

# Apa Itu SEO? Panduan Dasar hingga Level Atas

Anda punya bisnis daring atau sering berpromosi lewat internet? Tahukah Anda **apa itu SEO** dan bagaimana aplikasinya pada situs?

Semua pemilik bisnis yang berpromosi lewat internet kini harus memahami prinsip *Search Engine Optimization* (SEO). Hal ini karena strategi SEO sangat penting untuk membuat situs Anda dikenali oleh mesin pencari seperti Google. Jika tujuan akhir Anda adalah mempopulerkan situs atau membuat produk/layanan jasa semakin dikenal, strategi ini wajib diketahui.

Berbagai aspek SEO bisa terlihat cukup rumit bagi yang belum begitu familiar. Jika belum tahu apa-apa tentang SEO, jangan khawatir, karena panduan ini akan menjelaskan dasar-dasarnya hingga Anda siap praktik.

## **Dasar-Dasar SEO**

### **Definisi SEO**

*Search Engine Optimization* (SEO) adalah strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan visibilitas di situs mesin pencari seperti Google, Yahoo, dan Bing. Tujuan strategi SEO adalah menempatkan situs Anda di peringkat atas (atau halaman awal) situs pencari saat orang mengetikkan kata-kata kunci yang relevan dengan isi situs Anda.

Strategi SEO bertujuan meningkatkan lalu lintas (*traffic*) pengunjung di dalam situs Anda, yang mendorong peningkatan potensi keuntungan atau penghasilan lewat iklan, AdSense, penjualan produk, dan sebagainya. Akan tetapi, arus pengunjung yang dihasilkan harus organik, alias tidak berasal dari alat, *spam*, atau jasa iklan berbayar. Dengan kata lain, saat nama situs muncul di halaman mesin pencari, tidak ada label “Ad” atau iklan di dekatnya.

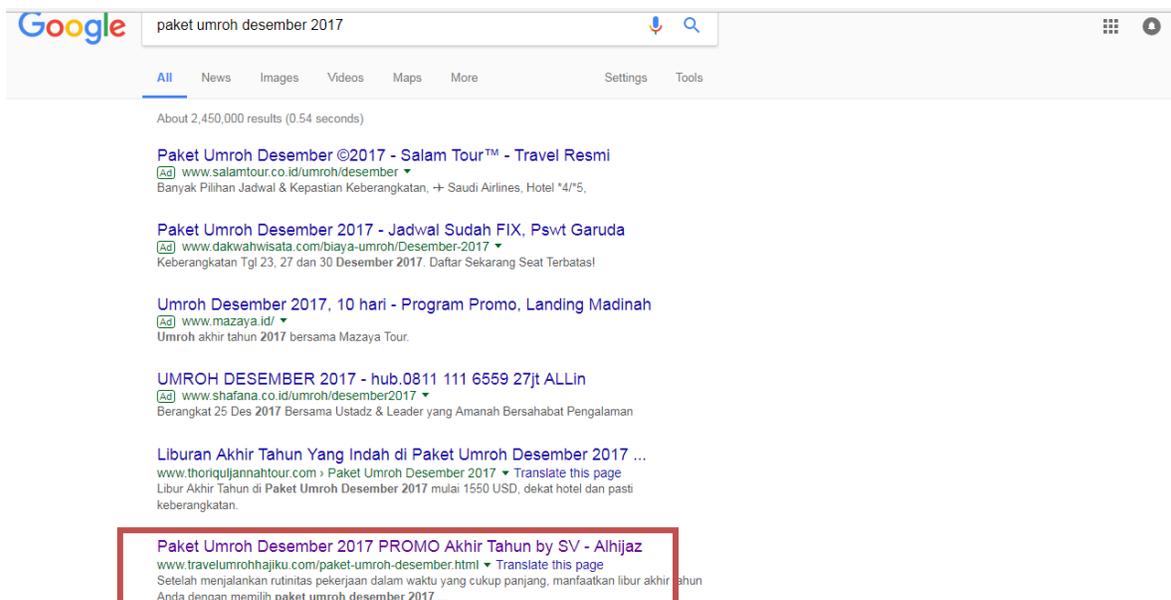
Walau Anda bisa menggunakan berbagai metode lain untuk mempromosikan situs, strategi SEO tetap penting bagi kesuksesan promosi, terutama untuk jangka panjang. Saat ini,

hampir semua pengguna internet sudah akrab dengan situs pencari seperti Google, dan selalu menggunakannya untuk mencari sesuatu yang mereka butuhkan dengan cepat. Menguasai teknik SEO akan membuat situs Anda mudah ditemukan oleh orang-orang yang berpotensi menjadi calon pelanggan atau pengunjung setia situs.

## Ilustrasi Penerapan SEO

Mari kita lihat contoh hasil penerapan strategi SEO dari situs milik perusahaan penyedia jasa umroh, Alhijaz Indowisata. Bisnis tersebut menggunakan situs dengan nama URL [TravelUmrohHajiku.com](http://TravelUmrohHajiku.com), dan menawarkan berbagai paket perjalanan umroh serta haji. Karena jasa seperti ini sangat banyak di Indonesia, Alhijaz Indowisata tentu menghadapi persaingan ketat saat mempromosikan paket-paketnya.

Karena banyak calon jemaah yang mencari informasi paket umroh lewat Google, Alhijaz Indowisata ingin agar situsnya muncul di halaman pertama ketika pengguna internet mengetik kata “paket umroh Desember 2017” atau “umroh Desember 2017”. Setelah menerapkan strategi SEO, Anda bisa lihat bahwa [situs Alhijaz Indowisata](http://www.travelumrohajiku.com) muncul di halaman pertama hasil pencarian di Google.



## Gambar 1

*Hasil pencarian kata kunci “paket umroh Desember 2017” tanggal 17 Oktober 2017*

Umroh Plus Turki Desember 2017 - Jadwal Setiap Bulan, Ada Promo  
[www.satutours.co.id/Paket\\_Umroh/Plus\\_Turki\\_2017](http://www.satutours.co.id/Paket_Umroh/Plus_Turki_2017) 0812-8228-9591  
Paket 10 Hari, Hotel Dekat, Free Tour Istanbul, Free Meningitis, Pilih Jadwalnya  
Umroh Sesuai Sunnah · Pembinaan Pasca Umrah · Dapatkan Harga Promo · Full Pendampingan  
Amenities: Tiket Pesawat PP, Hotel Madinah & Makkah, Makan 3x Sehari, Transportasi Bus Full Ac, A...  
Umroh Plus Turki 3 Hari · Umroh Plus Aqso · Umroh Plus Turki 1 Hari · Umroh Private Group

Daftar Paket Umroh & Haji Plus - Harga promo hanya 20 juta  
[www.lintasjayaoptima.com/](http://www.lintasjayaoptima.com/)  
Travel Izin Depag No.443 2017, Buka 24 Jam. Dapatkan diskon 10% khusus hari ini.  
Tentang Kami · Layanan · Hubungi Kami

Promo Umroh Desember 2017 - Resmi dan Langsung Berangkat  
[www.khalifahajj.travel/promo/2017](http://www.khalifahajj.travel/promo/2017)  
Harga final, langsung berangkat di tanggal 24 Desember 2017. Seat terbatas.

Searches related to paket umroh desember 2017

<a href="#">biaya umroh desember 2017</a>	<a href="#">paket umroh november</a>
<a href="#">promo umroh desember</a>	<a href="#">umroh desember 2017 jakarta</a>
<a href="#">paket umroh desember 2016</a>	<a href="#">paket umroh januari 2018</a>
<a href="#">umroh desember 2017 bandung</a>	<a href="#">paket umroh november 2017</a>

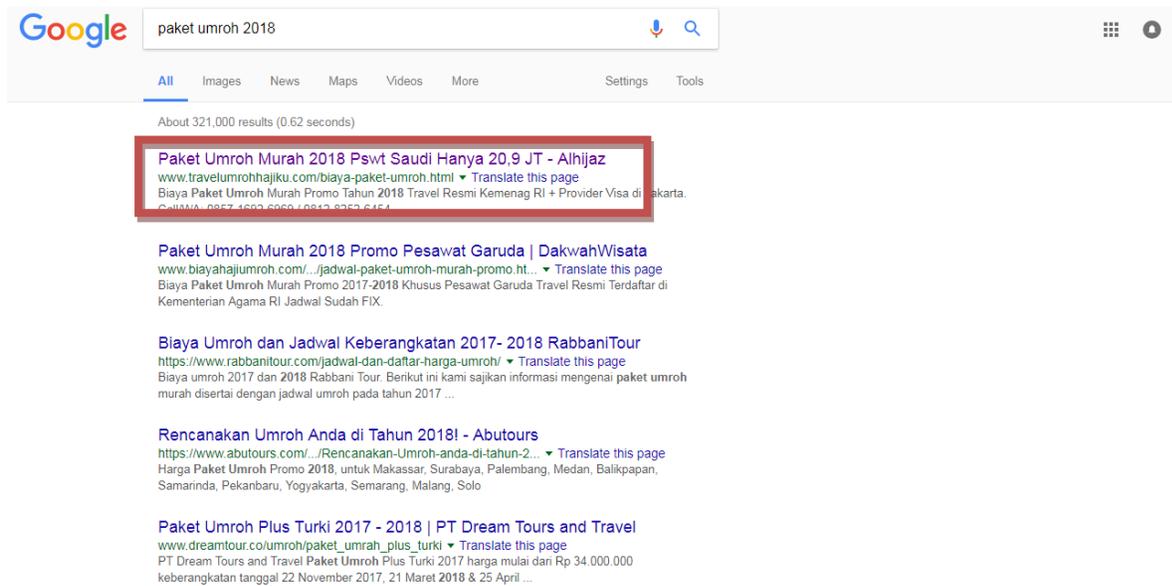


## Gambar 2

*Bagian bawah halaman hasil pencarian kata kunci “paket umroh Desember 2017”*

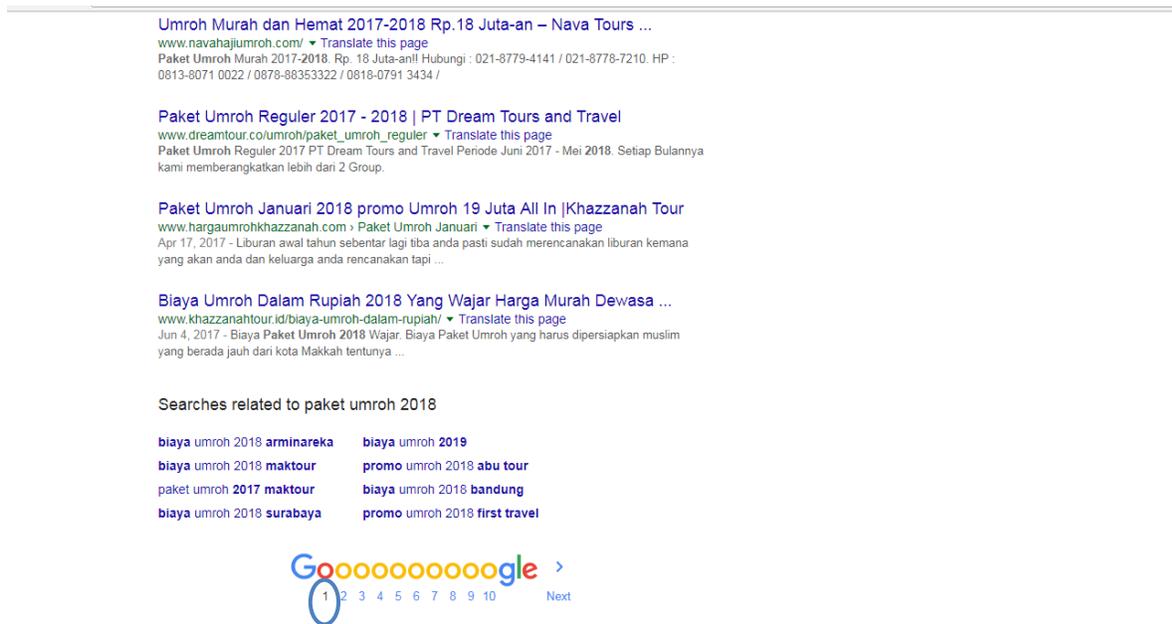
Pada Gambar 1 dan 2, Anda bisa melihat beberapa situs yang memiliki label “Ad” berwarna hijau. Ini berarti situs-situs tersebut menggunakan metode non SEO yang berbayar agar bisa muncul di halaman depan.

Hal yang sama terjadi ketika pengguna internet mengetik kata “paket umroh 2018” atau “umroh 2018” di kolom Google. Nama [situs yang sama](#) muncul di halaman pertama hasil pencarian Google. Dengan demikian, Alhijaz Wisata berpotensi menarik lebih banyak peminat paket umroh dibanding jasa sejenis lainnya, karena namanya lebih mudah ditemukan di Google.



Gambar 3

*Hasil pencarian kata kunci “paket umroh 2018” tanggal 17 Oktober 2017*



Gambar 4

*Bagian bawah hasil pencarian “paket umroh 2018”*

Ilustrasi di atas menunjukkan bahwa strategi SEO bisa membantu bisnis Anda menghadapi persaingan dalam promosi lewat internet. Apapun produk yang Anda jual, Anda bisa menjangkau lebih banyak orang dengan menerapkan strategi ini.

## **Perbedaan Strategi SEO dan Non SEO**

Anda mungkin penasaran: apa perbedaan antara strategi promosi dengan tanpa SEO? Apakah strategi SEO selalu lebih baik daripada non SEO?

Strategi promosi SEO biasanya dilakukan dengan menggunakan jasa promosi berbayar. Jika Anda mengetik kata kunci “paket umroh murah”, misalnya, situs yang populer dengan menggunakan strategi SEO akan muncul di deretan tengah. Sebaliknya, situs yang mengandalkan metode non SEO akan muncul di pinggir atau atas halaman, lengkap dengan tulisan “Ad” di dekatnya (bisa dilihat dari Gambar 1).

Strategi SEO dan non SEO sebenarnya sama-sama baik, karena penggunaannya disesuaikan dengan situasi. Strategi berbayar biasanya digunakan untuk promosi secara cepat, terutama untuk situs-situs baru yang harus bersaing dengan pemain lama. Sebaliknya, strategi SEO memakan waktu lebih lama hingga Anda bisa melihat hasilnya, tetapi efek yang ditimbulkan bisa jangka panjang.

Kesimpulannya, walau strategi SEO memberi efek jangka panjang, tetapi Anda juga bebas menggunakan metode lain jika itu sesuai kebutuhan. Pastikan menyesuaikan tujuan jangka pendek dan panjang Anda dengan strategi yang digunakan.

## **Istilah SEO Populer**

Ketika berurusan dengan strategi SEO, Anda akan menemukan banyak sekali istilah khas. Sebagian ada padanan bahasa Indonesianya, namun Anda sebaiknya menghapalkan istilah-istilah bahasa Inggrisnya juga, karena cenderung lebih populer dan mudah diingat. Berikut beberapa istilah penting dalam dunia SEO yang wajib diketahui:

- SERP.

*Search Engine Results Page* (SERP) adalah istilah mudah untuk menggambarkan halaman hasil pencarian Google, Yahoo, Bing, atau mesin pencari lainnya setelah pengguna mengetik kata kunci dan menekan Enter.

- URL.

*Uniform Resource Locator* (URL), atau Lokator Sumber Seragam dalam bahasa Indonesia, adalah deretan karakter yang menunjukkan alamat situs Anda. Deretan karakter inilah yang diketikkan oleh pengguna untuk mencapai situs Anda.

- Deskripsi meta.

Deskripsi meta (*meta description*) adalah deskripsi singkat situs Anda, yang muncul di bawah URL ketika situs tersebut muncul di SERP. Deskripsi ini tidak muncul di situs Anda, tetapi akan membuat situs dibaca oleh Google dengan lebih mudah.

- Hosting.

*Hosting* atau *web hosting* adalah tempat di mana situs Anda tersimpan di internet. Pemilik situs komersil harus membayar secara rutin kepada jasa penyedia *web hosting* agar bisa terus memiliki situs dengan domain khusus, misalnya yang berakhiran .com, .or.id, atau .net.

- Kata kunci.

Kata kunci (*keyword*) adalah kata atau frase yang memiliki fungsi penting dalam strategi SEO sebuah situs. Misalnya, jika Anda memiliki bisnis paket haji dan umroh murah, maka kata kunci yang akan sering Anda pakai contohnya adalah “paket umroh murah”, “paket tur haji,” dan sebagainya.

- Kata kunci panjang.

Kata kunci panjang (*long-tailed keyword*) terdiri dari tiga kata atau lebih. Dalam strategi SEO, menggunakan kata kunci panjang biasanya lebih efektif daripada jika kata kunci Anda hanya terdiri dari satu atau dua kata. Hal ini karena kata kunci

panjang membidik halaman situs yang lebih spesifik. Misalnya, “umroh murah 2018” jauh lebih efektif dari “umroh” saja.

- Kepadatan kata kunci.

Kepadatan kata kunci (*keyword density*) adalah istilah yang menggambarkan seberapa sering kata kunci muncul di dalam sebuah teks, misalnya di artikel situs atau blog. Cara menghitungnya adalah dengan menghitung berapa jumlah kata kunci yang muncul, membaginya dengan jumlah kata secara total, lalu mengalikannya dengan 100. Angka kepadatan kata kunci ditunjukkan dengan persen.

- Nama domain.

Nama domain (*domain name*) merujuk pada alamat situs yang diketikkan pengguna, dan ini tidak harus sama dengan nama situs yang sebenarnya. Misalnya, situs usaha Alhijaz Indowisata memiliki nama domain TravelUmrohHajiku.com, seperti ilustrasi di atas.

- Tautan balik.

Tautan balik (*backlink*) adalah sebutan untuk tautan menuju situs Anda yang terpasang di situs orang lain. *Backlink* merupakan bagian penting dari strategi SEO, karena ini berkaitan dengan tingkat popularitas situs Anda secara keseluruhan.

- Tautan dalam.

Tautan dalam (*deep link*) hampir sama seperti *backlink*. Akan tetapi, jika *backlink* mengarahkan ke orang ke halaman depan (homepage) situs Anda, *deep link* mengarahkan orang ke halaman-halaman lain di dalam situs tersebut.

- Teks jangkar.

Teks jangkar (*anchor text*) adalah kata atau frase yang juga berfungsi sebagai tautan, yang kemudian bisa diklik oleh pengguna internet untuk menuju ke sebuah situs. Misalnya, Anda menulis artikel dengan menyelipkan kata “paket umroh dan haji

murah”, kemudian Anda menyelipkan URL situs Anda di kata-kata tersebut. *Anchor text* memiliki warna berbeda dari teks di sekitarnya, agar mudah mengundang klik.

- *Traffic*.

*Traffic* secara umum berarti lalu lintas. Dalam dunia SEO, istilah ini merujuk pada lalu lintas pengguna yang mengunjungi situs Anda.

Sebenarnya, Anda masih akan menemukan banyak sekali istilah khusus di dalam dunia SEO. Akan tetapi, menghapalkan berbagai istilah di atas sudah sebuah permulaan yang bagus. Anda bisa membidik strategi optimisasi situs dengan lebih baik jika Anda tahu apa yang harus dibidik, dan dengan cara apa.

## **Apa Manfaat SEO?**

Secara umum, strategi SEO akan membuat situs Anda terdaftar pada halaman awal di hasil pencarian Google. Orang yang sedang mencari sesuatu lewat Google umumnya hanya tertarik pada hasil pencarian yang berada di halaman awal. Bahkan, menurut *RankExecutives.com*, sekitar 60 persen klik terjadi di halaman awal hasil pencarian Google.

Ketika menerapkan strategi SEO, Anda mengincar konversi (*conversion*). Ini adalah istilah untuk perubahan positif yang dilakukan pengunjung situs setelah Anda menerapkan strategi SEO. Manfaat strategi optimisasi situs terbagi ke dalam beberapa jenis konversi, termasuk yang makro dan mikro.

Jika Anda menerapkan strategi SEO secara benar, inilah jenis-jenis manfaat yang bisa Anda peroleh:

- Konversi umum.

Konversi umum berkaitan dengan popularitas dan reputasi. Situs yang muncul di halaman-halaman awal hasil pencarian Google cenderung lebih disukai pengguna internet. Jika situs Anda secara konsisten muncul di halaman pertama dari hasil

pencarian kata kunci terkait, pengunjung otomatis semakin banyak. Hal ini akan membuat bisnis atau produk Anda semakin populer.

Situs yang memiliki reputas baik bahkan bisa menjadi sumber acuan, sesuai bidang yang Anda jelajahi. Hal ini tentu jika situs tersebut Anda isi dengan konten yang baik dan bisa dipertanggungjawabkan.

- Konversi utama (mikro).

Konversi utama yang bersifat mikro mengacu pada kunjungan ulang yang dilakukan pengguna internet. Jika situs Anda sudah berhasil menjadi acuan populer, pengunjung yang membutuhkan produk Anda akan sering kembali, dan bahkan membawa pengunjung baru. Hal ini terkait dengan reputasi positif yang berhasil Anda bangun.

- Konversi utama (makro).

Konversi utama yang bersifat makro merupakan manfaat tertinggi dari strategi SEO. Inilah saat di mana Anda mendapat manfaat nyata lewat upaya optimisasi situs, yaitu meningkatnya keuntungan, laba, jumlah transaksi, jumlah pelanggan, dan sebagainya, sesuai dengan tujuan awal pembuatan situs.

Akhirnya, jika Anda memutuskan untuk mengembangkan lini bisnis, memiliki nama dan reputasi yang bagus bisa menjadi keuntungan. Konsumen atau pengguna jasa cenderung akan lebih percaya pada bisnis baru yang pemiliknya sudah memiliki usaha sukses lainnya.

## **SEO dan Riset Kata Kunci**

Strategi SEO sangat erat kaitannya dengan riset kata kunci (*keyword research*). Ketika memilih kata kunci untuk mewakili isi situs, Anda harus memastikan bahwa kata kunci tersebut bisa membawa dampak maksimal terhadap konversi. Tren kata kunci bisa berubah-ubah, jadi Anda harus selalu melakukan riset jika ingin hasil maksimal sepanjang waktu.

Ada beberapa alat pembantu riset kata kunci gratis yang bisa Anda gunakan. Google Trends dan Google Keyword Planner merupakan dua yang paling populer di kalangan pelaku SEO, bahkan yang masih di tingkat dasar. Beberapa keuntungan menggunakan alat ini antara lain:

- Melihat tren kata kunci sesuai periode.  
Seperti tren pemasaran pada umumnya, tren kata kunci di internet bisa berubah-ubah. Anda bisa memeriksa perubahan tren dalam periode harian, mingguan, bulanan, bahkan sepanjang waktu. Ini cocok untuk menyesuaikan hal-hal seperti isi konten blog, metode pemasaran, dan sebagainya.
- Melihat tren kata kunci di daerah tertentu.  
Algoritma Google saat ini mendorong pemasaran lokal, sehingga Anda wajib mengetahui tren kata kunci sesuai dengan daerah pemasaran yang Anda incar. Misalnya, jika Anda menyoar pelanggan Indonesia, tren kata kunci yang harus dicari sudah pasti yang populer di negara ini.
- Bisa membuat strategi persaingan yang pas.  
Jika Anda punya bisnis perjalanan umroh, misalnya, Anda akan menghadapi banyak persaingan dari orang-orang dengan usaha sejenis. Dengan melihat tren kata kunci, Anda bisa memperkirakan apa yang saat ini sedang dicari oleh pelanggan. Anda pun tidak akan ketinggalan dalam menciptakan strategi promosi dengan pesaing lain.

Jika alat bantu Google belum cukup, ada banyak alat lain yang gratis dan mudah digunakan. Soovle dan Ubersuggest cukup populer di kalangan pelaku strategi SEO, walau Google tentu memiliki jangkauan yang lebih luas.

## **Tips Melakukan Riset Kata Kunci**

Sekarang Anda mungkin sudah mengira-ngira bagaimana cara meriset kata kunci, tetapi pertanyaannya, mulai dari mana? Pertama, Anda tentu harus menentukan produk atau jasa apa yang hendak dipromosikan. Dari sana, Anda bisa melakukan brainstorming untuk memilih kata-kata kunci utama yang paling menggambarkan situs Anda.

Berikut beberapa tips untuk melakukan riset kata kunci:

- Berpikir dari sudut pandang pengunjung/pelanggan.

Syarat utama dalam pemasaran yang berhasil adalah mengetahui apa yang diinginkan target atau calon pelanggan. Tergantung hal apa yang Anda tawarkan, pastikan Anda berpikir dari sudut pandang calon pelanggan atau pengunjung situs. Apa yang akan Anda cari?

Misalnya, jika Anda mencari situs jasa penyedia paket haji dan umroh, Anda mungkin akan mencari informasi terkait haji dan umroh, serta paket-paket yang harganya sesuai dengan anggaran tetapi menawarkan layanan terbaik. Dari sana, Anda bisa mulai menentukan pilihan kata kunci spesifik.

- Temukan beberapa kategori kata kunci.

Setelah menemukan minat utama calon pelanggan atau pengunjung situs, Anda bisa mulai menemukan kategori kata kunci yang lebih spesifik. Misalnya, dari kata “paket umroh”, Anda mungkin bisa membagi-baginya menjadi beberapa kategori, misalnya “paket umroh Ramadhan”, “paket umroh murah”, “paket umroh musim panas/dingin”, “umroh dan haji plus”, “paket umroh Turki”, dan sebagainya.

Pastikan Anda mencatat semua kategori yang mungkin dicari oleh pengunjung situs ketika mencari produk atau jasa seperti yang Anda tawarkan. Daftar kata ini akan menjadi bahan untuk riset lebih lanjut, atau langsung digunakan di dalam situs.

- Meneliti relevansi daftar kata kunci.

Anda bisa menggunakan alat seperti Google Keyword Planner dan Google Trend untuk melihat tingkat popularitas kata-kata kunci yang sudah dibuat. Anda juga bisa masuk ke berbagai forum usaha sejenis dan melihat apa yang sedang tren, lalu menyesuaikan pemakaian kata kunci dengan tren tersebut.

Misalnya, menjelang masuk bulan puasa, Anda harus giat mempromosikan kata kunci “paket umroh Ramadhan” dan sejenisnya. Menjelang akhir tahun, Anda mungkin giat mempromosikan “paket umroh musim dingin”, “paket haji plus”, dan sebagainya.

Jika Anda mampu menerapkan sudut pandang dan strategi ini saat melakukan riset kata kunci, berarti Anda sudah memahami inti dari SEO.

## **Dua Jenis Optimasi SEO**

Setelah mengenal tentang SEO dan prinsip riset kata kunci, saatnya mengetahui bagaimana hal tersebut dilakukan. Secara umum, strategi SEO dibagi menjadi dua: optimasi halaman situs (*on-page SEO*) dan optimasi di luar situs (*off-page SEO*).

### **Optimasi Halaman Situs (*On-page SEO*)**

Sesuai dengan namanya, strategi optimasi halaman situs berfokus pada aspek-aspek yang ada di situs Anda sendiri. Tujuannya adalah menciptakan relevansi antara situs Anda dengan kata-kata kunci yang diketik pengguna internet pada mesin pencari. Misalnya, jika Anda memiliki bisnis paket umroh murah, maka strategi SEO diterapkan agar situs Anda muncul pada halaman pertama saat kata kunci “paket umroh murah” diketik.

Ada beberapa cara untuk menerapkan optimasi halaman pada situs Anda, yaitu:

- Menggunakan kata kunci relevan pada nama domain. Sebagai contoh, walau perusahaan penyedia jasa umroh di contoh sebelumnya bernama Alhijaz Indowisata, tetapi nama domainnya adalah TravelUmrohHajiku.com.

- Gunakan kata kunci pada judul, tetapi usahakan sealami mungkin. Jika Anda mau mempromosikan paket umroh murah 2018, misalnya, pastikan kata-kata “paket umroh 2018” atau “umroh murah 2018” ada di dalam judul.
- Tempatkan kata kunci pada posisi tepat di dalam artikel. Idealnya, kata kunci harus mulai ditempatkan di dalam seratus kata pertama. Setelah itu, sebarkan kata kunci secara merata di dalam artikel.
- Tempatkan kata kunci pada deskripsi meta (*meta description*), yaitu teks pendek yang mendeskripsikan situs atau blog Anda. Teks pendek ini hanya terlihat di bawah URL situs ketika hasil pencarian muncul.
- Gunakan kata kunci pada kategori halaman. Misalnya, jika Anda ingin mempromosikan paket umroh murah 2018, buatlah kategori bernama “Umroh Murah 2018” pada halaman situs. Selain memudahkan pengunjung, hal ini juga membuat situs Anda lebih relevan saat ditelusuri oleh Google.
- Tambahkan kata kunci pada H1, H2, H3, dan seterusnya. Ini adalah istilah untuk judul dan subjudul pada badan teks. H1 merujuk pada judul utama di bagian atas, sedangkan H2, H3, dan seterusnya adalah subjudul. Strategi SEO ini secara tidak langsung memaksa Anda membagi-bagi teks ke dalam paragraf yang mudah dibaca, sehingga pengunjung situs juga merasa nyaman.
- Buat URL yang pendek. Ketika Anda membuat konten situs, pastikan URL situs tersebut pendek tetapi efektif, serta mengandung kata kunci relevan. Misalnya, jika URL situs Anda [JasaUmrohMurah.com](http://JasaUmrohMurah.com), lalu Anda membuat tulisan di blog dengan judul “Tips Memilih Paket Umroh Murah”, pastikan URL halaman tersebut efektif, misalnya <http://jasaumrohmurah.com/blog/tips-paket-umroh-murah>.

- Unggah gambar yang ramah SEO. Jika ingin menggunakan gambar atau foto, pastikan membuat judul dan keterangan yang mengandung kata kunci. Perlakukan setiap *file* gambar sama seperti teks atau tulisan di situs yang Anda rapikan dengan strategi SEO. Misalnya, alih-alih menggunakan nama *file* acak “100340567.jpg”, gunakan nama “grup paket umroh murah Desember 2017”, tentunya jika relevan.
- Tambahkan *internal linking*, yaitu tautan ke halaman berbeda di situs Anda. Ketika Anda memperbarui artikel di situs atau blog, pastikan memasukkan tautan ke halaman lain di situs Anda, tetapi tetap relevan. Selain memudahkan navigasi pengunjung, situs dengan halaman semacam ini akan mudah tertangkap oleh Google.

Semua metode ini merupakan metoda dasar namun efektif, dan digunakan oleh pelaku SEO dari semua level. Anda bisa mencobanya sekarang juga pada situs atau blog sendiri, dan lihat perubahan yang terjadi pada jumlah kunjungan ke situs Anda.

### **Optimasi di Luar Halaman (*Off-page SEO*)**

Jika *on-page SEO* berfokus pada modifikasi situs agar lebih relevan, *off-page SEO* menekankan upaya terkait faktor-faktor yang ada di luar situs. Sebagian besar strategi ini melibatkan upaya mendapat *backlink*, yaitu tautan ke situs Anda yang dipajang di forum atau situs lain. Jika *backlink* semakin banyak, Google akan memberi peringkat tinggi pada situs Anda.

Berikut beberapa cara efektif untuk mendapat *backlink* tinggi:

- Berkomentar di situs/blog orang lain.  
*Blog walking* dan *blog commenting* merujuk pada aktivitas “jalan-jalan” ke situs atau blog orang lain, lalu memberi komentar dengan membubuhkan tautan ke situs Anda sendiri. Selain memperluas kesempatan mendapat klik baru, aktivitas ini juga

berpotensi menambah kenalan di dunia maya, bahkan kesempatan untuk bergabung dalam komunitas.

- Menggunakan jejaring sosial.

Jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram kini menjadi alat utama dalam strategi pemasaran. Dengan membuat halaman jejaring sosial khusus untuk promosi situs, Anda bisa meningkatkan popularitas situs dan menciptakan sumber lalu lintas tambahan.

Pengguna internet masa kini cenderung menilai reputasi suatu situs dengan melihat pilihan koneksi jejaring sosialnya. Semakin banyak akun jejaring sosialnya, semakin menarik situs Anda, karena dianggap mudah, trendi, serta lebih terpercaya.

- Menggunakan situs penanda sosial.

Penanda sosial (*social bookmarking*) bisa mendatangkan lalu lintas pengunjung cukup besar ke situs Anda. Situs semacam ini contohnya adalah Digg, Reddit, Flickr, dan CareerBuilder. Akan tetapi jika Anda menasar pengguna lokal, utamakan situs penanda sosial lokal juga, misalnya Lintas.me, Populerkan.com, dan SocialBookmark-Indonesia.com.

- Mengunjungi forum atau situs tanya jawab.

Forum dan situs tanya jawab seperti Kaskus, Detik, Merdeka, Kompas, dan Quora bisa menjadi sarana komunikasi antara pengguna internet dan pemilik situs yang memiliki minat sama dengan Anda. Jangan ragu menggunakan situs-situs ini untuk menjawab pertanyaan atau menciptakan *thread* dan menanggapi komentar yang masuk.

- Membuat video.

Konten video saat ini termasuk yang menarik paling banyak perhatian di dunia pemasaran. Anda bisa mendapat lalu lintas pengunjung cukup lumayan dengan

mengunggah video di YouTube, misalnya. Jika tidak percaya diri untuk tampil sendiri di depan kamera, Anda bisa menggunakan jasa pembuat video animasi untuk mengilustrasikan isi situs Anda.

- Membuat infografik.

Tergantung isi situs serta produk yang dipromosikan, infografik bisa menjadi salah satu alat promosi yang bagus. Infografik cenderung cepat menarik perhatian dibandingkan teks, dan Anda bisa menyelipkan nama situs di gambar tersebut agar orang semakin tertarik mengetahui asal-usul ilustrasi tersebut.

## **Kategori Metode SEO**

### ***White Hat SEO***

Anda bisa menggunakan kombinasi apa saja yang Anda perlukan dari semua strategi yang telah disebutkan sebelumnya. Akan tetapi, Anda harus menggunakan paduan strategi yang secara umum dikelompokkan sebagai *white hat SEO*. Sesuai namanya, *white hat SEO* merupakan metode optimisasi yang etis dan legal, serta tidak akan membuat Anda mengalami kesulitan dengan Google.

Metode *white hat SEO* yang sudah umum biasanya menyangkut hal-hal seperti:

- Penyebaran tautan (*link building*).

Seperti yang sudah dijelaskan, *link building* bukan hanya populer dalam dunia SEO, tetapi juga merupakan salah satu strategi white hat. Anda bebas melakukan *blog walking*, mengobrol di forum, atau menulis blog bisnis untuk mengundang lalu lintas pengguna internet ke situs Anda.

- Fokus pada pengalaman pengguna.

Memastikan pengunjung situs Anda bisa menjelajah dengan nyaman adalah metode white SEO yang paling disarankan. Dengan semakin ketatnya algoritma Google, faktor *user experience* (UX) menjadi penting. Strategi terkait hal ini termasuk

melakukan tes pada setiap elemen situs, memastikan navigasi yang lancar, serta memilih desain situs yang paling cocok dengan produk/jasa yang ditawarkan.

- Fokus pada pengguna lokal.

Google semakin mengembangkan teknologinya agar pemilik situs bisa menyasar pengguna lokal dengan lebih baik. Metode *white hat SEO* sebaiknya memanfaatkan hal ini. Misalnya, jika sasaran konsumen Anda yang pertama adalah penduduk Jakarta atau Medan, Anda harus menggunakan strategi yang benar-benar menyasar pengguna lokal daerah ini.

### ***Black Hat SEO***

Ada alasannya mengapa Anda harus berfokus pada metode *white hat SEO*. Sebagai perusahaan yang menjalankan situs pencari terpopuler di dunia, Google terus mengetatkan sistem algoritmanya untuk menyaring situs-situs yang berpraktik secara tidak etis.

Jika Anda ketahuan menggunakan strategi *black hat SEO*, situs Anda bisa terkena penalti. Jenis penaltinya beragam, mulai dari penurunan peringkat di halaman hasil pencarian, tidak tampil di hasil pencarian untuk sementara, hingga dibuang dari indeks Google.

Berikut contoh-contoh metode yang termasuk tidak etis dalam penerapan SEO:

- Penjejalan kata kunci (*keyword stuffing*).

*Keyword stuffing* adalah praktik penjejalan kata kunci ke dalam konten situs, dengan tujuan menipu algoritma Google. Praktik penjejalan ini kerap dilakukan hingga isi paragraf di dalam konten situs menjadi terlihat tidak wajar.

- *Content spinning*.

Praktik ini menggunakan alat pembuat konten otomatis (*Auto Generated Content*). Caranya adalah dengan menjiplak konten milik orang lain, lalu mengubah dan

menerbitkannya dengan alat pembuat AGC. Walau tidak 100 persen menjiplak, Google tidak menyukai praktik ini.

- *Penyelubungan (Cloaking)*

*Cloaking* adalah praktik pembuatan halaman situs yang isinya berbeda dengan deskripsi halaman yang muncul di mesin pencari.

- *Doorway pages.*

*Doorway pages* adalah halaman situs yang sengaja dibuat untuk meningkatkan lalu lintas pengunjung, tetapi tidak memberi manfaat yang diinginkan pengunjung tersebut. Halaman ini mungkin muncul di hasil pencarian Google sebagai tautan yang dicari pengguna, tetapi begitu diklik, ternyata mengarah ke halaman yang tidak berkaitan.

Istilah *doorway pages* juga bisa diterapkan untuk beberapa tautan yang kelihatan berbeda, padahal sebenarnya mengarah ke halaman yang sama.

- *Swapping.*

*Swapping* adalah aktivitas mengganti isi halaman situs setelah mendapat peringkat cukup tinggi di halaman hasil pencarian. Praktik ini dapat merugikan pengguna yang sering berkunjung ke situs tersebut, dan akhirnya menurunkan reputasi pemilik situs.

- *Plagiarisme konten.*

Ini adalah salah satu strategi curang terpopuler yang masih terus ada, walau dibenci berbagai pihak. Plagiarisme konten, terutama yang isinya tidak mengalami banyak perubahan dari konten aslinya, bisa mendatangkan penalti berat serta menurunkan reputasi.

- *Tautan tersembunyi.*

Tautan tersembunyi kerap digunakan untuk menipu pengunjung agar melakukan klik. Hal yang sama juga diterapkan untuk teks tersembunyi, yang biasanya menjadi kedok untuk menjejalkan kata kunci. Kedua teknik ini biasanya dilakukan dengan cara menggunakan warna teks yang sama dengan latar belakang, menggunakan *font* ukuran 0, atau menggunakan CSS untuk menyamarkan *hyperlink*.

- Kata kunci yang janggal.

Menggunakan terlalu banyak kata kunci yang tidak berkaitan dengan isi konten dapat menurunkan reputasi situs, sekaligus mengundang penalti dari Google. Hal ini sering dilakukan dengan cara menaruh kata-kata kunci sebanyak mungkin di dalam satu artikel, walau tidak ada kaitannya dengan isinya.

- Memasang elemen berbahaya pada situs.

Membuat konten atau halaman situs dengan elemen berbahaya, seperti virus dan *phishing*, akan langsung membuat Anda terkena penalti berat dari Google.

Google memiliki aturan cukup ketat terkait berbagai tindakan yang bisa membuat Anda terkena sanksi. Kunjungi halaman pedoman *webmaster* di situs dukungan (*support*) Google untuk menghindari potensi melanggar peraturan saat berusaha mempopulerkan situs Anda.

## **Tips Menghindari Metode *Black-Hat SEO***

Google kerap tanpa sengaja mendeteksi sebuah situs melakukan metode *black-hat SEO*, padahal mungkin saja tidak. Akan tetapi, penalti dari kesalahan deteksi ini bisa cukup merepotkan. Peringkat Anda mungkin mendadak turun, atau malah tidak terdeteksi oleh Google selama beberapa waktu. Jika sudah begini, Anda harus repot-repot membuat laporan ke Google untuk mencabut penaltinya.

Berikut beberapa cara agar Anda tidak tanpa sengaja “dituduh” melakukan metode *black-hat SEO*:

- Fokus pada konten.

Ketika membuat tulisan di situs atau blog, pastikan Anda mengutamakan konten, bukan sekadar cara menyelipkan kata-kata kunci. Jika teks Anda terlihat tidak alami karena memaksa menyelipkan kata kunci, hal ini malah akan membuat situs Anda dicurigai. Jika Anda fokus pada konten tanpa menjauhi tema utama situs Anda, menyelipkan kata kunci justru lebih mudah.

- Variasikan sumber *backlink*.

Agar situs Anda mendapat reputasi baik sekaligus tidak dicurigai, sumber tautan balik alias *backlink* harus berasal dari situs yang bervariasi. Selain itu, jenis-jenis situs yang menyediakan *backlink* ke situs Anda juga harus memiliki *Page Authority* (PA) yang berbeda-beda. Jadi, jangan hanya menyasar situs besar atau kecil.

- Buat *anchor text* bervariasi untuk *backlink*.

Teks jangkar alias *anchor text* untuk *backlink* memang sebaiknya berkaitan dengan kata kunci, namun jika Anda terus menggunakan kata yang sama, situs Anda bisa dicurigai. Misalnya, jika kata kunci utama Anda adalah “paket umroh murah”, terus-terusan menggunakan “paket umroh murah” sebagai teks jangkar bisa mencurigakan.

Jika ingin membagi-baginya secara tepat, Anda bisa menggunakan rumus ini sebagai contoh: 18 persen untuk teks yang identik dengan kata kunci utama, 16 persen untuk teks yang tidak sama, 31 persen untuk nama perusahaan atau bisnis, dan 18 persen URL saja (tanpa teks jangkar). Sisanya bisa Anda variasikan.

- Pastikan sumber *backlink* relevan.

Membangun *backlink* sebanyak-banyaknya tidak salah, tetapi jangan sampai tautan ke situs Anda berasal dari situs-situs yang bidangnya tidak berkaitan. Misalnya, jika bisnis Anda menawarkan paket umroh, jangan mengincar terlalu banyak *backlink*

dari situs-situs yang berkaitan dengan perbaikan motor, catering pernikahan, dan sebagainya.

Jadi, jika situs Anda berisi tentang haji dan umroh, usahakan *backlink* Anda datang dari situs-situs pendidikan agama, *travel*, tips haji dan umroh, tips perjalanan ke Timur Tengah, dan sejenisnya.

- Pastikan *backlink* mengarah ke halaman yang bervariasi.  
Saat mengarahkan *backlink* ke situs Anda, jangan hanya mengandalkan halaman utama situs alias homepage. Pastikan *backlink* mengarah juga ke halaman-halaman lain di dalam situs Anda. Gunakan rumus 20-50 persen *backlink* ke halaman utama, dan sisanya ke halaman lain.

- Pastikan frekuensi penambahan *backlink* terlihat alami.  
Ketika Anda berusaha menambah *backlink*, Anda mungkin berjuang mendapatkannya sebanyak mungkin dalam sehari. Akan tetapi, hal ini bisa berisiko membuat situs Anda dicurigai, terutama jika penambahan tautan balik tersebut terlihat tidak normal (misalnya 10 ribu *backlink* dalam sehari).

Solusinya, lakukan penambahan *backlink* pada periode-periode tertentu, misalnya setiap akhir pekan, atau mungkin tiga kali pada pertengahan minggu. Dengan begitu, Anda bisa menghindari risiko dicurigai akibat penambahan *backlink* berlebihan.

- Alamat IP sumber *backlink* harus beragam.  
Alamat IP situs alias *IP address* yang menjadi sumber *backlink* Anda harus beragam, bahkan berada di luar jaringan komputer Anda sendiri. Semakin beragam alamat IP yang menjadi asal *backlink*, semakin kecil kemungkinan situs Anda dicurigai.

Algoritma Google yang ketat membuatnya sangat teliti dalam menyaring situs-situs nakal, sehingga kemungkinan tidak sengaja terdeteksi bisa saja terjadi. Akan tetapi, Anda bisa

menurunkan risiko itu dengan melakukan tips-tips untuk menghindari metode *black-hat SEO* ini.

## **Bagaimana Cara Mempelajari SEO?**

Banyak pakar SEO di internet yang belajar optimisasi situs lewat dua cara: secara autodidak dan lewat kursus daring. Berikut sedikit penjelasan mengenai dua metode belajar SEO tersebut.

### **Metode Autodidak**

Belajar strategi SEO tidak perlu lewat sekolah atau universitas. Anda bisa mempelajari aspek-aspek dan taktik optimisasi situs lewat berbagai bahan. Saat ini, ada banyak situs dan kanal video YouTube yang memberi wawasan dan cara-cara melakukan optimisasi situs. Anda bisa menemukan sumber-sumber berbahasa Indonesia maupun Inggris, sesuai kebutuhan.

Berikut tips jika Anda ingin belajar secara autodidak:

- Mulai dari panduan berbahasa Indonesia.  
Saat ini, sudah banyak panduan SEO berbahasa Indonesia yang bisa Anda temukan di internet. Jika Anda belum percaya diri dengan materi berbahasa Inggris, atau hanya ingin mulai dari level kecil-kecilan, materi berbahasa Indonesia cukup banyak tersedia secara gratis.
- Belajar dari video.  
Video memberi pengalaman yang mirip dengan belajar di kelas. Selain visual, narasi yang dibawakan akan membantu Anda belajar langkah demi langkah. Video yang berkualitas biasanya juga memberi contoh yang bisa langsung Anda ikuti.
- Pahami istilah-istilah SEO.

Saat belajar, jangan lupa untuk mengakrabkan diri dengan istilah-istilah SEO yang penting, seperti yang dijelaskan sebelumnya. Jangan lupa menghapalkan istilah bahasa Inggrisnya, karena cenderung lebih praktis dan mudah diingat ketimbang terjemahannya.

- Terapkan secara bertahap.

Jika Anda sudah punya situs, jangan ragu untuk menerapkan strategi SEO secara berharap. Anda bisa melihat langsung perubahan yang terjadi ketika cara-cara optimisasi mulai diterapkan.

Anda bisa juga membeli buku-buku panduan SEO untuk belajar, namun mencari bahan dari situs SEO berkualitas lebih disarankan. Hal ini karena dunia teknologi internet berkembang pesat sehingga materi yang ada di situs atau video daring cenderung lebih mutakhir ketimbang buku cetak.

## **Ikut Kursus SEO**

Bagi Anda yang tidak percaya diri belajar tanpa pembimbing atau guru, bergabunglah dengan kursus SEO. Saat ini, banyak pakar SEO dan pemasaran internet yang menawarkan paket-paket khusus untuk belajar optimisasi situs serta pemasaran daring. Anda tidak perlu kuliah di universitas atau mengorbankan waktu bekerja, karena kelas-kelas ini biasanya berjangka waktu pendek.

Banyak penyedia jasa kursus SEO dan pemasaran internet di Indonesia yang menyediakan paket-paket kursus profesional, misalnya untuk pemasar atau pemilik bisnis. Paket seperti ini lebih padat, dan harganya cenderung agak mahal. Akan tetapi, ada juga paket untuk pelaku SEO pemula, dengan materi yang lebih mudah dipahami tetapi tetap bisa langsung dipraktikkan.

Tergantung kebutuhan serta kemampuan Anda, ada banyak paket kursus yang dibawakan di tempat-tempat umum, mirip pelatihan atau seminar. Akan tetapi, ada juga yang

dilakukan secara daring, dengan modal internet, video kamera, fasilitas obrolan (*chat*) dan mikrofon. Tinggal pilih mana yang dirasa paling cocok dengan kebutuhan Anda. Harga paket kursus semacam ini beraneka ragam; ada yang ratusan ribu, ada yang di bawah Rp10 juta, dan ada juga yang di atasnya.

Walau Anda harus mengeluarkan biaya, ada berbagai keuntungan dari belajar seperti ini, misalnya:

- Mendapat materi yang rapi.

Jika Anda ikut kursus atau seminar, materi yang disampaikan sudah dalam urutan yang benar. Anda bisa belajar tentang SEO sesuai dengan prioritas materi yang disarankan oleh para pakar.

- Belajar bersama guru.

Guru atau pelatih akan membimbing Anda belajar dan mencoba langsung metode yang sudah dipelajari. Anda juga bisa langsung mengetahui kesalahan sendiri, serta bagaimana cara memperbaikinya.

- Belajar sesuai tingkat kemampuan.

Kursus SEO biasanya diadakan sesuai dengan level para siswanya. Ada yang level dasar, hingga level tinggi khusus para profesional. Jika Anda memilih paket kursus sesuai kemampuan, Anda bisa mengikuti materinya dengan mudah, dan langsung mempraktikkannya.

Jika Anda berniat meningkatkan konversi serta mendapat keuntungan sebagai pebisnis, menyisihkan uang untuk ikut kursus adalah investasi bagus. Jangan lupa membaca ulasan dan testimonium dari berbagai sumber sebelum memilih paket kursus terbaik.

## **Kesimpulan**

Jika dideskripsikan secara singkat, *Search Engine Optimization* atau SEO merupakan upaya untuk meningkatkan visibilitas situs saat pengguna internet mengetik kata kunci relevan di mesin pencari. Tujuan akhir strategi SEO adalah meningkatkan peringkat dan konversi sebuah situs, sehingga berujung pada laba, pemasukan, popularitas, atau apa pun tujuan utama Anda saat membuat situs tersebut.

Strategi SEO banyak menggunakan metode untuk mempromosikan tautan serta melacak dan menggunakan kata kunci. Ketika Anda menerapkan strategi SEO, pastikan menggunakan cara-cara etis, dan hindari teknik *black-hat SEO*, karena bisa berujung pada penalti serta reputasi yang menurun. SEO bisa dipelajari baik secara autodidak maupun lewat kursus.

Berniat memajukan bisnis atau memopulerkan ide lewat situs? Pastikan Anda tahu **apa itu SEO** dan bagaimana menerapkannya. SEO adalah salah satu modal agar Anda bisa bersaing dengan pemilik situs lainnya, dan meraih kesuksesan.