

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi yang cepat telah mendorong kemunculan beragam jenis situs *web* sebagai sumber penyedia informasi. Saat ini, jumlah situs *web* di internet sangat besar. Salah satu fasilitas yang mendukung pertumbuhan internet adalah mesin pencari, atau *search engine*, yaitu merupakan gabungan dari perangkat keras dan perangkat lunak yang disediakan oleh suatu perusahaan melalui platform *online*. Banyak studi dan riset membuktikan bahwa Google merupakan mesin pencari yang paling dominan. Menurut data Similarweb, (2024) Google.com telah mencatat 86,6 miliar kunjungan pada bulan Januari 2024, disusul oleh Yahoo 5,61 miliar kunjungan.

Keberhasilan sebuah situs *web* biasanya ditentukan oleh *traffic*, sehingga *traffic* menjadi salah satu faktor penting yang perlu dipikirkan oleh pemilik situs *web*. Bagi yang memanfaatkan situs *web* sebagai bisnis *online*, sepinya pengunjung tentu dapat merugikan bisnis (Sofyan et al., 2019). *Traffic* merupakan jumlah pengunjung atau kunjungan yang terjadi pada sebuah situs *web*, yaitu kunjungan (*visit*), pengunjung unik (*unique visitor*), jumlah halaman yang diakses (*page views*) serta waktu kunjungan (*length of visit*) (Abinowi et al., 2024).

Untuk berpeluang besar mendapatkan *traffic*, perlu situs *web* yang terindeks dengan baik melalui mesin pencari. Hal tersebut dapat dilakukan dengan pengoptimalan isi artikel menggunakan metode *Search Engine Optimization* (SEO) (Pawade, 2021). *Search Engine Optimization* atau optimisasi mesin pencari merupakan proses meningkatkan situs *web* dengan memaksimalkan frekuensi dan kuantitas *traffic* dari mesin pencari. Didalamnya melibatkan perancangan, penulisan, dan pengkodean situs *web* untuk meningkatkan volume,

kualitas, dan visibilitasnya sehingga situs tersebut dapat ditemukan dan ditampilkan di halaman teratas hasil pencarian mesin pencari secara organik dan tanpa biaya (Putro, 2024).

SEO dianggap bisa meningkatkan *traffic* situs *web* yang berujung pada pendapatan iklan (Muntaha, 2024). Keuntungan ini menjadi faktor yang paling menentukan dalam menjalankan bisnis (Eddyono, 2022). *Website* yang menduduki peringkat pertama dalam hasil pencarian memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menarik pengunjung (Romadon. F et al., 2020) (Saputra et al., 2024). Untuk itu demi mendapatkan keuntungan yang besar atau setidaknya dapat melakukan pengoperasian media dengan mudah salah satu opsinya adalah mengoptimalkan isi artikel populer (Bahri & Novianti, 2020). Optimalisasi artikel populer melalui *Search Engine Optimization* merupakan tentang bagaimana konten yang dihasilkan oleh media dapat meningkatkan *traffic* sebanyak-banyaknya.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin sengit di ranah digital, banyak perusahaan tertuju pada strategi pemasaran daring guna meningkatkan visibilitas dan peringkat situs *web* bisnis. Salah satunya di CV Sanggar Indonesia, unit kerja Digital Marketing (DIGIMA) yang menghadapi fenomena menarik terkait optimasi artikel populer melalui optimasi mesin pencari. Fenomena ini muncul sebagai respons terhadap perubahan strategi pemanfaatan artikel populer untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat mesin pencari. Tim DIGIMA meresponsnya dengan memperhatikan artikel-artikel yang paling populer dikalangan pengunjung situs *web* dan mengembangkan strategi SEO yang kuat untuk mempertahankan atau meningkatkan peringkat artikel-artikel tersebut di hasil pencarian.

Tim DIGIMA melakukan analisis mendalam terhadap kata kunci yang relevan dengan artikel populer tersebut, mengidentifikasi tren pencarian saat ini, dan melakukan penyesuaian pada konten dan struktur situs *web*. Dengan cara ini, DIGIMA dapat memastikan artikel tetap relevan dengan permintaan pencarian yang selalu berubah. Tim kerja DIGIMA juga

memperhatikan faktor-faktor seperti pembaruan konten, optimalisasi *meta tag*, dan membangun *link* yang sesuai untuk meningkatkan otoritas dan visibilitas halaman di hasil pencarian.

Melalui analisis mendalam terhadap tren pencarian dan perilaku konsumen, tim mengidentifikasi kata kunci yang relevan dengan industri tersebut. Artikel populer yang ada dan yang akan datang dikembangkan dengan mempertimbangkan kata kunci ini, meningkatkan peluang untuk muncul di halaman teratas hasil pencarian Google. Tim DIGIMA juga terlibat dalam penerapan teknik SEO terkini seperti mengoptimalkan meta deskripsi, menggunakan *tag heading* yang efektif, dan meningkatkan kecepatan halaman situs. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mendapatkan poin positif dari algoritma mesin pencari.

Dari pendekatan tersebut, CV Sanggar Indonesia berhasil memanfaatkan artikel-artikel populernya lebih efektif. Hal ini tidak hanya meningkatkan jumlah pengunjung artikel-artikel, tetapi juga posisi situs *web* di peringkat mesin pencari, yang secara keseluruhan mempunyai dampak positif terhadap citra dan kinerja perusahaan di Internet. Hal tersebut membuktikan bahwa strategi SEO yang berfokus pada artikel populer dapat menjadi kunci sukses dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik konten di ruang digital.

Sebelumnya penelitian tentang *Search Engine Optimazation* (SEO) juga telah dilakukan oleh Efitra, (2022) berjudul *Optimasi Situs web Duniagoogle.com untuk Meningkatkan Pengunjung Halaman Menggunakan Metode Search Engine Optimization* dengan hasil penelitian halaman *situs web* menggunakan kata kunci utama duniagoogle.com terindeks di mesin pencari serta berada di halaman teratas pencarian Google. Terdapat 4 postingan yang muncul di halaman teratas mesin pencari Google berdasarkan hasil pencarian. Perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan oleh Efitra dan penelitian yang akan dilakukan adalah

fokus penelitian sebelumnya lebih tertuju pada pengoptimalan keseluruhan situs *web*, termasuk halaman utama dan postingan, sementara penelitian yang sedang dilakukan lebih menitikberatkan pada pengoptimalan artikel populer. Sedangkan persamaan dari kedua penelitian ini adalah menilai dampak penerapan teknik SEO pada optimasi yang telah dilakukan.

Selain itu penelitian pengembangan yang sama telah dilakukan oleh Utari, (2022) dengan judul *Pengembangan Search Engine Optimization (SEO) pada Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM*, dengan hasil melalui pengembangan sistem pada *platform* perangkat lunak pemasaran digital, *Amina Cake Me On* berhasil membuat situs *web* *aminacakemeon.com* muncul di halaman pertama hasil pencarian Google melalui penerapan teknik SEO menggunakan kata kunci yang dituju. Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Utari dengan penelitian ini adalah penelitian Utari lebih menekankan strategi umum SEO untuk mendukung UMKM di *platform* pemasaran digital, sementara penelitian ini lebih berfokus pada teknik khusus untuk meningkatkan peringkat artikel populer di mesin pencari. Persamaan dari kedua penelitian yaitu menggunakan strategi *Search Engine Optimization (SEO)* untuk meningkatkan peringkat di mesin pencari.

Penelitian yang sejenis juga dilakukan oleh Halim & Paputungan, (2020) dengan judul *Implementasi Strategi Search Engine Optimization pada Startup AyoSparring* dengan hasil menunjukkan melalui penerapan strategi SEO pada situs *web* *AyoSparring* berhasil meningkatkan peringkat di mesin pencari, peningkatan lalu lintas pengguna situs *web*, serta peningkatan nilai di mata mesin pencari untuk situs *web* *AyoSparring*. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu lebih menekankan aktivitas internal di *web* *AyoSparring* dan cara-cara spesifik untuk meningkatkan peringkat pada situs *web*. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menekankan panduan atau strategi umum untuk meningkatkan peringkat artikel populer melalui praktik SEO yang dapat diterapkan pada

berbagai *platform* atau situs *web*. Persamaan dari penelitian oleh Halim dkk, dan penelitian ini adalah menyoroti strategi SEO untuk meningkatkan *traffic web* tersebut.

Seiring meningkatnya persaingan untuk mendapatkan perhatian pengguna internet, kehadiran yang kuat dalam hasil pencarian menjadi semakin penting. Upaya optimalisasi artikel ini membantu menavigasi kompleksitas algoritma mesin pencari yang selalu berubah. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang teknik SEO yang efektif, individu atau organisasi dapat memperbarui dan mengoptimalkan konten sesuai dengan perubahan algoritma, memastikan bahwa konten tetap relevan dan dapat diakses oleh pengguna. Upaya ini juga memberikan strategi praktis untuk memaksimalkan investasi dalam pembuatan konten populer.

Melalui penggunaan teknik SEO yang disajikan dalam penelitian ini, upaya membuat konten berkualitas tinggi dan bernilai dapat dioptimalkan. Hal tersebut tidak hanya berdampak pada peringkat mesin pencari, tetapi juga membantu memperluas jangkauan audiens yang mungkin tertarik dengan konten tersebut. Secara keseluruhan, urgensi penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman lebih dalam tentang cara meningkatkan visibilitas *online*, namun juga memungkinkan individu atau perusahaan untuk tetap relevan dalam menghadapi perubahan dinamis dalam teknologi dan perilaku pengguna Internet.

1.2 Profil Perusahaan

CV Sanggar Indonesia merupakan lembaga multi-bisnis yang berdedikasi untuk mendukung dunia pendidikan di Indonesia, menawarkan berbagai pelatihan interaktif dan kursus multimedia. Selain itu, CV Sanggar Indonesia juga bergerak dalam melaksanakan kegiatan pemasaran digital dan integrasi berbasis IT untuk pengembangan web, pembuatan konten, dan multimedia. Dengan visi yang jelas, CV Sanggar Indonesia berupaya menjadi

yang terdepan dalam pengembangan aplikasi web, pembuatan konten dan multimedia, dengan fokus khusus pada pemenuhan kebutuhan di bidang pendidikan dan penulisan.

Visi CV Sanggar Indonesia mencerminkan komitmennya untuk menjadi perusahaan yang progresif dan inovatif, tidak hanya dengan memberikan layanan berkualitas tinggi namun juga merespon dinamika dunia teknologi informasi yang bergerak cepat. Untuk mencapai visi tersebut, CV Sanggar Indonesia berupaya untuk terus mengintegrasikan teknologi terkini dalam pengembangan aplikasi web, pembuatan konten yang relevan, dan produksi konten multimedia yang mendukung proses pembelajaran.

Sejalan dengan visi tersebut, misi CV Sanggar Indonesia adalah menciptakan yayasan sebagai perusahaan pendidikan, penulisan, dan pelatihan yang holistik dan terintegrasi. Dengan pendekatan ini, CV Sanggar Indonesia bertujuan untuk memberikan manfaat yang komprehensif kepada masyarakat, tidak hanya dengan meningkatkan kualitas pendidikan tetapi juga dengan memfasilitasi proses penulisan yang produktif dan efektif. Misi ini tercermin dalam upaya mereka memberikan solusi pendidikan yang inovatif, layanan penulisan berkualitas dan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan zaman.

CV Sanggar Indonesia tidak hanya sebagai penyedia layanan pendidikan dan multimedia saja, namun juga menjadi agen perubahan positif dalam dunia pendidikan dan kepenulisan di Indonesia. Dengan komitmen yang kuat terhadap pembangunan dan inovasi, CV Sanggar Indonesia membuka pintu peluang yang lebih luas untuk meningkatkan akses dan kualitas pendidikan di berbagai lapisan masyarakat dan mendorong pengembangan industri kreatif dalam negeri.

1.3 Rumusan Masalah

1.3.1. Bagaimana upaya meningkatkan optimalisasi artikel populer melalui *Search Engine Optimization* (SEO)?

1.4 Tujuan

1.4.1 Mendeskripsikan langkah-langkah optimalisasi artikel populer melalui *Search Engine Optimazation* (SEO)

1.5 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mengoptimalkan artikel populer melalui *Search Engine Optimazation* (SEO). Secara praktis, penelitian ini memberikan pedoman konkret untuk meningkatkan visibilitas dan daya jangkau artikel populer melalui pengoptimalan mesin pencari. Dengan mengikuti pedoman ini, penulis artikel dan penerbit dapat memaksimalkan potensi jangkauan dan dampak konten di lingkungan digital. Manfaat teoretis dari penelitian ini memberikan pemahaman yang kuat tentang algoritma mesin pencari dan faktor penilaian, memungkinkan praktisi SEO untuk menyesuaikan strategi dengan lebih detail dan presisi. Dengan memahami bagaimana *Search Engine* mengevaluasi relevansi dan otoritas konten, penelitian ini memberikan landasan bagi penulis dan penerbit untuk membuat artikel yang tidak hanya menarik tetapi juga mudah ditemukan oleh *audiens* target mereka. Oleh karena itu, penelitian ini berperan penting dalam usaha untuk meningkatkan mutu dan visibilitas konten di dunia digital yang semakin kompetitif.