# PENTINGNYA SEO DAN CONTENT MANAGEMENT PADA DIGITAL MARKETING YANG TERKHUSUS PADA WEBSITE

**TECHNOPRENEURSHIP DIGITAL CONTENT A**

(Supangat, M.Kom.,ITIL., COBIT.)



Oleh :

Natalia Erika Destianti 1151800146

# PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

# FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

# UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

# 2021

# Latar Belakang

Menurut SEO (Search Engine Optimization) Ledford (2009), SEO adalah metode pencarian 444 di mana 444 menggunakan kata kunci atau frase , dan 444 berisi indikator yang terdapat dalam halaman web. .. , menjadi dalam indeks dari mesin . Sederhananya, Sohail (2012) menjelaskan bahwa SEO adalah cara mengembangkan situs web untuk visibilitas dan peringkat tertinggi dalam pencarian.

SEO adalah singkatan dari "Search Engine Optimation". Teknik ini merupakan upaya untuk mengoptimalkan website sehingga menempati posisi teratas dalam hasil pencarian Google. Dengan SEO, situs web lebih mudah ditemukan orang dan dapat menghasilkan lebih banyak lalu lintas. Pertanyaan nya adalah mengapa harus memprioritaskan Google SEO di antara banyak mesin pencari (Yahoo!, Bing, Amazon, dll.). Jawabannya sederhana. Google adalah mesin pencari paling populer bagi sebagian besar pengguna internet.

Faktanya Google menerima sekitar 3,5 miliar permintaan pencarian setiap hari. Tidak mengherankan, Google mendominasi 90% pangsa pasar mesin pencari (Statista), dan banyak yang percaya bahwa SEO adalah cara situs web mendapatkan peringkat teratas di Google. Jika menggali lebih dalam, akan menemukan bahwa optimisasi mesin pencari bukan hanya tentang peringkat. Faktanya, SEO dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas lalu lintas ke situs web dan blog. Dengan kata lain, pengunjung tidak hanya mengunjungi website. Tetapi itu juga membantu mencapai tujuan situs web. Baik itu meningkatkan branding atau meningkatkan jumlah transaksi.

Oleh karena itu, SEO Google sudah cukup untuk menilai keberhasilan web. Dengan optimisasi mesin pencari yang baik, situs web Anda akan menarik lebih banyak pengunjung potensial. Faktanya, 53% lalu lintas situs web berasal dari pencarian organik (SEO). Pencarian organik adalah kegiatan mencari informasi dengan memasukkan kata kunci tertentu di Google.

Dan masuk akal untuk menjangkau audiens tidak hanya berdasarkan lalu lintas, tetapi juga pada tujuan situs (meningkatkan pencitraan merek, transaksi, sumber informasi, dan lain sebagainya). Tetapi sering kali banyak yang tidak memahami tools bagaimana mengoptimalkan digital marketing dengan SEO. Faktanya sebagian besar traffic, terutama website bisnis—itu datangnya dari mesin pencarian. Mau apapun bidang industrinya: teknologi, fesyen, kesehatan, dan sebagainya.

# Tinjauan Pustaka

# KONSEP DIGITAL MARKETING BERBASIS SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) DALAM STRATEGI PEMASARAN pada penelitian ini menjelaskan konsep pemasaran digital berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam strategi pemasaran. Metode survei menggunakan survei deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan survei kepustakaan. Pemasaran Digital adalah cara baru ke Pertumbuhan Pelanggan Hanya Menggunakan teknologi SEO. SEO Pengoptimalan situs web menggunakan SEO melibatkan dua faktor: optimasi on-page dan optimasi off-page. Penggunaan SEO digunakan untuk meningkatkan lokasi situs web Anda dan memengaruhi lalu lintas dan penjualan

# Pembahasan

**Pentingnya Content Marketing**

Content adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian content dapat dilakukan melalui berbagai macam media seperti internet, televisi, CD audio, video, maupun secara langsung seperti konferensi dan pertunjukan acara panggung. Istilah content sendiri digunakan sebagai Istilah untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah sebuah media. Content biasanya menarik dan dibuat secara kreatif, agar konsumen melihat dengan mudah dan senang untuk melihat maupun mengamatinnya.

Content marketing saat ini memang sangat powerful.Bahkan, salah satu statistik menunjukkan bahwa berbagai brand di dunia berinvestasi total 44 miliar dollar untuk mengembangkan kontennya tahun 2013.Namun, banyak marketer yang masih bingung ketika masuk dalam strategi content marketing.Menurut sebuah survei yang dilakukan oleh BrightEdge 93% dari marketer akan meningkatkan anggaran konten setidaknya 10 persen pada jika mereka bisa mengidentifikasi konten apa yang paling efektif untuk menarik audience mereka.Selain itu, mayoritas marketer semakin fokus pada pencarian organik (organic search) sebagai sarana untuk mendorong ROI (return of investment).

Saat ini, masih banyak para marketer masih bingung antara konten yang dibuat dengan kemampuannya untuk tampil di halaman pertama pada mesin pencari. Mereka yang ahli dalam SEO biasanya mengambil pendekatan berdasarkan data yang mereka peroleh untuk strategi content marketingnya. Namun, mereka terkadang gagal untuk memperhitungkan faktor-faktor penting lainnya seperti pesan yang ingin disampaikan, format penulisan yang enak dibaca, dan yang lainnya.

Sebaliknya, content marketer biasanya tidak memperhatikan SEO dalam membuat kontennya. Mereka fokus pada konten itu sendiri, tanpa banyak memperhatikan teknik optimasi atau melakukan riset sebelum membuat konten.Jika Anda mengambil pendekatan content marketing yang tepat, konten Anda harus berdasarkan data tentang topik sedang trend dan yang menarik perhatian target audience. Distribusi konten juga harus dilakukan di beberapa saluran, termasuk di pencarian organik (google) dan media sosial.Marketer yang menggunakan content marketing tanpa latar belakang dalam pencarian organik mungkin tidak mengerti tentang apa yang diperlukan sebuah konten untuk bersaing dalam mesin pencari.

**Memanfaatkan Pencarian Organik untuk Content Marketing**

Pencarian organik dapat menjadi salah satu saluran yang paling rumit untuk dipahami dan persaingan di dalamnya yang sangat ketat.Jika brand atau bisnis online siap terjun dalam saluran pencarian organik bagi content marketing Anda, ada tiga tips yang bisa ikuti:

* Sebuah sistem manajemen konten (content management system) yang mendukung kebutuhan pemasaran perusahaan
* Sebuah rencana optimasi konten menggunakan data atau bahan riset.
* Mengetahui tujuan ketika membuat rencana content marketing. Apakah itu meningkatkan traffic atau kesadaran merk (brand awareness)Anda bisa menggunakan Google Analytics, untuk melihat data tentang pencarian organik. Data tersebut bisa gunakan sebagai bahan riset untuk membuat konten yang menarik bagi audience.

**Content Management Systems**

Sebelumnya, sistem manajemen konten atau content management systems (CMS) hanya untuk web developer. Namun dalam content marketing dan pencarian organik saat ini, CMS memainkan peran penting.

Ketika membuat sebuah CMS, penting untuk mempertimbangkan 2 hal berikut:

Memungkinkan mesin pencari untuk menjelajah halaman konten dengan mudah, dan memahami konten tersebut. Tidak semua sistem manajemen konten diciptakan sama.

Memungkinkan tim untuk dengan mudah bekerja sama, melakukan perubahan dan pembaruan konten tanpa harus merepotkan tim web atau web developer. Ketika berhubungan dengan content marketing, CMS tidak memperlambat produktivitas ketika tim memperbaruinya.

**Optimasi Visibilitas Konten**

Istilah “optimasi” dapat berbeda bagi setiap orang. Seharusnya, optimasi konten adalah tugas semua orang di tim pemasaran, termasuk penulis konten jadi bukan hanya tim web.

Secara umum, mengoptimalkan konten untuk pencarian organik berarti menggunakan data untuk informasi dalam pembuatan konten dan strategi distribusi.Secara khusus, akan menggunakan data-data tersebut untuk:

* Memahami tentang informasi apa yang audience inginkan
* Melihat kinerja konten kompetitor (dapat menentukan bagaimana strategi yang lebih baik)
* Membuat konten yang dapat dengan mudah dipahami mesin pencari Optimasi dimulai bahkan sebelum mulai membuat konten (ketika berada dalam tahap riset dan perencanaan).

Secara umum, optimasi konten untuk pencarian organik meliputi:

* Riset kata kunci (keyword) untuk menemukan apa yang audience Anda cari
* Menetapkan kata kunci untuk topik, dan pemetaan topik untuk aset konten yang sebenarnya (seperti halaman web, misalnya)
* Menciptakan konten yang berkualitas, relevan, unik, penting dan memberikan solusi untuk audience
* Pastikan konten tersebut dapat dioptimasi untuk visibilitas pada mesin pencari Berbagi konten di saluran lain, seperti media sosial, untuk meningkatkan kemungkinan bahwa orang klik link dan share.
* Untuk memperluas poin yang ke 4, Ada banyak faktor untuk mesin pencari seperti Google dalam memperhitungkan peringkat sebuah konten.

Untuk mengoptimalkan halaman website agar konten muncul di halaman pertama mesin pencari, Anda harus memperhatikan unsur-unsur berikut:

* Tag judul dan tag header
* Meta description
* Tag gambar
* URL halaman website
* Kecepatan dalam memuat halaman konten tersebut
* Mobile friendly (dapat diakses melalui, smartphone, tablet, dan gadget lain) Dan masih banyak lagi Pelacakan Konten dan Tahu Tujuan Konten Tool analytic bisa memberikan informasi yang bagus apakah konten sukses atau tidak.
* Kesuksesan tergantung pada tujuan membuat konten tersebut, apakah menghasilkan traffic, lead, atau brand awareness.

Tujuan tersebut harus ditentukan sebelum melakukan riset. Kemudian, tujuan-tujuan tersebut dapat diatur dalam tool analytic. Sehingga, tahu persis bagaimana kinerja sebuah konten, apakah konten tersebut berhasil sesuai tujuan.

Optimasi SEO secara garis besar terdapat

dua bagian yaitu adalah On page dan O page

optimization

Optimasi SEO secara garis besar terdapat

dua bagian yaitu adalah On page dan O page

optimization

**Optimasi SEO**

secara garis besar terdapat dua bagian yaitu adalah *On page* dan *Off page optimization*

* + 1. On Page Optimization merupakan satu proses optimasi yang dilakukan di dalam website menyangkut rekayasa website pada dasarnya on page optimization memiliki banyak faktor namun jika kita mencermati lebih dalam, sebenarnya on page optimization berhubungan dengan penempatan keyword pada struktur halaman website yang terdiri dari title, description dan tag. Contoh ketika kita mengetik “jasa translate” pada kotak pencarian google maka kita akan menemukan banyak website yang menawarkan jasa translate jasa translate” atau similar keyword yang berhubungan dengan keyword yang kita ketik di kotak pencarian google. Warna biru merupakan title/page title, warna hijau adalah link domain/link url dari sebuah halaman website dan warna hitam adalah description
    2. Page Optimization

Merupakan langkah optimasi SEO terhadap suatu website yang dilakukan diluar halaman (eksternal) website tersebut. Metode optimasi O page sangat erat kaitannya dengan back link. Backlink adalah link dari website lain ke website yang dimaksud. Sebuah backlink dapat dibaratkakan sebuah rekomendasi, semakin banyak yang merekomendasikan sebuah website maka akan semakin besar pula website tersebut dalam mendapatkan perhatian dari mesin pencari. Backlinks bagi website sangat penting hal ini untuk meningkatkan rating posisi website di pada pencarian di google semakin banyak dan berkualitas backlinks maka akan menetukan posisi atau letak website.

Selain itu penggunaan digital marketing dalam strategi pemasaran memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

* + 1. Jangkauan global

Penggunaa situs web memungkinkan untuk menemukan pelanggan baru dan berdagang secara global hanya dengan investasi kecil.

* + 1. Biaya lebih rendah

Pemasaran menggunakan internet yang terencana dan terarah dengan baik dapat menjangkau pelanggan yang tepat dengan biaya yang jauh lebih rendah daripada metode pemasaran tradisional.

* + 1. Hasil yang dapat dilacak dan diukur

Mengukur pemasaran secara digital melalui analisis web dan alat metrik online lainnya memudahkan untuk menentukan seberapa efektif strategi pemasaran yang dikampanyekan dan memberikan informasi terperinci tentang bagaimana pelanggan menggunakan situs web yang dibuat.

* + 1. Perolehan data

pelanggan yang mengunjungi situs web yang dibuat memberikan data pelanggan yang sering membeli produk. Semakin banyak mereka membeli maka semakin detail pelanggan yang didapatkan.

* + 1. Keterbukaan

Dengan terlibat dengan media sosial dan mengelolanya dengan cermat, akan membangun loyalitas pelanggan dan menciptakan reputasi agar mudah terlibat kampanye iklan yang menarik dengan konten. Konten ini (foto, video, artikel) memungkinkan diteruskan dari pengguna ke pengguna dan mendapatkan mata uang sosial viral.

* + 1. Tingkat Konversi Tinggi Situs Web

Oleh karena itu Jarak Pelanggan dapat membeli hanya dengan beberapa klik. bukan seperti media lainnya perlu bangun dan menelepon.

Beberapa kelemahan dan tantangan pemasaran digital adalah:

1. Keterampilan dan Pelatihan Pengetahuan dan Keterampilan adalah Melakukan dengan Benar Pemasaran Digital itu Penting Sukses Sukses Pemasar. Alat, platform, dan tren pemasaran digital berubah dengan cepat dan membutuhkan informasi terbaru.
2. Jam Mengoptimalkan Kampanye Iklan Online dan Membuat Konten Pemasaran dapat memakan waktu jam. adalah ukuran keberhasilan dalam memastikan pengembalian investasi.
3. Persaingan Tinggi Global Menjangkau Pelanggan , yaitu Global dengan menghadapi persaingan. Ini sendiri merupakan tantangan untuk mendapatkan perhatian pelanggan.
4. Keluhan dan Umpan Balik Negasi Umpan Balik atau Kritik Merek perusahaan merusak reputasi perusahaan karena merek tersebut merupakan indikator keputusan pembelian pelanggan. Masalah Keamanan dan Privasi Banyak pertimbangan hukum yang terkait dengan pengumpulan dan penggunaan data pelanggan untuk tujuan pemasaran digital mengharuskan Anda untuk memastikan bahwa situsnya aman.

# 1.4 Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan dari pemaparan hasil di atas dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Pemasaran digital adalah cara baru untuk mendorong pertumbuhan pelanggan

2. SEO adalah metode pemasaran digital yang meningkatkan lokasi situs web dan berdampak pada lalu lintas, kunjungan, dan penjualan produk / layanan **.**

Dalam menjalankan content marketing yang mengandalkan SEO. Tanpa adanya konten, maka SEO tak akan berarti.

Sementara bila membahas SEO, maka pikiran setiap orang akan langsung mengarah pada kata kunci dan peringkat di mesin pencari Google. Di sinilah poin keterkaitan antara keduanya terjadi.

Syarat agar bisa berada di posisi teratas mesin pencari Google ialah ketersediaan konten. Dan konten yang dicari tentu konten yang berkualitas. Sebab Google bukan hanya mengurutkan peringkat berdasarkan jumlah pengunjung dalam setiap postingan, melainkan ditambah lamanya waktu pengunjung saat mengakses.

# 

# DAFTAR PUSTAKA

1. Wardhana, Aditya. 2015. Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia.

https%3A%2F%2Fwww.academia.edu%2F17287897%2FSTRATEGI\_DIGITAL\_MARKETING\_DAN\_IMPLIKASINYA\_PADA\_KEUNGGULAN\_BERSAING\_+UKM\_DI\_INDONESIA Diakses pada tanggal 28 Oktober Pukul 18.20

KONSEP DIGITAL MARKETING BERBASIS SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)

DALAM STRATEGI PEMASARAN

KONSEP DIGITAL MARKETING BERBASIS SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)

DALAM STRATEGI PEMASARAN

1. KONSEP DIGITAL MARKETING BERBASIS SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) DALAM STRATEGI PEMASARAN oleh Bustanol Arifn, Abdurohman Muzakki, Moh Wahyu Kurniawan https://www.researchgate.net/publication/342419130\_KONSEP\_DIGITAL\_MARKETING\_BERBASIS\_SEO\_SEARCH\_ENGINE\_OPTIMIZATION\_DALAM\_STRATEGI\_PEMASARAN Di akses pada tanggal 28 Oktober 2021 pukul 21.09 WIB
2. Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk oleh Hadian Artanto , Firman Nurdiyansyah <https://media.neliti.com/media/publications/224632-penerapan-seo-search-engine-optimization-0fbae4e5.pdf> diakses pada tanggal 27 Oktober 23.45
3. <https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=wKAbe5QAAAAJ&pagesize=80&citation_for_view=wKAbe5QAAAAJ:WA5NYHcadZ8C> Technopreneur dalam Digital Marketing Artikel Schoolar diakses pada 1 November 18.41
4. <http://repository.untag-sby.ac.id/7446/1/Eas%20Technopreneurship%20Sharfan%201151700240.pdf> artikel dari schoolar, Analisis Strategi Marketing Gamis Anak, diakses pada pukul 18.
5. <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/6047> Technopreneurship Digital Content, diakses pada tanggal 1 November 19.09



