinya akan menjadi *link* kosong atau terjadi *error*. Sultan menambahkan beberapa hal yang harus diperhatikan ketika membuat *permalink* ini. Selain harus mencantumkan kata kunci (*keyword*), didalamnya juga tidak boleh mengandung simbol-simbol seperti garis miring, tanda kutip, dan lainnya. (Hasil wawancara dengan Sultan, 18 Januari 2023)

URL mewakili alamat situs di internet. Kata kunci pencarian termasuk dalam URL sehingga mesin telusur akan menemukannya dengan mudah. URL pendek adalah disukai oleh mesin pencari (Swati, 2013). Sementara itu *Permalink* berfungsi sebagai pengatur tautan URL halaman di dalam sebuah website (Safira, 2022).

Bagi pengunjung website, *permalink* berfungsi untuk memudahkan mereka dalam menemukan halaman tertentu secara langsung di dalam website. Dengan mengetahui *permalink*, pengunjung website dapat dengan mudah mengunjungi halaman yang mereka tuju tanpa perlu mencari di mesin pencari terlebih dahulu (Safira, 2022).

Optimasi yang direkomendasikan oleh M. Romli (2018) yaitu kualitas isi konten artikel. Kualitas isi konten artikel SEO sangat penting untuk hasil pemerinkatan mesin pencari. Artikel yang berkualitas haruslah memiliki konten yang informatif, orisinal, dan relevan dengan topik yang dibahas. Konten harus ditulis dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca, serta tidak mengandung kesalahan tata bahasa atau ejaan yang mengganggu kualitas bacaan.

Berdasarkan pengamatan penulis, struktur artikel Sabilia.id mengawali paragrafnya dengan prolog atau kalimat pembukaan. Biasanya disana memuat informasi secara subjektif mengenai topik yang sedang dibahas, baru setelah itu masuk ke pembahasan inti atau isi artikel. Berbeda dengan artikel yang berbentuk

deskripsi, Sabilia.id memilih menggunakan Heading (H2) atau sub judul. Kemudian pada 20 artikel terakhirnya dari 15-16 Januari 2023, sebagian besar menggunakan sebanyak 2-3 H2.

Sultan selaku editor Sabilia.id menjelaskan perihal penggunaan sub judul bukan sebagai pemenuhan syarat SEO saja, namun membuat artikel lebih nyaman dibaca. Sub judul di Sabilia.id diterapkan karena standar penulisan standar SEO yang mengharuskannya. Bukan tanpa alasan, penggunaan sub judul itu menurutnya agar tulisan nyaman dibaca dan memudahkan pembaca untuk mencari informasi dengan cepat (Hasil wawancara dengan Sultan, 18 Januari 2023).

Selain struktur artikel, untuk memudahkan proses penyuntingan, WordPress dipakai Sabilia.id sebagai CMS atau sistem manajemen konten di Sabilia.id, Putera memberikan keterangan jika *platform* tersebut lebih praktis digunakan ketimbang CMS lainnya. Selain itu, alat atau plug-in yang bisa dimanfaatkan sebagai upaya pemaksimalan web terbilang lebih lengkap (Hasil wawancara dengan Sultan, 18 Januari 2023).

WordPress menyediakan beberapa fitur yang dapat membantu dalam proses penyuntingan, seperti plug-in Yoast SEO yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan meta tag, menambahkan sitemap, dan lain-lain. Namun, tetap perlu dilakukan optimisasi secara yang baik dan benar untuk hasil yang maksimal. Salah satunya yaitu dengan membatasi tulisan menjadi lebih ringkas dan bisa dipahami oleh semua kalangan pembaca di mesin telusur.

Bentuk artikel Sabilia.id terdiri dari struktur prolog, sub-judul, isi, dan penutup. Jika dilihat secara keseluruhan, rata-rata berbentuk *listicle*. Menurut ThoughtCo (2019), *listicle* adalah jenis artikel yang terdiri dari serangkaian fakta, tips, kutipan, dan lainnya yang diatur dalam bentuk tertentu, seperti sub-judul, penomoran atau poin-poin. Artikel dengan daftar bernomor menjadi format umum yang digunakan untuk mengemas konten pada *website* (Konnikova, 2019).

Penerapan Teknik *Search Engine Optimization* (SEO) *Off Page* pada Konten Artikel di Sabilia.id

Search Engine Optimization (SEO) *Off Page* adalah teknik optimisasi mesin pencari yang dilakukan di luar *website*. Tujuannya adalah untuk meningkatkan popularitas *website* dan mendapatkan peringkat yang lebih tinggi di mesin pencari. Salah satu cara untuk meningkatkan popularitas *website* adalah dengan meningkatkan jumlah *backlink* atau *link building* yang masuk kedalam situs. *Backlink* adalah tautan yang menuju ke *website* sendiri dari *website* lain. Semakin banyak *backlink* yang masuk,

semakin populer situs web di mata mesin pencari.

SEO *Off Page* terhadap *website* adalah dengan memberikan *backlink* yang berkualitas pada website utama (Satibi, Suharyono, dan Abdillah, 2017). Jumlah *backlink* adalah salah satu indikasi popularitas atau pentingnya website atau halaman misalnya, ini digunakan oleh Google untuk menentukan PageRank dari halaman web. SEO *Off Page* adalah tindakan yang dilakukan dibalik layar untuk meningkatkan peringkat web di mesin pencari. Tujuannya adalah untuk menarik robot mesin pencari dari situs web lain kedalam web yang dikelola dan meningkatkan reputasi web di mata mesin pencari (Cahyono & Triyono, 2013).

Berdasarkan wawancara dan pengamatan peneliti mengenai penerapan SEO *Off Page* di Sabilia.id, informan memiliki pendapat yang sama mengenai *Off Page*, terkhususnya Putera dan Sultan yang sudah melakukan praktik secara langsung ketika melakukan *link building*. Hal pertama yang disampaikan oleh Putera mengenai SEO *Off Page* langsung mengarah ke *backlink* atau *link* balik. Namun, ia menyampaikan jika *Off Page* merupakan optimasi yang dilakukan dan berasal dari luar *website*.

Off Page merupakan aktivitas optimasi yang berhubungan dengan hal diluar *website*, hal yang diutamakan pada optimasi ini biasanya melakukan *link building* atau proses pembuatan *backlink*. Artian lain SEO *Off Page* seperti mempromosikan web kita ke ranah eksternal, sehingga web semakin dikenali dan bisa jadi akan membuatnya dijadikan sebagai referensi bagi web lain (Hasil wawancara dengan Putera, 18 Januari 2023).

Penggunaan *backlink* tidak sebanyak optimasi yang dilakukan pada SEO *On Page*. Putera mengutarakan pentingnya *backlink* untuk mempertegas posisi dari web pada halaman Google, dan potensi meraih peringkat pertama bukan sesuatu yang mustahil. Ia menganggap kalau *backlink* merupakan pilihan yang tepat sebagai optimasi yang simpel dan tak memerlukan banyak ketentuan. Meskipun begitu, pria yang akrab disebut Rizal ini tetap mementingkan takaran yang dibutuhkan oleh *website* Sabilia.id, artinya *link building* atau proses pembuatan *backlink* tidak dilakukan secara terus menerus atau berlebihan. Alasannya yaitu dikhawatirkan mesin pencari menganggapnya sebagai *spam*.

Lebih lanjut, Putera menerangkan jika *backlink* terdapat dua macam, yaitu *dofollow* dan *nofollow*, situs Sabilia.id sendiri lebih memprioritaskan *dofollow* karena pengaruhnya terhadap web lebih terlihat. Cara yang ia lakukan untuk melakukan *dofollow backlink* yaitu dengan menghubungi web kompetitor untuk bekerjasama agar memasang *link* dari Sabilia.id di webnya. Namun untuk bekerjasama membutuhkan kesepakatan tertentu seperti harga dan topik yang akan dibuat.

Melakukan *backlink* tidaklah sembarangan, harus memilih *website* yang relevan dan tidak berunsur negatif. Hal ini Putera sampaikan saat wawancara penelitian bersama penulis. Ia menyebut jika *backlink* yang bagus berasal dari *website* yang memiliki reputasi bagus pula. Sementara, bagus atau tidaknya sebuah *website* bisa dilihat dari beberapa indikator, diantaranya web selalu tampil pada halaman pertama mesin pencari Google, selalu konsisten membuat konten atau berita, dan memiliki nilai DA PA yang tinggi.

Website yang selalu tampil teratas di Google sangat direkomendasikan untuk dipasang *backlink* karena memiliki reputasi yang bagus dan konsisten dalam memberitakan informasi. Kemudian nilai DA dan PA bisa dijadikan patokan, namun kita *pun* harus berhati-hati karena seringkali ada *website* yang menawarkan untuk memasang *backlink* disana tetapi nilainya itu dimanipulasi. Hal yang paling bagus cara pertama yaitu melihat *website* kompetitor yang sering tampil pada halaman pertama Google (Hasil wawancara dengan Putera, 18 Januari 2023).

Melakukan *backlink* tidak bebas dan serta merta, namun harus memilih kualitasnya, salah satunya dengan mengecek nilai *Domain Authority (DA)* dan *Page Authority (PA)*. Keduanya merupakan skor yang dibuat oleh perusahaan alat pengoptimalan konten, MOZ, akala yang dipakai untuk memberikan skor yaitu dari 1 hingga 100 (Niagahoster, 2020). Bekerjasama dengan pengelola web lain untuk bertukar *backlink*, termasuk dalam kegiatan *Reciprocal Linking* atau *Two Way Linking* (Swati, 2013).

Sama halnya dengan Putera, editor Sabilia.id, Sultan berpendapat jika *website* yang sering berada pada halaman pertama mesin pencari Google sudah terindeks dengan baik. Seperti yang diketahui jika untuk tampil pada halaman pertama mesin pencari Google harus mengandalkan optimasi yang baik. Menurutnya langkah yang tepat bagi pengelola sebuah *website* memasang *link*-nya di web yang selalu mendapatkan peringkat teratas di Google (Hasil wawancara dengan Sultan, 18 Januari 2023).

Alternatif lainnya yang bisa dilakukan yaitu membeli domain atau *website* yang sudah *expired* (kedaluwarsa). Putera mengatakan bahwa *backlink* pada dasarnya sebuah *link* yang ditautkan dengan domain web sendiri. Maka dari itu, ia menautkan Sabilia.id dengan web lain yang dibelinya untuk memasang *backlink*. Guna membeli web bekas tersebut, Putera menggunakan layanan *expiredomain.net*, didalamnya menyediakan domain bekas yang berasal dari seluruh dunia (Hasil wawancara dengan Putera, 18 Januari 2023).

Langkah tersebut sering disebut dengan *blog dummy* atau *web dummy*. Sederhananya, *blog dummy* adalah web yang sengaja dibuat untuk meningkatkan peringkat web utama, *blog dummy* dimasukkan konten-konten yang cenderung dibuat untuk memasang *backlink* ke web utama (Indoworx, 2018). Menggunakan *blog dummy* dinilai efektif untuk menaikkan peringkat, namun digunakan secara berlebihan justru akan menurunkan kualitas SEO didalam web.

Sementara itu langkah melakukan *link bulidingTwo Way Linking* yaitu hubungan mutualisme dimana dua situs web menukar tautan mereka satu sama lain, misalnya, situs web *www.a.com* memiliki tautan masuk ke *www.b.com*, begitupun sebaliknya (Kumar, Jaiswal, Paul, 2019). Langkah ini juga disebut dengan *Reciprocal Linking*, adalah cara saling membangun tautan di mana dua situs web menukar tautan mereka satu sama lain (Vishal & Raj, 2019).

Kemudian jika *backlink* dilakukan dengan satu arah disebut dengan *One Way Linking*. Menghubungkan tautan satu arah adalah cara yang efektif dan berharga untuk meningkatkan kredibilitas situs web. Ini terjadi ketika situs web lain menautkan ke dalam *website* sendiri, tetapi tidak menautkannya kembali ke situs web lain. Biasanya, situs web tidak dengan mudah memberikan tautan, dan seringkali prosedur untuk mendapatkan tautan satu arah melibatkan pembelian tautan dari situs web dengan PageRank tinggi yang menjadi semakin mahal (Kumar, Jaiswal, & Paul, 2019).

PENUTUP

Pertama, untuk teknik SEO *On Page* terdiri atas pengaturan kata kunci, *meta tag*, judul yang akurat, menggunakan internal-eksternal *link*, menggunakan gambar, dan kualitas konten yang baik. Optimalisasi ini diawali dengan mencari kata kunci (*keyword*) menggunakan layanan Google Trends, karena pengelola menilainya akurat untuk menunjukkan kata kunci yang sedang dicari oleh pengguna internet di mesin pencari (*seach engine*) Google. Sabilia.id sangat memperhatikan bagian ini, karena merupakan garis terdepan untuk menyakinkan pengguna internet mengklik artikelnya. Ketiga bagian tersebut wajib dicantumkan kata kunci agar sistem mesin pencari memberi penilaian jika pencarian yang dilakukan oleh pengguna internet relevan dengan artikel yang dibuat.

Kedua, untuk teknik SEO *Off Page* hanya menerapkan *link building* atau *backlink*, sebuah cara yang memanfaatkan *link* dari situs web lain mengarah ke situs web sendiri. Sabilia.id melakukan dua cara untuk memperoleh backlink, yaitu dengan mengadakan perjanjian dengan pengelola web lain untuk saling bertukar backlink. Cara kedua yaitu membeli backlink dari web yang menyediakan jasa pemasangan link balik tersebut. Setiap cara memiliki kelebihan dan kelemahan

masing-masing. Jika saling bertukar *backlink* maka kedua web akan sama-sama terangkat, namun tidak akan berpengaruh terhadap persaingan antar-web tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adani, M. R. (2020). Mengenal lebih dalam mengenai SEO dan penerapannya dalam website. Retrieved January 30, 2022, from <https://www.sekawanmedia.co.id/blog/pengertian-seo/>
- Bunafit, N., & Suryana, N. (2010). Tips dan trik menguasai SEO search engine optimization. Yogyakarta: Alif Media.
- Deuze, M. (2003). The web and its journalisms: Considering the consequences of different types of news media online. *New Media and Society*, 5(2), 203-230. <https://doi.org/10.1177/1461444803005002001>
- Kumar, R., Jaiswal, A., & Paul, S. (2019). On page & off page SEO optimization of a job portal website on Google search engine. *International Journal for Scientific Research & Development*, 7(04).
- Kustiyahningsih, Y. (2011). Pemrograman basis data berbasis web menggunakan PHP dan MySQL. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- McQuail, D. (2011). Teori komunikasi massa McQuail. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhaemin, E. (2017). Dakwah digital akademisi dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 341-356.
- Poongkode, K., & Nirosha, P. (2018). Increasing the visibility of an e-commerce website in the search results of a search engine. *NCACS*, 3(15).
- Prasetya, W. S. (2021). Optimasi meta tag dan mobile friendly dalam meningkatkan search engine optimization pada website e-brosur. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 10(1).
- Rehman, S., & Khan, M. (2013). The foremost guidelines for achieving higher ranking in search results through search engine optimization. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 52, 101-110.
- Riyanto, R., & Purwadi, P. (2016). Penerapan teknik search engine optimization (SEO) untuk memenangkan persaingan kata kunci pada mesin pencari Google (Studi Kasus: Paguyuban Pengrajin Alas Kaki Simba Purwokerto,

- Banyumas). *JUITA: Jurnal Informatika*, 4(2).
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Bandung: Nuansa Cendikia Statista.
- Singh, T., & Maini, R. (2013). A comprehensive review on search engine optimization. *Journal of Global Research in Computer Science*, 4(1), 49-54.
- Swati, P., Patil, P., & Others. (2013). Search engine optimization: A study. *Research Journal of Computer and Information Technology Sciences*, 1(1), 10-13.
- Waloeya, & Yohan Jati. (2012). *Computer networking*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wibawa, D. (2018). Communication pattern of Indonesian journalists with news source in the internet era. *Malaysian Journal of Communication*, 34(1), 316-329. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3401-22>

