

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Digital Marketing

Digital marketing adalah teknik pemasaran modern yang memanfaatkan berbagai media digital seperti internet, perangkat seluler, aplikasi, dan teknologi perangkat lunak lainnya untuk mempromosikan produk atau jasa secara lebih efektif dan terukur. Di era digital saat ini, strategi ini menjadi salah satu metode paling banyak digunakan dalam dunia bisnis karena mampu menjangkau audiens yang luas secara cepat dan interaktif.

Menurut (Arfan et al., 2022), digital marketing adalah penerapan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran yang mencakup pemanfaatan website, media sosial, dan email marketing, yang memungkinkan UMKM hingga perusahaan besar meningkatkan pendapatan dan efisiensi promosi. Prasetyo dan kolega juga menyatakan bahwa, digital marketing memiliki peran krusial dalam transformasi bisnis, terutama dalam meningkatkan daya saing dan efektivitas promosi di era masyarakat digital (Petro et al., 2025).

Dengan semakin berkembangnya teknologi dan perubahan perilaku konsumen ke arah digital, maka digital marketing menjadi kebutuhan utama dalam strategi komunikasi dan pemasaran di berbagai sektor usaha. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang konsep, alat, dan penerapan digital marketing menjadi penting bagi setiap pelaku bisnis di era modern ini.

2.1.2 Internet Marketing

Internet marketing, yang juga dikenal dengan istilah digital marketing, web marketing, online marketing, atau e-marketing, merupakan strategi pemasaran yang menggunakan media berbasis internet untuk mempromosikan produk dan jasa. Internet marketing mencakup berbagai aktivitas online seperti penggunaan email, media sosial, mesin pencari, hingga website sebagai saluran distribusi dan komunikasi pemasaran.

Menurut (Ummah, 2019), internet marketing adalah bentuk pemasaran digital yang memanfaatkan internet sebagai penggeraknya, memiliki keunggulan seperti kecepatan distribusi informasi, biaya rendah, dan kemampuan menjangkau konsumen global secara langsung.

Lebih lanjut, ada beberapa prinsip dasar yang menjadi keunggulan dari internet marketing dibandingkan dengan pemasaran tradisional:

1. **Immediacy:** Informasi dan penawaran dapat diperbarui secara real-time, memungkinkan perusahaan merespon tren dan kebutuhan pelanggan secara cepat.
2. **Personalisation:** Internet marketing memungkinkan personalisasi pesan berdasarkan perilaku pengguna dan data pribadi yang tersedia, sehingga komunikasi menjadi lebih relevan dan menyentuh kebutuhan spesifik setiap pelanggan.
3. **Relevance:** Konten yang disampaikan bisa disesuaikan dengan minat audiens, menciptakan pengalaman yang terasa personal dan interaktif.

Menurut (Permatasari et al., 2022), digital marketing menawarkan kelebihan yang jauh melampaui metode pemasaran tradisional, termasuk efisiensi biaya, kemampuan segmentasi pasar, serta jangkauan yang lebih luas baik secara lokal maupun internasional.

Dengan kata lain, internet marketing memungkinkan bisnis untuk mencapai audiens global dengan biaya yang lebih hemat, kecepatan lebih tinggi, serta efektivitas komunikasi yang lebih baik dibandingkan metode pemasaran konvensional. Hal ini menjadikannya sebagai salah satu strategi utama dalam persaingan bisnis modern.

2.1.3 Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang berisi informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, animasi, maupun video yang dapat diakses melalui jaringan internet secara global. Website dapat bersifat statis (tidak berubah) maupun dinamis (berubah secara berkala) dan membentuk satu sistem informasi yang terhubung satu sama lain melalui hyperlink. Menurut (Surentu et al., 2020), website merupakan media komunikasi digital yang efektif

dalam menyampaikan informasi secara luas, baik dalam bentuk visual maupun tekstual, yang terhubung melalui jaringan hyperlink dalam satu sistem situs.

Website adalah aplikasi yang aksesnya dapat dijangkau hampir setiap pengguna internet di seluruh dunia dengan koneksi internet. Website dapat memuat berbagai jenis konten seperti teks, gambar, video, suara, dan animasi, serta menjadi sarana utama bagi organisasi untuk menyampaikan pesan dan memperkenalkan identitas mereka. Dalam konteks yang lebih modern, website juga merupakan aplikasi digital yang diakses oleh pengguna internet melalui berbagai perangkat seperti komputer dan ponsel. Banyak terdapat sekali tools yang bisa digunakan pada sebuah halaman situs web. Situs web atau Website sendiri dapat sebagai media informasi sekaligus promosi sebuah jasa atau produk

2.1.4 Search Engine

Search Engine (mesin pencari) merupakan program komputer yang dirancang untuk membantu pengguna dalam menemukan file atau informasi digital berdasarkan kata kunci tertentu. Mesin pencari memungkinkan pencarian file atau dokumen yang mengandung kata atau frasa spesifik sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Sedangkan web search engine atau mesin pencari web adalah jenis mesin pencari yang dirancang khusus untuk menjelajahi informasi yang terdapat di internet, terutama pada *World Wide Web* (WWW) dan server seperti FTP (*File Transfer Protocol*). Hasil dari proses pencarian tersebut ditampilkan dalam bentuk daftar yang dikenal sebagai *Search Engine Results Pages* (SERP). Informasi yang ditampilkan bisa berupa halaman web, gambar, dokumen, hingga video.

Menurut (Untari Ningsih et al., 2022), search engine berfungsi untuk menelusuri dan menampilkan informasi yang relevan di internet sesuai dengan kata kunci pengguna, yang kemudian disusun dalam bentuk. Dengan bantuan mesin pencari website, pengguna dapat menemukan berbagai jenis informasi dari berbagai sumber secara cepat dan efisien. Informasi ini bisa mencakup konten multimedia, artikel ilmiah, halaman institusi, hingga file publik lainnya yang tersedia secara online.

2.1.5 Search Engine Results Page (SERP)

Search Engine Results Pages (SERP) adalah halaman yang ditampilkan oleh mesin pencari sebagai respons terhadap kueri pencarian pengguna. SERP menyajikan daftar hasil yang relevan, yang dapat mencakup tautan ke halaman web, iklan berbayar, gambar, video, dan elemen lainnya yang berkaitan dengan pencarian tersebut (Erwin Erwin, Elia Ardyan, Arifai Ilyas, 2023). Setiap hasil pada SERP diurutkan berdasarkan relevansi dan kualitasnya, yang ditentukan oleh algoritma mesin pencari:

SERP terdiri dari beberapa komponen penting, antara lain:

1. Hasil Pencarian Organik: Ini adalah tautan ke halaman website yang dihasilkan secara alami berdasarkan algoritma mesin pencari. Hasil ini dianggap paling relevan dan berkualitas tinggi untuk kueri pengguna.
2. Iklan Berbayar: Tautan yang muncul di bagian atas atau samping SERP yang merupakan hasil dari kampanye iklan melalui platform seperti *Google Ads*. *Advertiser* membayar untuk menempatkan iklan mereka di posisi ini berdasarkan tawaran untuk kata kunci tertentu.
3. *Featured Snippets*: Ringkasan informasi yang ditampilkan di bagian atas hasil pencarian, memberikan jawaban langsung atas pertanyaan pengguna tanpa perlu mengklik tautan. Ini biasanya diambil dari konten yang dianggap paling relevan.
4. *Knowledge Graphs*: Informasi tambahan yang ditampilkan di sisi SERP, memberikan konteks lebih lanjut tentang subjek yang dicari, seperti profil orang, tempat, atau organisasi.
5. Video dan Gambar: Hasil multimedia seperti video dari YouTube atau gambar terkait dengan kueri pencarian juga dapat muncul dalam SERP.

Fungsi dan Pentingnya SERP memainkan peran krusial dalam strategi pemasaran digital karena:

1. Visibilitas Online: Hasil pada halaman pertama SERP mendapatkan sebagian besar klik, dengan rata-rata CTR (*Click-Through Rate*) tertinggi pada posisi teratas. Penelitian menunjukkan bahwa hasil

pertama mendapatkan sekitar 28.5% klik, sementara posisi kedua dan ketiga masing-masing mendapatkan 15% dan 11%.

2. Pengalaman Pengguna: SERP dirancang untuk memberikan informasi yang paling relevan dan bermanfaat bagi pengguna. Dengan berbagai fitur seperti *Featured Snippets* dan *Knowledge Graphs*, pengguna dapat dengan cepat menemukan jawaban tanpa harus mengunjungi banyak situs web.
3. Persaingan Bisnis: Banyak bisnis berlomba-lomba untuk mendapatkan peringkat tinggi di SERP karena hal ini langsung berhubungan dengan peningkatan trafik dan konversi. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang bagaimana SERP berfungsi sangat penting bagi pemasar digital

SERP adalah elemen fundamental dalam dunia pencarian online yang mempengaruhi visibilitas website dan interaksi pengguna. Dengan memahami struktur dan fungsi SERP, pemilik website dapat mengembangkan strategi SEO yang efektif untuk meningkatkan peringkat mereka di mesin pencari, menarik lebih banyak trafik, dan pada akhirnya mencapai tujuan bisnis mereka. Penerapan teknik SEO yang tepat akan membantu website tampil lebih baik dalam hasil pencarian, menjadikannya lebih kompetitif di pasar digital yang semakin ketat.

2.1.6 Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) adalah teknik optimasi halaman web dengan menggunakan kata kunci tertentu agar dapat ditampilkan dan diindeks oleh mesin pencari. SEO bertujuan agar halaman website berada di peringkat atas hasil pencarian SERP, sehingga memiliki kemungkinan lebih besar untuk dikunjungi oleh pengguna internet.

Menurut (Arifin, 2016), SEO merupakan strategi digital untuk meningkatkan visibilitas website melalui teknik tertentu agar dapat ditemukan dengan mudah oleh mesin pencari, baik melalui pendekatan On-Page maupun Off-Page. Secara umum, terdapat dua metode utama dalam penerapan SEO:

1. SEO On Page: Merupakan sebuah teknik SEO yang di fokuskan untuk optimasi pada internal website. Aktifitas On Page ini menyangkut rekayasa terhadap elemen dan isi sebuah website.
2. SEO Off Page: Merupakan langkah optimasi SEO terhadap suatu website yang dilakukan luar halaman (eksternal) website tersebut. Metode optimasi Off page sangat erat kaitannya dengan backlink. Backlink adalah link dari website lain ke website yang dimaksud. Sebuah backlink dapat di ibaratkakan sebuah rekomendasi, semakin banyak yang merekomendasikan sebuah website maka akan semakin besar pula website tersebut dalam mendapatkan perhatian dari mesin pencari.

Dalam konteks digital, penerapan SEO sangat penting karena dapat mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang ke website. Menurut penelitian, website yang berada di peringkat teratas di halaman hasil pencarian Search Engine Results Pages (SERP) memiliki peluang lebih besar untuk dikunjungi oleh pengguna internet. Sebanyak 62% pengguna hanya memperhatikan 10 hingga 20 situs teratas di SERP (Halilintar & Ariyus, 2018). Dengan demikian, penerapan teknik SEO yang efektif dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan, pada gilirannya, potensi konversi untuk bisnis.

Penerapan metode SEO melibatkan beberapa langkah strategis, antara lain:

1. Optimasi Kata Kunci: Memilih kata kunci yang relevan dan sering dicari oleh pengguna untuk dimasukkan ke dalam konten website.
2. Struktur Halaman: Mengoptimalkan struktur halaman agar lebih ramah terhadap mesin pencari, termasuk penggunaan meta title, meta description, dan ALT tag pada gambar.
3. Konten Berkualitas: Menghasilkan konten yang informatif dan relevan sehingga menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan waktu tinggal di halaman.
4. Link Building : Membangun tautan (*backlink*) dari situs lain untuk meningkatkan otoritas dan peringkat website.

Implementasi teknik SEO yang tepat dapat menghasilkan peningkatan signifikan dalam trafik website. Penelitian menunjukkan bahwa setelah penerapan metode on-page SEO, beberapa website mengalami peningkatan trafik hingga 207% (*Journal of business, Technology & Sosial Science*). Selain itu, optimasi terhadap elemen-elemen seperti meta description dan internal linking juga terbukti efektif dalam menarik lebih banyak pengunjung serta mengurangi bounce rate.

Penerapan artikel berbasis SEO memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan website Porgran Studi Bisnis Digital Universitas Jambi. Dengan menerapkan teknik-teknik SEO yang tepat, universitas dapat meningkatkan visibilitasnya di mesin pencari, menarik lebih banyak pengunjung, dan memperkuat posisi brand-nya di dunia digital. Hal ini sejalan dengan tujuan Universitas untuk menyediakan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat luas serta mendukung pertumbuhan bisnis digital di era modern ini.

2.1.7 On-Page SEO

On-Page SEO adalah teknik optimasi yang dilakukan pada elemen-elemen dalam halaman website dengan tujuan untuk meningkatkan peringkat halaman tersebut di mesin pencari (Nanda Aristya et al., 2024) Ini mencakup pengoptimalan konten, struktur halaman, dan elemen HTML (*Hypertext Markup Language*) yang memudahkan mesin pencari dalam mengindeks dan memahami konten yang disajikan.

Komponen Utama On-Page SEO :

Beberapa komponen kunci dari On-Page SEO meliputi:

1. Meta Title dan Meta Description : Judul halaman (*title tag*) dan deskripsi meta yang menggambarkan isi halaman. Keduanya harus mengandung kata kunci yang relevan dan menarik perhatian pengguna untuk mengklik.
2. Struktur URL (*Uniform Resource Locators*): URL harus singkat, deskriptif, dan mudah dibaca oleh pengguna serta mesin pencari. URL yang baik membantu dalam pengindeksan yang lebih baik.

3. **Heading Tags:** Penggunaan heading (H1, H2, H3) yang tepat untuk membagi konten menjadi bagian-bagian yang lebih mudah dibaca. H1 biasanya digunakan untuk judul utama, sementara H2 dan H3 digunakan untuk subjudul.
4. **Konten Berkualitas:** Konten harus informatif, relevan, dan mengandung kata kunci yang ditargetkan. Konten yang baik tidak hanya menarik perhatian pengguna tetapi juga meningkatkan waktu tinggal di halaman.
5. **Teks Alternatif (*Alt Text*) untuk Gambar:** Memberikan deskripsi pada gambar dengan menggunakan teks alternatif membantu mesin pencari memahami konteks gambar dan meningkatkan aksesibilitas.
6. **Kecepatan Halaman (*Site Speed*):** Kecepatan loading halaman merupakan faktor penting dalam pengalaman pengguna dan peringkat SEO. Halaman yang lambat dapat menyebabkan pengunjung meninggalkan situs sebelum konten dimuat.

Penerapan On-Page SEO yang efektif dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain:

1. **Meningkatkan Visibilitas:** Dengan optimasi yang tepat, website memiliki peluang lebih besar untuk muncul di halaman pertama hasil pencarian SERP, sehingga meningkatkan jumlah pengunjung.
2. **Meningkatkan Kualitas Trafik:** Dengan menargetkan kata kunci yang relevan, pengunjung yang datang ke website lebih cenderung tertarik dengan konten yang ditawarkan, meningkatkan kemungkinan konversi.
3. **Meningkatkan Pengalaman Pengguna:** Struktur halaman yang baik dan konten berkualitas akan membuat pengunjung merasa nyaman saat menjelajahi website, sehingga meningkatkan retensi pengguna.

On-Page SEO merupakan aspek fundamental dalam strategi pemasaran digital yang bertujuan untuk meningkatkan performa website di mesin pencari. Dengan mengoptimalkan elemen-elemen dalam halaman website secara sistematis, website dapat meningkatkan visibilitasnya, menarik lebih banyak

pengunjung, serta memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Penerapan teknik-teknik ini sangat penting bagi keberhasilan suatu website dalam bersaing di dunia digital saat ini.

2.1.8 Off-Page SEO

Off-Page SEO merujuk pada semua teknik optimasi yang dilakukan luar halaman website untuk meningkatkan peringkat dan visibilitas di mesin pencari. Berbeda dengan On-Page SEO yang fokus pada elemen dalam website, Off-Page SEO berfokus pada membangun reputasi dan otoritas situs melalui interaksi dengan sumber eksternal, seperti backlink, media sosial, dan citasi (Abdillah, 2020).

Beberapa komponen kunci dari Off-Page SEO meliputi:

1. **Backlink:** Tautan dari situs lain yang mengarah ke website Anda. Backlink berkualitas tinggi dari situs yang memiliki otoritas akan meningkatkan kepercayaan dan peringkat di mesin pencari. Setiap backlink dianggap sebagai "suara" yang menunjukkan bahwa konten Anda bermanfaat dan dapat dipercaya.
2. **Social Media Engagement:** Aktivitas di platform media sosial yang membantu meningkatkan kesadaran merek dan menarik trafik ke website. Meskipun tautan dari media sosial sering kali bersifat "*nofollow*", interaksi ini tetap penting untuk membangun kredibilitas dan popularitas.
3. **Penciptaan Konten Berkualitas:** Konten yang menarik dan relevan memiliki potensi untuk mendapatkan backlink secara alami. Konten yang berkualitas tinggi lebih mungkin dibagikan dan dirujuk oleh pengguna serta situs lain.

Penerapan teknik Off-Page SEO memiliki berbagai manfaat, antara lain:

1. **Meningkatkan Peringkat Mesin Pencari:** Backlink berkualitas meningkatkan otoritas domain, yang berkontribusi pada peringkat yang lebih baik di hasil pencarian.

2. Membangun Kredibilitas: Backlink dari situs terpercaya memberikan sinyal positif kepada mesin pencari tentang kualitas konten Anda, sehingga meningkatkan reputasi.
3. Peningkatan Trafik Referral: Tautan dari situs lain dapat mengarahkan pengunjung langsung ke website Anda, meningkatkan jumlah trafik secara keseluruhan.
4. Ekspansi Jangkauan dan Visibilitas: Aktivitas di media sosial dan forum membantu menjangkau audiens yang lebih luas, memperkuat kehadiran online.
5. Pengenalan Merek yang Lebih Baik: Melalui strategi Off-Page SEO, brand Anda dapat lebih dikenal di pasar, yang berpotensi meningkatkan kesadaran merek.

Off-Page SEO merupakan bagian integral dari strategi pemasaran digital yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat website di mesin pencari. Dengan menerapkan teknik-teknik seperti backlinking, keterlibatan media sosial, dan pembuatan konten berkualitas, bisnis dapat membangun otoritas dan kredibilitas yang diperlukan untuk bersaing di dunia digital. Penerapan strategi ini sangat penting untuk mencapai hasil optimal dalam optimasi mesin pencari.

2.1.9 White Hat SEO

White Hat SEO adalah seperangkat teknik optimasi mesin pencari yang dilakukan dengan cara yang etis, legal, dan sesuai dengan pedoman resmi yang telah ditetapkan oleh mesin pencari, seperti Google, Bing, dan Yahoo. Pendekatan ini menitikberatkan pada praktik-praktik yang tidak hanya aman dari hukuman atau penalti, tetapi juga berfokus pada peningkatan kualitas pengalaman pengguna dan penyajian informasi yang relevan serta bermanfaat. Dengan menggunakan metode White Hat SEO, pemilik website tidak hanya mengejar peringkat tinggi dalam hasil pencarian (Search Engine Result Pages/SERP), tetapi juga membangun kredibilitas dan otoritas yang kuat dalam jangka panjang. Menurut penelitian oleh Erwin Erwin, Elia Ardyan, dan Arifai Ilyas (2023), White Hat SEO menjadi pendekatan yang sangat disarankan karena

dapat meningkatkan performa website secara organik dan berkelanjutan, tanpa melanggar kebijakan algoritma mesin pencari yang terus berkembang.

Salah satu karakteristik utama dari White Hat SEO adalah kepatuhan penuh terhadap pedoman mesin pencari. Praktik ini menghindari segala bentuk manipulasi algoritma yang tidak sah, seperti penggunaan kata kunci secara berlebihan (keyword stuffing), cloaking, atau membeli backlink dari sumber tidak terpercaya. Dengan mengikuti pedoman yang berlaku, website terhindar dari risiko seperti penalti, deindexing, atau bahkan penghapusan permanen dari indeks mesin pencari.

Karakteristik berikutnya adalah fokus pada pembuatan konten yang berkualitas tinggi. Dalam White Hat SEO, konten menjadi elemen sentral yang harus dikembangkan secara maksimal. Konten harus relevan dengan kebutuhan dan maksud pencarian pengguna (search intent), mudah dipahami, bermanfaat, dan memberikan nilai tambah yang nyata. Konten berkualitas ini juga memiliki peluang yang lebih tinggi untuk mendapatkan backlink secara alami karena dianggap layak untuk dibagikan dan dirujuk oleh situs lain.

Selain itu, White Hat SEO juga menekankan pada proses optimasi yang berkelanjutan. Artinya, teknik ini tidak hanya bertujuan mencapai hasil instan dalam jangka pendek, tetapi juga membangun reputasi website secara bertahap dan konsisten. Dengan pendekatan yang sabar dan terukur, reputasi dan otoritas website dapat tumbuh secara alami. Peningkatan ini dapat dilihat melalui indikator seperti Domain Authority (DA) dan Page Authority (PA), yang menjadi tolok ukur kekuatan suatu situs di mata mesin pencari.

Dalam penerapannya, terdapat beberapa teknik yang termasuk ke dalam praktik White Hat SEO, antara lain:

1. Riset Kata Kunci (Keyword Research): Proses ini dilakukan untuk menemukan kata kunci yang sesuai dengan niche atau topik website, memiliki volume pencarian yang tinggi, dan tingkat persaingan yang sesuai. Kata kunci tersebut kemudian digunakan secara strategis dalam konten, judul, subjudul, meta tag, dan elemen lain yang relevan. Riset

kata kunci yang tepat akan meningkatkan kemungkinan konten muncul di hasil pencarian yang sesuai dengan target audiens.

2. Pembuatan Konten Berkualitas Tinggi: Dalam praktik White Hat SEO, konten tidak hanya harus menarik dan informatif, tetapi juga memenuhi standar E-A-T (Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) yang ditekankan oleh Google. Konten yang dibuat oleh penulis ahli, disertai dengan referensi terpercaya, dan ditulis dengan cara yang jujur serta transparan akan lebih disukai oleh mesin pencari dan pengguna.
3. Optimasi Meta Tag: Meta title dan meta description adalah elemen penting yang membantu mesin pencari memahami isi halaman web. Dalam teknik White Hat SEO, meta tag ditulis secara deskriptif, mencerminkan isi konten secara akurat, dan mengandung kata kunci yang relevan tanpa melakukan spam. Meta tag yang baik juga berkontribusi terhadap peningkatan CTR (Click-Through Rate) karena membuat pengguna tertarik untuk mengklik hasil pencarian tersebut.
4. Backlink Berkualitas: Membangun tautan dari situs lain yang memiliki reputasi dan otoritas tinggi merupakan salah satu cara meningkatkan kepercayaan terhadap website Anda di mata mesin pencari. Namun, dalam White Hat SEO, backlink harus diperoleh secara alami melalui konten berkualitas, kerja sama dengan pihak ketiga yang relevan, atau melalui strategi guest posting yang etis. Praktik ini berbeda dengan teknik manipulatif seperti membeli backlink dalam jumlah besar dari situs-situs spam.
5. Optimasi Kecepatan Halaman: Kecepatan pemuatan halaman (page loading speed) menjadi salah satu faktor penting dalam memberikan pengalaman pengguna yang optimal. White Hat SEO mengutamakan optimasi kecepatan dengan cara mengompresi gambar, menggunakan sistem caching, memperkecil ukuran file HTML/CSS/JS, serta memanfaatkan server hosting yang andal. Website yang cepat tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna, tetapi juga mendapat poin tambahan dalam penilaian algoritma Google.

Penerapan teknik White Hat SEO memberikan berbagai manfaat positif yang dapat dirasakan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Beberapa manfaat tersebut di antaranya:

1. Meningkatkan Peringkat di SERP: Dengan menjalankan praktik yang sesuai dengan pedoman, peluang untuk tampil di halaman pertama hasil pencarian menjadi lebih besar. Mesin pencari lebih cenderung memberikan kepercayaan kepada situs yang menjalankan optimasi dengan cara yang benar.
2. Membangun Reputasi dan Kepercayaan: Website yang melakukan optimasi secara etis akan lebih dipercaya oleh pengguna karena tidak menjebak atau menipu. Hal ini berkontribusi pada peningkatan loyalitas audiens dan citra profesional situs tersebut.
3. Mendapatkan Trafik Organik yang Stabil: Karena White Hat SEO berfokus pada penyajian konten berkualitas dan strategi berkelanjutan, trafik yang dihasilkan bersifat konsisten dan tidak mudah menurun akibat penalti algoritma. Trafik organik yang stabil menjadi aset penting dalam pertumbuhan bisnis digital atau pengembangan komunitas online.

Sebagai kesimpulan, White Hat SEO merupakan pendekatan optimasi mesin pencari yang paling direkomendasikan karena mengutamakan integritas, kualitas, dan keberlanjutan. Pendekatan ini sangat cocok untuk pemilik website yang ingin membangun fondasi digital yang kuat dan tahan terhadap perubahan algoritma mesin pencari. Dengan mengikuti teknik White Hat SEO, pemilik situs tidak hanya akan memperoleh hasil peringkat yang baik, tetapi juga akan menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung, meningkatkan kredibilitas, dan meraih kesuksesan jangka panjang dalam ekosistem digital yang semakin kompetitif

2.1.10 Technical SEO

Technical SEO merupakan suatu proses penting dalam pengelolaan website yang berfokus pada optimasi elemen-elemen teknis dari situs tersebut, dengan tujuan utama untuk meningkatkan visibilitasnya di mesin pencari serta

memperbaiki kinerja keseluruhan situs agar lebih optimal. Technical SEO berbeda dari jenis optimasi lainnya, seperti on-page SEO yang lebih menitikberatkan pada konten dan elemen-elemen yang terlihat oleh pengguna seperti teks, gambar, dan heading, serta off-page SEO yang berkaitan dengan faktor-faktor eksternal seperti backlink dan reputasi domain.

Technical SEO justru menitik beratkan pada aspek struktural dan teknis dari situs web itu sendiri, termasuk pengaturan server, kecepatan akses halaman, keamanan, serta struktur data dan kode. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah memastikan bahwa website dapat dengan mudah diakses, ditemukan, dirayapi (crawled), diindeks (indexed), serta dirender (rendered) dengan baik oleh mesin pencari. Tanpa pengelolaan teknis yang memadai, mesin pencari akan kesulitan dalam memahami isi website secara menyeluruh, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap peringkat situs dalam hasil pencarian..

2.1.10.1 Komponen Utama dari Technical SEO

Technical SEO terdiri dari beberapa komponen penting yang saling berkaitan dan berfungsi untuk meningkatkan kemampuan situs agar dapat diproses secara maksimal oleh mesin pencari. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

1. **Crawling dan Indexing.** Crawling merupakan proses awal di mana mesin pencari seperti Google menggunakan bot atau crawler untuk menemukan halaman-halaman web. Bot ini akan mengunjungi URL yang tersedia pada sebuah website dan mengikuti tautan internal yang ada untuk menjelajahi serta mendeteksi halaman-halaman baru. Setelah proses crawling dilakukan, selanjutnya mesin pencari akan melakukan indexing, yaitu menyimpan dan mengatur konten yang telah ditemukan ke dalam database mereka. Konten yang berhasil diindeks akan memiliki peluang untuk muncul dalam hasil pencarian apabila sesuai dengan kata kunci atau query yang dimasukkan oleh pengguna. Tanpa proses crawling dan indexing yang efektif, konten website tidak akan terlihat oleh pengguna mesin pencari, meskipun isinya berkualitas tinggi.

2. Kecepatan Situs (Site Speed). Kecepatan loading halaman adalah faktor penting yang secara langsung memengaruhi pengalaman pengguna ketika mengakses suatu situs. Situs yang memuat dengan lambat sering kali menyebabkan pengguna merasa frustrasi dan memilih untuk meninggalkan halaman, yang pada akhirnya meningkatkan bounce rate. Selain itu, Google juga memasukkan kecepatan sebagai salah satu indikator dalam menentukan peringkat hasil pencarian. Website yang mampu memuat halaman dengan cepat memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk meraih posisi atas dibandingkan situs yang lambat.
3. Mobile-Friendliness. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet yang mengakses situs melalui perangkat mobile seperti smartphone dan tablet, maka sangat penting bagi sebuah website untuk bersifat responsif. Artinya, desain dan tampilan situs harus dapat menyesuaikan diri secara otomatis dengan berbagai ukuran layar. Google sendiri telah mengimplementasikan pendekatan mobile-first indexing, yang berarti bahwa versi mobile dari situs akan diutamakan dalam proses pengindeksan dan penentuan peringkat. Oleh karena itu, situs yang tidak mobile-friendly akan mengalami penurunan performa SEO secara keseluruhan.
4. Pengelolaan Konten Duplikat. Keberadaan konten duplikat atau konten yang sama persis di beberapa URL berbeda dapat membingungkan mesin pencari dalam menentukan halaman mana yang harus ditampilkan dalam hasil pencarian. Hal ini bisa menurunkan efektivitas SEO karena Google mungkin tidak menampilkan halaman yang diinginkan. Untuk mengatasi masalah ini, digunakanlah tag rel=canonical yang memberikan sinyal kepada mesin pencari mengenai versi utama dari konten tersebut.
5. Perbaiki Broken Links. Broken links atau tautan yang rusak merupakan salah satu masalah teknis yang dapat mengganggu pengalaman pengguna serta menghambat proses perayapan oleh bot mesin pencari. Tautan yang tidak mengarah ke halaman aktif akan membuat pengguna frustrasi dan dapat merusak kredibilitas situs. Oleh sebab itu, penting untuk secara

rutin melakukan pemeriksaan terhadap link internal maupun eksternal dan memperbaiki atau menghapus tautan yang rusak tersebut.

6. Implementasi Structured Data. Structured data atau data terstruktur adalah format khusus yang digunakan untuk memberikan konteks tambahan kepada mesin pencari mengenai isi halaman. Dengan adanya structured data, mesin pencari dapat memahami konten dengan lebih akurat dan memungkinkan situs untuk menampilkan informasi tambahan berupa rich snippets di hasil pencarian, seperti review, harga produk, tanggal acara, dan lain sebagainya. Ini dapat meningkatkan tingkat klik (CTR) dan visibilitas situs.
7. Keamanan Website. Keamanan situs juga menjadi bagian dari technical SEO yang sangat penting. Penggunaan protokol HTTPS memastikan bahwa komunikasi antara browser pengguna dan server situs terenkripsi, sehingga data pengguna tetap aman. Selain untuk melindungi informasi, HTTPS juga dianggap sebagai sinyal peringkat oleh Google. Dengan demikian, situs yang menggunakan HTTPS akan memiliki keunggulan dibandingkan situs yang masih menggunakan HTTP biasa.

2.1.10.2 Cara Kerja Technical SEO

Untuk menjalankan technical SEO secara optimal, terdapat beberapa langkah teknis yang harus dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan.

1. Audit Teknis. Audit teknis merupakan proses awal yang dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai masalah yang berpotensi memengaruhi performa SEO situs. Audit ini dapat mencakup pemeriksaan kecepatan situs, struktur URL, keberadaan broken links, tampilan mobile, keamanan situs, serta status pengindeksan halaman. Dengan melakukan audit secara berkala, pemilik situs dapat mengetahui area mana saja yang memerlukan perbaikan teknis agar performa SEO tetap terjaga dan dapat ditingkatkan secara berkelanjutan.
2. Optimasi Kode. Optimasi kode dilakukan untuk memastikan bahwa struktur HTML, CSS, dan JavaScript yang digunakan dalam website dapat berjalan secara efisien. Beberapa langkah yang umum dilakukan

dalam proses ini antara lain adalah minifikasi file untuk mengurangi ukuran file, penggabungan skrip untuk mengurangi permintaan HTTP, penggunaan caching untuk mempercepat pemuatan ulang, serta menghapus kode yang tidak digunakan. Semua ini bertujuan untuk mempercepat waktu pemuatan dan meningkatkan performa teknis halaman.

3. Pengaturan Robots.txt dan Sitemap. File robots.txt digunakan untuk mengatur akses bot mesin pencari terhadap halaman-halaman tertentu di situs Anda. Dengan file ini, Anda dapat menentukan bagian situs mana yang boleh atau tidak boleh dirayapi. Selain itu, pembuatan sitemap dalam format XML juga sangat penting karena membantu mesin pencari menemukan dan menjelajahi semua halaman yang ada di situs, terutama jika situs memiliki struktur navigasi yang kompleks atau memiliki banyak halaman yang tidak terhubung secara langsung.
4. Monitoring Kinerja. Setelah proses optimasi teknis dilakukan, langkah berikutnya adalah melakukan pemantauan terhadap performa situs secara terus menerus. Alat bantu seperti Google Search Console, Google Analytics, PageSpeed Insights, serta Screaming Frog SEO Spider dapat digunakan untuk memantau kecepatan, indeksasi, error teknis, dan data penting lainnya secara real-time. Dengan pemantauan yang rutin, tim pengelola situs dapat segera mengambil tindakan jika ditemukan masalah baru yang dapat mengganggu performa SEO.

Secara keseluruhan, technical SEO adalah fondasi dari keberhasilan strategi optimasi mesin pencari secara menyeluruh. Dengan memastikan bahwa website memiliki struktur teknis yang solid, cepat, aman, dan bebas dari error, maka peluang untuk meraih posisi atas di hasil pencarian akan semakin besar. Tidak hanya membantu mesin pencari memahami dan mengindeks situs dengan lebih baik, technical SEO juga turut berkontribusi dalam menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik dan lebih profesional.

2.1.11 Traffic Website

Traffic website adalah metrik penting dalam dunia digital marketing yang mencerminkan seberapa sukses suatu situs dalam menarik pengunjung. Penerapan strategi SEO terhadap konten artikel terbukti meningkatkan traffic dan performa website secara signifikan dalam konteks digital marketing (Nugroho et al., 2025). Memahami jenis-jenis traffic, faktor-faktor yang mempengaruhi, serta manfaatnya sangat penting bagi pemilik website untuk mengembangkan strategi pemasaran dan optimasi yang efektif. Dengan menerapkan teknik-teknik SEO dan promosi yang tepat, pemilik website dapat meningkatkan traffic secara signifikan dan mencapai tujuan bisnis mereka.

Traffic website merujuk pada jumlah pengunjung yang mengakses suatu situs web dalam periode waktu tertentu. Ini merupakan indikator kinerja yang penting bagi pemilik website, karena menunjukkan seberapa banyak orang yang tertarik dengan konten atau layanan yang ditawarkan. Traffic dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk pencarian organik, iklan berbayar, media sosial, dan referensi dari situs lain.

2.1.11.1 Jenis Jenis Traffic Website

Traffic website dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, antara lain:

1. **Traffic Organik:** Pengunjung yang datang ke website melalui hasil pencarian alami di mesin pencari. Ini biasanya merupakan hasil dari penerapan teknik SEO yang efektif.
2. **Traffic Berbayar:** Pengunjung yang datang melalui iklan berbayar, seperti *Google Ads* atau iklan di media sosial. Ini mencakup semua klik yang dihasilkan dari kampanye iklan.
3. **Traffic Sosial:** Pengunjung yang berasal dari platform media sosial. Ini mencakup klik dari tautan yang dibagikan di platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya.
4. **Traffic Referral:** Pengunjung yang datang melalui tautan dari situs lain. Ini menunjukkan bahwa situs lain merekomendasikan konten Anda kepada pengunjung mereka.

5. Direct Traffic: Pengunjung yang mengetikkan URL langsung ke browser mereka atau mengakses website melalui bookmark.

2.1.11.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Traffic Website

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *traffic website* meliputi:

1. Kualitas Konten: Konten yang informatif dan menarik akan lebih mungkin menarik pengunjung dan mendorong mereka untuk kembali.
2. SEO: Penerapan teknik SEO yang baik dapat meningkatkan peringkat website di mesin pencari, sehingga meningkatkan kemungkinan muncul di hasil pencarian dan menarik lebih banyak trafik.
3. Kecepatan Halaman: Halaman yang memuat dengan cepat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan dapat mengurangi bounce rate, sehingga meningkatkan traffic.
4. Promosi di Media Sosial: Aktivitas promosi di platform media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pengunjung ke website.
5. Backlink: Tautan dari situs lain ke website Anda dapat meningkatkan otoritas dan peringkat di mesin pencari, sehingga berpotensi meningkatkan traffic.

2.1.11.3 Manfaat Meningkatkan Traffic Website

Meningkatkan traffic website memiliki beberapa manfaat penting:

1. Peningkatan Kesadaran Merek: Dengan lebih banyak pengunjung, brand atau produk Anda akan lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Peluang Konversi Lebih Tinggi: Semakin banyak trafik yang masuk, semakin besar peluang untuk menghasilkan konversi, baik itu penjualan produk atau pendaftaran layanan.
3. Analisis dan Pengembangan: Dengan memahami pola traffic, pemilik website dapat menganalisis perilaku pengunjung dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.
4. Pendapatan Iklan: Untuk situs web yang mengandalkan pendapatan iklan, peningkatan traffic biasanya berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan iklan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
Febry Eka Purwiantono (2019)	Metode Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Ranking Webometrics Pada Web STIKI Malang	Google Analytics dan SEOquake	Menggunakan SEO Off-Page. Optimasi tersebut mampu meningkatkan jumlah Google Indeks sebesar 15.800 dan backlinks sebesar 8.078. Yang mana pada bulan Januari 2018, jumlah Google Indeks yang dimiliki oleh web STIKI Malang masih 7.970, sedangkan backlinks-nya 5.912 buah. Pada SEO On-Page, ada beberapa kata kunci yang tidak mampu dioptimasi seperti “kampus IT dengan lulusan terbaik” dan “penerimaan mahasiswa baru”.
Welli Braham Kurniawan, Mustika Handayani, Nadia Anggraini	Analisis Penerapan Strategi Search Engine Optimization	Google Analytics dan Google Search Console	Jumlah penayangan iklan website www.pbc.ac.id pada mesin pencari Google periode 1 Mei –30 Juni 2024 adalah sebesar 7.276 dan periode 1 Juli

(2025)	(SEO)pada Website www.pbc.ac.id		– 31 Agustus adalah sebesar 121.357, maka dapat disimpulkan bahwa setelah dilaku-kan penerapan strategi peningkatan SEO score memberikan kenaikan pada jumlah penayangan iklan website PBC adalah sebesar 68%
Stefanus Eko Prasetyo , Gautama Wijaya , Haeruddin , Sopiyan (2025)	Optimalisasi Search Engine Optimization (Seo) Untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Pada Website Pt. Petro Jaya Samudra		Hasil dari penelitian ini adalah bahwa hasil analisis ini didapatkan setelah penggunaan SEO selama kurang lebih selama 3 bulan pada website mengalami kenaikan yang sangat signifikan, ini menandakan hasil yang diperoleh sangatlah baik dan menunjukkan indikator yang positif dari tingkat optimalisasi SEO suatu halaman atau postingan pada website
Indri Handayani,	Optimasi Visibilitas		Penelitian ini menekankan pentingnya

Erick Febriyanto, Muhammad Shofwatullah	Situs Ilearning Journal Center (Ijc) Menggunakan Teknik On-Page Search Engine Optimization (SEO)		meningkatkan visibilitas situs untuk menarik lebih banyak penulis dan peneliti Indonesia, sehingga meningkatkan jumlah artikel yang disubmit. Hasil menunjukkan bahwa penerapan teknik On-Page SEO meningkatkan hasil pencarian situs web serta meningkatkan volume dan kualitas trafik website
Tantri Hidayati Sinaga dan Edrian Hadinata	Implementasi teknik Search Engine Optimization (SEO) pada Website bima utomo waterpark		Hasil dari penelitian ini mencakup pentingnya pembuatan website untuk meningkatkan popularitas bisnis, optimasi teknik SEO, pemilihan kata kunci yang tepat, dan potensi pengembangan lebih lanjut dengan teknik SEO yang lebih canggih Skor SEO yaitu 58/100, yang meningkat setelah penerapan teknik SEO.

			Meta Title, Meta Description, dan Keyword telah diterapkan dengan baik, dan hasil pencarian untuk kata kunci "waterpark medan" muncul di halaman ke - 4 mesin pencarian setelah satu bulan optimasi
Putu Anugerah Ananta, I Gede Iwan Suryadi, dan Anak Agung Raka Sitawati	Penerapan metode Search Engine Optimization (SEO) pada Media pemasaran digital PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id)		Hasil dari penerapan ini menunjukkan peningkatan jumlah kata kunci, peringkat di mesin pencari, dan volume kunjungan ke website. Penelitian ini menyimpulkan bahwa optimalisasi SEO dapat meningkatkan efektivitas media pemasaran digital dan berpotensi meningkatkan penjualan serta pangsa pasar
Stefanus Eko Prasetyo	Optimalisasi Search Engine	google search	hasil serta pembahasan pada penyusunan

, Gautama Wijaya , Haeruddin , Sopiyan (2025)	Optimization (Seo) Untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Pada Website Pt. Petro Jaya Samudra	console, AIOSEO Score	penelitian bisa disimpulkan bahwa penerapan Optimalisasi SEO adalah proses serta teknik yang dilaksanakan secara terstruktur yang bertujuan guna untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada situs web dengan memanfaatkan algoritma search engine atau mesin pencari terhadap website PT.Petro Jaya Samudra yang telah diterapkan sebuah Optimalisasi SEO untuk mengoptimalkan visibilitas pada website yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas trafik serta jumlah pengunjung melalui search engine menuju ke website PT.Petro Jaya Samudra agar dapat bersaing di pasar yang terus bergerak maju
Sintha Erika Putri,Budi	Penerapan Search Engine Optimization		Mengacu pada pengaplikasian metode pengembangan sistem

Prabowo (2023)	(SEO) Pada Strategi Digital Marketing UMKM		terhadap platform digital marketing Funcraft Florist, peneliti berkesimpulan bahwasanya setelah pengaplikasian teknik SEO on-page dan SEO off-page berdasarkan keyword yang ditargetkan, laman web aminacakemeon.com sukses muncul di peringkat awal pada mesin pencarian Google. Hal tersebut juga berlaku pada kanal digital marketing Funcraft Florist lainnya seperti Youtube, Facebook, serta Instagram. Metode SEO yang diaplikasikan juga dapat berjalan dengan baik. Pengembangan teknik SEO sangatlah esensial untuk menjaga popularitas laman web sebab akan membuat laman web tersebut muncul di peringkat awal halaman mesin pencarian Google.
-------------------	---	--	---

2.3 Prosedur Penelitian

