

OPTIMISASI DAN SHARE WEBBLOG

MENGGUNAKAN TEKNIK SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Setia Wardani, Rina Putri Dewanti
Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas PGRI Yogyakarta
Jalan PGRI I No.117 Sonosewu Yogyakarta
e-mail: setia_wardani@yahoo.com, dewantirina@ymail.com

Abstract

The development of information technology, particularly the internet lately led to the formation of a new market segment, namely the Internet market. Webblog is generally widely used medium for businesses to market products online. The difficulty of the online business (internet marketer) is to optimize webblog owned to be able to look for machine-readable (search engines) and increase ratings/visitor traffic and introduce the (share) webblognya to users. The purpose of the study, among others, help the online business (internet marketer) to optimize Webblog to be able to read in a search engine (search engine), to help the online business (internet marketer) to introduce (share) webblognya to Internet users either through email, social media or other online media, changing the assumption that the attractive design Webblog able to increase traffic/internet user rating and visitor weblog. The method used is an experimental method for the study conducted on the manipulation of the research object as well as the control. Optimization in this study using Search Engine Optimization techniques, while for the share done online (social media and email) and offline. Tests performed with eight themes were analyzed for 5 week. The result webblog post will reach a high rating if it had been done and share webblog SEO techniques, in addition to making it unique themes also greatly affect the ratings/traffic.

Keywords : *Internet, Webblog, Internet Marketer, Search Engine Optimization (SEO) and email*

Abstrak

Perkembangan Teknologi Informasi, khususnya internet akhir-akhir ini menyebabkan terbentuknya segmentasi pasar baru, yaitu pasar internet. *Webblog* merupakan media yang umumnya banyak digunakan untuk memasarkan produk para pebisnis *online*. Kesulitan para pebisnis *online* (*internet marketer*) adalah untuk mengoptimalkan *webblog* yang dimiliki agar mampu terbaca oleh mesin mencari (*search engine*) dan meningkatkan rating/trafik pengunjung dan mengenalkan (*share*) *webblognya* kepada para pengguna. Tujuan penelitian antara lain membantu para pebisnis *online* (*internet marketer*) untuk mengoptimalkan *Webblog* agar mampu terbaca di mesin pencari (*search engine*), membantu para pebisnis *online* (*internet marketer*) untuk mengenalkan (*share*) *webblognya* kepada para pengguna internet baik melalui email, sosial media ataupun media *online* lainnya, mengubah anggapan bahwa desain *Webblog* yang menarik mampu meningkatkan trafik/rating pengguna internet dan pengunjung *weblog*. Metode yang digunakan adalah metode eksperimen karena pada penelitian tersebut dilakukan manipulasi terhadap objek penelitian serta adanya control.

Pengoptimisasian pada penelitian ini menggunakan teknik *Search Engine Optimization* sedangkan untuk *sharenya* dilakukan secara *online* (media sosial dan email) dan *offline*. Uji coba dilakukan dengan delapan tema yang dianalisis selama 5 minggu. Hasilnya postingan *webblog* akan mencapai rating yang tinggi jika telah dilakukan teknik SEO dan share *webblog*, selain itu pengambilan tema yang unik juga sangat mempengaruhi rating/trafik.

Kata Kunci : *Internet, Webblog, Internet Marketer, Search Engine Optimization (SEO)* dan email.

1. PENGANTAR

Perkembangan Teknologi Informasi, khususnya internet akhir-akhir ini menyebabkan terbentuknya segmentasi pasar baru, yaitu pasar internet. Bagi para pebisnis yang sebelumnya mengandalkan pasar *offline* sebagai target, kini berangsur-angsur mulai melirik pasar internet (dikenal dengan Toko *Online*). Ada yang menggunakan kombinasi keduanya, tetapi ada juga yang sudah sepenuhnya beralih ke pasar internet. Hal ini dikarenakan, para pengguna internet tiap hari semakin bertambah banyak, termasuk di Indonesia. Orang yang memanfaatkan pasar internet dalam berbisnis sering disebut dengan *internet marketer* (pebisnis online).

Webblog merupakan media yang umumnya banyak digunakan untuk memasarkan produk para pebisnis *online*. Produk akan semakin laku jika semakin banyak pengunjung yang menuju ke *webblog* untuk melakukan transaksi. Untuk itu diperlukan strategi promosi yang tepat untuk menjangkau pasar di internet.

Teknik optimisasi sering dilakukan oleh para pebisnis *online* agar situsnya berada di urutan teratas. Semakin bagus peringkat di Google, maka semakin besar kemungkinan untuk diklik oleh pengguna internet, sehingga kemungkinan produk terjual semakin tinggi.

Tampilan *webblog* yang bagus bukan jaminan akan selalu dikunjungi oleh pengguna internet. Tindakan optimisasi perlu dilakukan supaya *webblog* mudah dikenali oleh *search engine*, sehingga *webblog* akan muncul atau berada di urutan 10 besar. Istilah SEO akhir-akhir ini banyak didiskusikan oleh para pebisnis *online*, karena SEO berpengaruh besar terhadap reputasi *website*. SEO berguna untuk meningkatkan trafik *webblog*, target pengunjung dan efektivitas biaya.

Teknik optimisasi juga dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu optimisasi *on page* dan optimisasi *off page*. Optimisasi *on page* adalah optimisasi yang dilakukan dengan cara mengoptimalkan struktur HTML dan konten sebuah *web* atau blog, sedangkan optimisasi *off page* adalah optimisasi yang dilakukan dengan menambahkan *backlink* ke *web* atau blog.

Untuk membuat *website* yang bagus dibutuhkan biaya yang tidak sedikit. Solusi yang dipilih untuk menekan biaya dan promosi adalah dengan *Content Management System* (CMS). CMS merupakan *software* berbasis *web* yang digunakan untuk mengelola konten yang terdapat dalam sebuah web. Contoh CMS yang populer saat ini adalah Wordpress, Blogspot, Joomla dan Drupal. CMS banyak digunakan pada situs-situs yang memiliki kepadatan isi (*content*) dan situs *e-commerce*.

2. SISTEM

2.1 Landasan Teori

Definisi *Search Engine Optimization* (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan volume dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari menuju situs *web* tertentu dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari tersebut. Menurut Ledford (2007, h.18), “*SEO is the science of customizing elements of your web site to achieve the best possible search engine ranking*”.

Tujuan dari SEO adalah menempatkan sebuah situs *web* pada posisi teratas, atau setidaknya halaman pertama hasil pencarian berdasarkan kata kunci tertentu yang ditargetkan. Secara logis, situs *web* yang menempati posisi teratas pada hasil pencarian memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung.

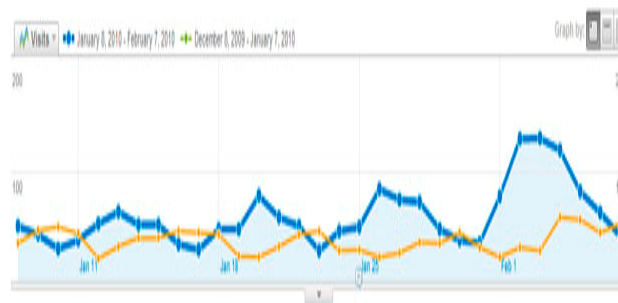
Berada pada posisi teratas hasil pencarian akan meningkatkan peluang sebuah perusahaan pemasaran berbasis *web* untuk mendapatkan pelanggan baru. Peluang ini dimanfaatkan sejumlah pihak untuk menawarkan jasa optimisasi mesin pencari bagi perusahaan yang memiliki basis usaha di internet.

SEO penting untuk *web* atau blog karena kepercayaan terhadap iklan rendah, pengunjung berusaha memblokir iklan dan karena pengunjung lebih percaya pada informasi yang dihasilkan pencarian *search engine*.

Indikator Kesuksesan *Search Engine Optimization* (SEO)

Menurut penelitian tentang SEO, indikator keberhasilan/kesuksesan SEO untuk sebuah *web* diukur dari hal-hal sebagai berikut.

- a) Trafik, merupakan alat ukur yang paling mudah ditentukan untuk melihat keberhasilan teknik SEO yang digunakan. Untuk melihat trafik sebuah *website* dapat dilihat di *cpanel* atau menggunakan *tools* online yang tersedia di internet, misalnya menggunakan *Google Analytics* yang dapat diakses secara gratis (<http://www.google.com/analytics>). Dalam blogger tersedia *plugin* khusus untuk memantau trafik, sehingga pengguna blogger dapat terbantu dalam pengukuran keberhasilan SEO.



Gambar 1. Tool Online Pemantau Trafik

- b) Rangkaing sebuah *website* dapat dilihat menggunakan *tool online*, misalnya *Alexa Toolbar*, *MarketLeap Search Engine Marketing Tools*, *WebPositon*, *Trellian SEO Toolkit*, *Bruce Clay's SEO ToolSet* dan lain-lain. Cara lain untuk melihat ranking *website* secara manual adalah dengan memasukkan *keyword*

pada *search engine*, kemudian melihat urutan website dan membandingkan dengan *website* lainnya dengan kata kunci yang sama.

- c) Peningkatan Halaman Indeks dan *Keyword* pada sebuah *search engine* dapat digunakan bahwa SEO yang digunakan berhasil. Jika semakin banyak peningkatan kunjungan pada halaman *web* melalui *search engine* maka dapat dikatakan bahwa halaman *web* sudah ter-indeks. Selain itu, cakupan peningkatan jumlah *keyword* baru (*keywords driving traffic*) yang masuk melalui *search engine* juga dapat digunakan untuk mengukur kesuksesan SEO. Peningkatan jumlah halaman *web* yang terindeks dan perluasan jumlah *keyword* dapat dipantau menggunakan *tool online*.
- d) Ukuran-ukuran SEO lain yang saat ini sering digunakan sebagai sarana untuk mengecek kesuksesan SEO misalnya: *google Page Rank*, *inbound link*, jumlah *crawl*, peningkatan kunjungan melalui *social media*, dan *bookmarking*.
- e) *Conversions/Lead* menggunakan *conversions* banyak digunakan untuk *website* penjualan, misalnya untuk penjualan produk. Ilustrasinya seperti berikut. Sebuah *website* penjualan memiliki trafik 1000 kunjungan perbulan dan produk yang terjual sebanyak 5 produk. Setelah dioptimisasi, terjadi peningkatan jumlah kunjungan sebanyak 2000 kunjungan perbulan. SEO berhasil jika banyaknya barang yang terjual minimal stabil, yaitu 15 produk.

Kode Etik SEO

Untuk itu diperlukan pemahaman mengenai kode etik SEO agar para pengguna internet mengetahui teknik SEO yang benar. Berikut kode etik SEO yang dikembangkan Bruce Clay:

- a) Praktisi SEO dilarang untuk menggunakan teknik dan prosedur terlarang yang membahayakan dan mengakibatkan *website* klien dihilangkan dari indeks *search engine* dan direktori.
- b) Praktisi SEO dilarang menggunakan teknik SEO yang dengan sengaja melanggar aturan yang ditetapkan oleh *search engine* dan direktori. Jika aturan yang digunakan oleh *search engine* dan direktori berubah, maka konsultan SEO wajib mematuhi perubahan tersebut.
- c) Praktisi SEO dilarang menggunakan teknik SEO yang dengan sengaja menyesatkan dan merugikan informasi yang dimiliki klien demi mencapai target pengunjung sebanyak-banyaknya. Misalnya: menggunakan *keyword* yang tidak sesuai dengan informasi yang terdapat pada *website* klien.
- d) Praktisi SEO dilarang menggunakan teknik SEO yang dengan sengaja melanggar hukum. Misalnya, melanggar hak cipta, merek dagang, *servicemark*, atau undang-undang yang berkaitan dengan *spam*.
- e) Praktisi SEO dilarang menggunakan teknik SEO yang dengan sengaja membohongi isi dari *website* klien. Misalnya, menambahkan halaman-halaman yang isinya berbeda dengan isi *website*.
- f) Praktisi SEO dilarang mengatasnamakan pekerjaan orang lain tanpa izin sebelumnya dari pihak lain. Hal ini termasuk mengambil pekerjaan dari orang lain secara keseluruhan atau sebagian dan mewakili pekerjaan ini sebagai miliknya. lain.
- g) Praktisi SEO dilarang menyajikan informasi diri atau perusahaan yang salah menyangkut kemampuan, pendidikan, pelatihan, pengalaman, sertifikat dan grup

afiliasi. Semua informasi harus didasarkan pada data-data yang benar. Misalnya berkaitan dengan portofolio.

- h) Praktisi SEO dilarang terlibat dalam konflik kepentingan yang lebih mendahulukan salah satu klien demi keuntungan pribadi. Misalnya: praktisi SEO menerima dua klien dengan *keyword* yang sama harus berada di urutan teratas. Praktisi SEO ternyata lebih mendahulukan salah satu klien. Hal seperti ini tidak diperkenankan dalam dunia SEO.
- i) Praktisi SEO dilarang untuk memberikan harapan dan janji yang tidak realistis pada klien, misalnya menjanjikan bahwa *web* klien akan berada di urutan nomor 1, padahal dari segi kompetisi sangatlah sulit.
- j) Praktisi SEO wajib melindungi kerahasiaan informasi khusus klien.
- k) Semua SEO praktisi akan bekerja dengan kemampuan terbaik untuk meningkatkan atau mempertahankan peringkat situs klien. Klien membayar biaya kontrak kepada praktisi SEO untuk mendapatkan dan mempertahankan penempatan mesin pencari. Praktisi SEO wajib memanfaatkan dan memungkinkan teknologi dan metodologi untuk meningkatkan dan mempertahankan peringkat bagi klien dalam menghadapi pergeseran teknologi mesin pencari, kompetisi, dan kebutuhan situs *web* klien.

2.2 Permasalahan

Identifikasi masalah pada penelitian ini antara lain:

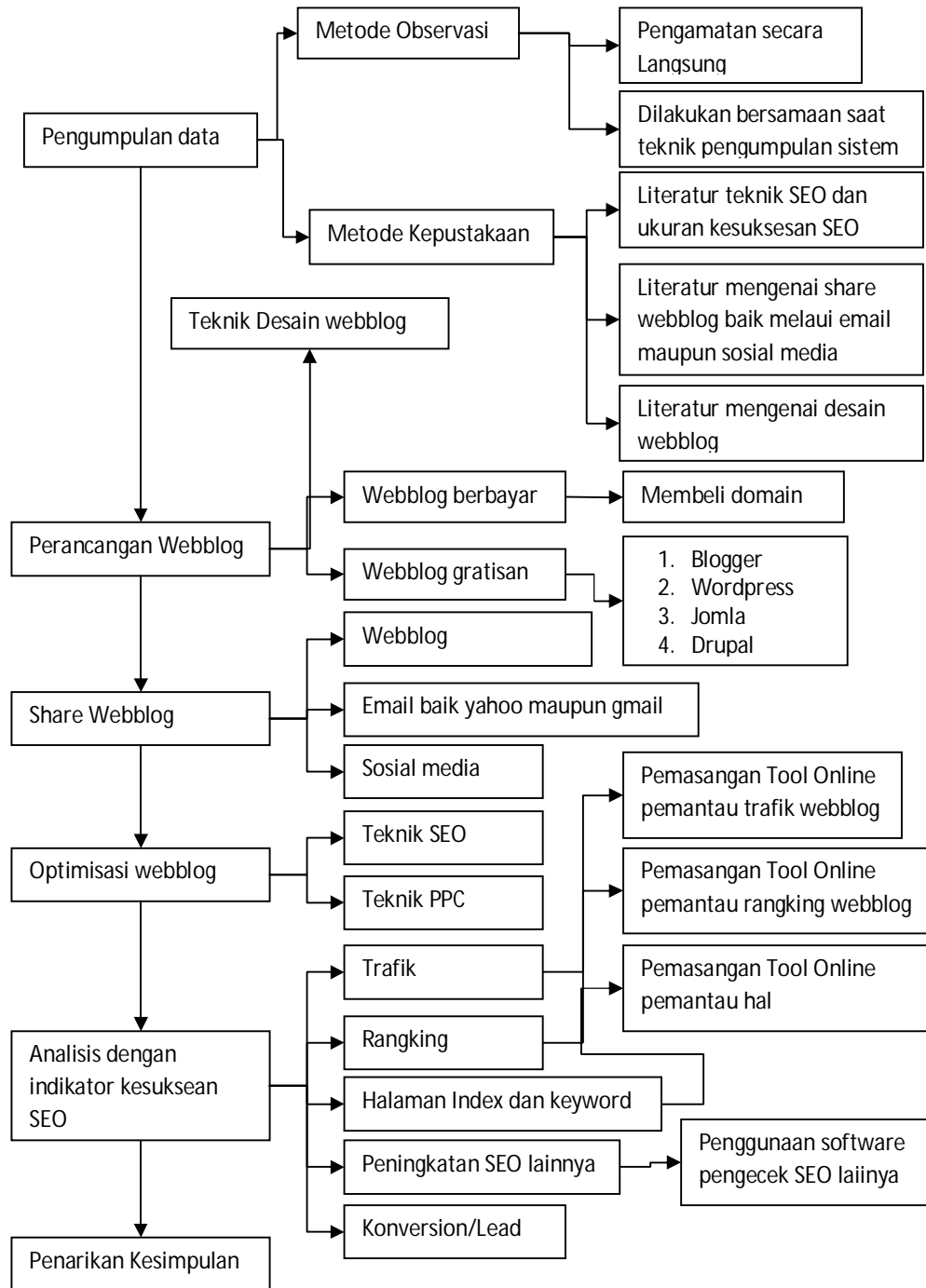
- a) Kesulitan para pebisnis *online* (*internet marketer*) untuk mengoptimalkan *Webblog* yang dimiliki agar mampu terbaca oleh mesin pencari (*search engine*) dan meningkatkan rating/trafik pengunjung.
- b) Kesulitan para pebisnis *online* (*internet marketer*) untuk mengenalkan *Webblog*nya yang berisi bidang usaha kepada pengguna internet.
- c) Masih banyaknya anggapan bahwa desain *Webblog* yang menarik adalah kunci utama *Webblog* tersebut mampu meningkatkan trafik dan rating pengunjung.

2.3 Metode Penelitian

Metode penelitian sangat penting dalam suatu penelitian, karena suatu kesimpulan yang diambil dapat dipengaruhi oleh metode penelitian yang dipakai. Metode penelitian juga merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh suatu masalah dengan tujuan tertentu. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metodologi penelitian eksperimen karena pada penelitian tersebut dilakukan manipulasi terhadap objek penelitian serta adanya kontrol.

2.4 Desain Penelitian

Untuk menghasilkan *Webblog* dengan SEO dan *share* alamat *Webblog* yang optimal dilakukan beberapa tahapan, antara lain:



Gambar 2 Framework Desain Sistem

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dengan uji coba delapan tema dan dilakukan analisis selama 4 minggu (alamat webblog www.FashionPoss.blogspot.com) antara lain:

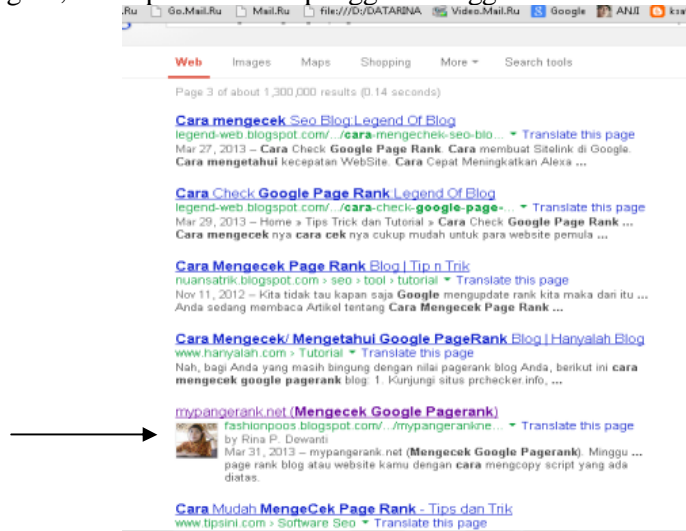
3.1 Penelitian I

Tema : Mengecek *goggle pagerank*

Topik : Cara mengetahui ranking pada google menggunakan *mypagerank*

a) Minggu Pertama dan Minggu Kedua

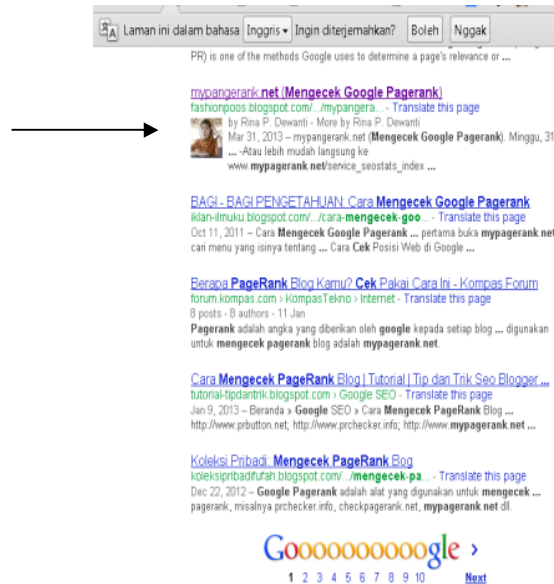
- Urutan ke 5 halaman 3
- Penggunaan SEO: membuka dan mengupdate posting blog sesering mungkin, share pada sesama pengguna blogger



Gambar 3 Hasil Penelitian IV minggu pertama dan kedua

b) Minggu Ketiga

- Urutan ke 6 halaman pertama
- Penggunaan SEO sama dengan minggu pertama dan kedua



Gambar 4 Hasil Penelitian IV minggu ketiga

- c) Minggu Keempat
 - Urutan ke 9 halaman kedua
 - Penggunaan SEO sama dengan minggu sebelumnya



Gambar 5 Hasil Penelitian IV minggu keempat

3.2 Penelitian II

Tema : melihat vudu pada blackberry storm

Topik : tips melihat Voice Usage dan Data Usage (VUDU) pada blackberry storm

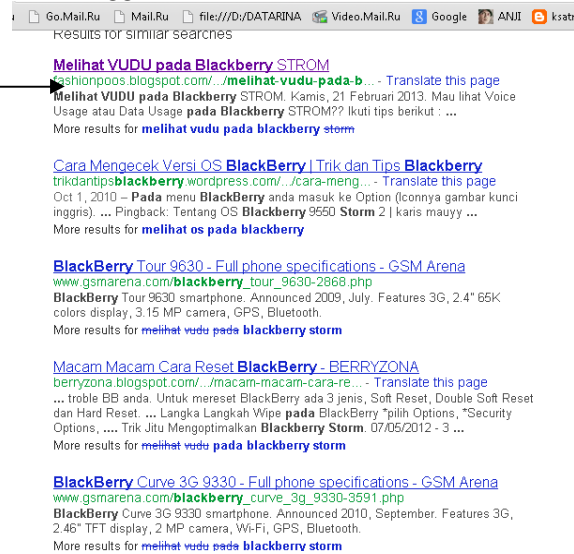
- a) Minggu Pertama dan Kedua
 - Urutan ke lima halaman pertama
 - Penggunaan SEO: membuka blog dan mengupdate sesering mungkin.



Gambar 6 Hasil Penelitian VI minggu pertama dan kedua

b) Minggu Ketiga

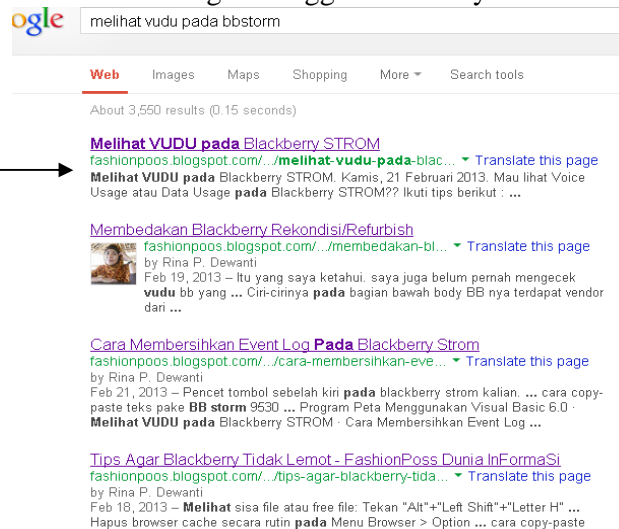
- Urutan keempat halaman pertama
- Penggunaan SEO: membuka blog dan mengupdate sesering mungkin, share pada sesama blogger



Gambar 7 Hasil Penelitian VI minggu ketiga

c) Minggu Keempat dan Kelima

- Urutan pertama halaman pertama
- Penggunaan SEO: sama dengan minggu sebelumnya



Gambar 8 Hasil Penelitian VI minggu keempat dan kelima

4. SIMPULAN

Kesimpulan dari Optimisasi dan *Share Webblog* Menggunakan Teknik *Search Engine Optimization* adalah sebagai berikut.

- a) *Webblog* merupakan salah satu media pembelajaran atau promosi yang digunakan oleh para pengguna internet. Dengan banyaknya pengguna baru yang setiap harinya selalu bertambah pesat, memungkinkan blog-blog yang dihasilkan tidak dapat muncul pada halaman pertama dalam mesin pencarian seperti, google, yahoo atau MSN dan lain sebagainya.
- b) *Search engine Optimization* (SEO) merupakan sebuah metode/cara agar *search engine* selalu mengindex website kita diinternet agar setiap proses pencarian dengan *keyword* melalui *search engine* dapat ditampilkan pada halaman utama.
- c) Menaikkan *pageranking* sebuah website agar selalu terindex pada *search engine* sehingga dapat ditampilkan dihalaman utama.
- d) Meminimalkan biaya pemasaran *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bertus, H. 2010. *Optimisasi Wordpress menggunakan Search Engine Optimization*. Jurnal Dasi Amikom.
- [2] Davis, H; & Iwanow, D. 2010. *Google Advertising Tools, Second Edition*. O'Reilly Media, Inc: USA.
- [3] Eric, E; Spencer, S; Fishkin, R; & Stricchiola, J.C. 2010. *The Art of SEO*. O'Reilly Media, Inc: USA.
- [4] Febrian, Jack. 2006. *Menjelajah Dunia dengan Google*. Penerbit Informatika: Bandung.
- [5] Hardi, Wisnu. 2006. *Mengukur kinerja search engine: Sebuah eksperimentasi penilaian precision and recall untuk informasi ilmiah bidang ilmu perpustakaan dan informasi*. Jurnal Tidak Terpublikasi. Jakarta: Veritas Document Management.
- [6] Hendroyono, Tony. 2005. *Trick Searching Efektif di Internet*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- [7] Jerkovic, J.I. 2010. *SEO Warrior*. O'Reilly Media, Inc: USA.
- [8] King, A.B. 2008. *Website Optimization*. O'Reilly Media, Inc: USA.
- [9] Ledford, J.L. 2007. *SEO Search Engine Optimization Bible*. Wiley Publishing, Inc: USA.
- [10] Netcraft. Web Server Survey. <http://news.netcraft.com/archives/>. Diakses tanggal 22 Maret 2010.
- [11] Raifuin, Rahmat. 2003. *Praktis Membangun Search Engine untuk Website Anda*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- [12] Ramo, A; & Cota, S. 2009. *Search Engine Marketing. The McGraw-Hill Companies: USA*
- [13] Sirovich, J; & Darie, C. 2007. *Professional Search Engine Optimization with PHP: A Developer's Guide to SEO*. Wiley Publishing, Inc: USA
- [14] Thewlis, Paul. 2008. *WordPress for Bussiness Bloggers*. Packt Publishing Ltd.UK.
- [15] Turban, E; & King, D. 2006. *Electronic Commerce A Managerial Prespective 2006*. Pearson International Edition.