

OPTIMASI PENGGUNAAN KATA KUNCI UNTUK MENINGKATKAN RELEVANSI KONTEN ARTIKEL MEDIA ONLINE

Berlian Rahmah Dewanto¹, Hudi Santoso²

^{1,2} Prodi Komunikasi Digital dan Media, Fakultas Sekolah Vokasi, IPB University
e-mail: ¹berliannra@gmail.com, ²hudi.santoso@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Era digitalisasi semakin ketat, sehingga mempengaruhi banyak industri khususnya media online yang memproduksi berita. Jumlah pengguna internet semakin banyak dan terus bertumbuh seiring dengan tantangan dengan tujuan yang sama yaitu mencapai puncak pertama pada mesin pencari Google. Optimalisasi penggunaan kata kunci adalah elemen penting dalam meningkatkan relevansi konten artikel media online di mesin pencari Google. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi metode dalam menentukan kata kunci yang relevan dengan topik artikel serta merumuskan strategi penempatan kata kunci yang efektif tanpa mengorbankan kualitas konten. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta analisis dokumen dan artikel terkait SEO On-Page. Penelitian ini menghasilkan panduan praktis untuk memilih dan menggunakan kata kunci secara organik, termasuk teknik penempatan yang tidak mengganggu keterbacaan artikel. Hasil penelitian ini menciptakan artikel ramah mesin pencari dengan kualitas sesuai pedoman dan dapat tersaring oleh algoritma Google sehingga tujuan peningkatan relevansi konten dapat tercapai.

Kata kunci: Website, Search Engine Optimization, On-Page SEO

ABSTRACT

The era of digitalization has become increasingly competitive, significantly impacting many industries, particularly online media producing news. The number of internet users continues to grow, alongside the shared challenge of achieving the top position on Google search results. Keyword optimization is a crucial element in enhancing the relevance of online media article content on Google's search engine. This research aims to identify methods for determining Keywords relevant to article topics and formulate strategies for effective Keyword placement without compromising content quality. The research methods include observation, interviews, documentation, and analysis of documents and articles related to On-Page SEO. This study provides practical guidelines for selecting and organically incorporating Keywords, including placement techniques that maintain article readability. The results of this research create search engine-friendly articles with quality aligned with the guidelines, enabling them to be effectively filtered by Google's algorithm, thereby achieving the goal of improving content relevance.

Keywords: Website, Search Engine Optimization, On-Page SEO

PENDAHULUAN

Media online telah menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat modern. Ribuan hingga jutaan artikel dibuat dan diterbitkan setiap hari, menciptakan persaingan ketat untuk mendapatkan perhatian pembaca dalam melihat isu-isu terkini. Kemampuan sebuah artikel dalam menempati halaman pertama pada hasil pencarian menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan keberhasilannya (Sari dkk, 2023). Relevansi kata kunci dengan topik artikel menjadi dasar dalam strategi ini. Peningkatan keterlibatan konten agar dapat dengan mudah dicapai pembaca seringkali bergantung pada optimalisasi kata kunci. Penempatan kata kunci yang tepat dan sesuai dapat memperkuat peluang sebuah artikel untuk ditemukan oleh pembaca atau konsumen.

Pemilihan kata kunci yang relevan memerlukan analisis mendalam terhadap tren pencarian dan kebutuhan pengguna. Penulisan yang tidak mempertimbangkan relevansi ini menambah risiko kemungkinan untuk gagal semakin tinggi dalam menjangkau target pembaca (Chandra & Yusuf, 2024). Strategi penempatan kata kunci dengan ini sangat mempengaruhi keterbacaan artikel. Penggunaan kata kunci secara berlebihan menjadi salah satu faktor dari kerusakan kualitas konten itu sendiri. Artikel yang informatif, alami, dan mudah dipahami lebih dihargai oleh pembaca dan algoritma pencarian. Cara identifikasi kata kunci perlu membutuhkan dukungan alat bantu. Alat seperti *Google Keyword Planner*, *Google Tren*, *Ahrefs*, *SEMrush*, hingga *Similarweb* menyediakan data yang mendalam tentang volume pencarian dan perilaku pengguna. Penggunaan alat ini mempermudah penulis dalam menentukan kata kunci yang memiliki potensi terbaik. Pemahaman terhadap konteks artikel secara menyeluruh tetap menjadi elemen penting dalam proses ini.

Panjang artikel menjadi salah satu aspek yang mempengaruhi distribusi kata kunci. Artikel yang lebih panjang umumnya akan memberikan ruang lebih untuk integrasi kata kunci yang lebih fleksibel. Sinonim dan variasi kata kunci membantu menciptakan variasi yang alami dalam konten (Martina dkk, 2024). Selain itu, keseimbangan antara jumlah kata kunci dan kualitas isi menjadi kunci keberhasilan konten. Optimalisasi kata kunci memberikan kebermanfaatan bagi pengelola konten. Relevansi yang tepat meningkatkan kepercayaan pembaca terhadap informasi yang disajikan dalam artikel. Artikel yang relevan juga berpotensi membangun pengaruh baik terhadap situs secara tidak langsung. Sesuai dengan relevansi, pendekatan berbasis data diperlukan untuk menyusun strategi penggunaan kata kunci. Analisis tren pencarian menjadi langkah awal dalam menentukan relevansi. Strategi ini membantu penulis menyusun konten yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Penggabungan kata kunci secara organik tetap menjadi prioritas utama.

Pemahaman mendalam tentang optimalisasi kata kunci membantu meningkatkan efektivitas konten di media online. Artikel yang relevan dan informatif tidak hanya meningkatkan performa di mesin pencari, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pembaca. Penempatan kata kunci yang tepat dan sesuai membantu menciptakan artikel yang berkualitas tinggi. Kualitas konten pada artikel dan pengalaman pengguna menjadi faktor utama yang dinilai. Kata kunci berfungsi sebagai penghubung antara pencari informasi dan konten yang relevan.

Berdasarkan apa yang akan diulas lebih lanjut oleh artikel ini, maka penulis juga menggunakan beberapa referensi penelitian terdahulu dengan judul “Penerapan Teknik Search Engine Optimization On Page dan Off Page Pada Berita Kompas.Com” penelitian ini berfokus pada penerapan teknik SEO *on page* dan *off page* pada seluruh badan berita (Putro & Fauzy, 2024). Adapun referensi selanjutnya yaitu dengan judul “Strategi Optimasi SEO On-Page Dalam Penulisan Artikel Untuk Meningkatkan Trafik Organik Pada Website E-Commerce” yang membahas mengenai SEO *on page* yang dapat mempengaruhi trafik secara organik (Aristya dkk, 2024). Melalui referensi tersebut, penulis menyadari bahwa aspek kata kunci belum banyak di telusuri lebih lanjut, karenanya penulis mendapatkan hasil tentang bagaimana strategi SEO yang tepat dalam menjaga visibilitas website, yang akan lebih lanjut di eksplor secara mendalam serta berfokus pada kata kunci sebagai dasar terbentuknya kualitas artikel yang baik, yang akan diulas dalam artikel ini.

Penelitian ini disusun berdasarkan kepentingan akan strategi SEO *on page* yang tidak hanya efektif secara teknis, tetapi juga mampu beradaptasi terhadap kebutuhan pengguna dan perubahan sistem pencarian melalui dasar utamanya yaitu kata kunci. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengidentifikasi metode dalam menentukan kata kunci yang relevan dengan topik artikel serta merumuskan strategi penempatan kata kunci yang efektif tanpa mengorbankan kualitas konten. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi media digital lain dalam merumuskan strategi SEO yang efisien dan meningkatkan relevansi konten dengan kualitas yang sesuai dengan pedoman.

KAJIAN TEORI

Website

Website merupakan salah satu penemuan historis yang sampai saat ini terus berkembang di bidang teknologi informasi (Mokosolang dkk, 2022). Website merupakan kumpulan halaman web yang saling terhubung dan dapat diakses melalui internet menggunakan nama domain tertentu (Sintaro, 2022). Website berperan penting dalam strategi pemasaran dan operasional suatu industri atau perusahaan. Popularitas serta kredibilitas website dapat dengan mudah dipantau dari berapa banyak jumlah pengunjung yang menunjukkan ketertarikan terhadap website tersebut (Nugroho dkk, 2025).

SEO (Search Engine Optimization)

SEO merupakan metode sistematis dengan memanfaatkan algoritma mesin pencari pada website yang ditujukan untuk peningkatan kualitas trafik pada halaman pencarian dan kalimat yang terhubung dengan kata kunci (Dewanto dkk, 2023). Adapun pengertian lainnya yakni SEO merupakan proses optimalisasi situs website menggunakan frasa atau “kata kunci” yang berhubungan dengan tujuan sehingga memudahkan mesin pencari menemukan situs web yang diinginkan oleh audiens (Ningsih dkk, 2022). *Search Engine Optimization* (SEO) juga sering disebut dengan istilah SEO White Hat yang merupakan suatu metode dengan tujuan menempatkan website di posisi teratas pencarian Google (Anton dkk, 2023). *Search Engine Optimization* (SEO) juga merupakan suatu

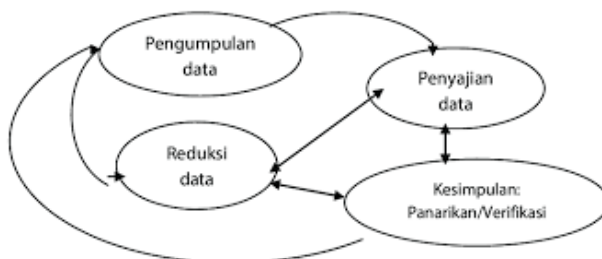
teknik dalam mempopulerkan situs web secara alami dengan mengoptimalkan performa situs pada halaman mesin pencari (Nashir dkk, 2025) .

On Page SEO (Search Engine Optimization)

On Page SEO merupakan salah satu dari dua jenis SEO itu sendiri yakni SEO *on Page* dan *off page* (Urmila dkk, 2023). SEO *on page* adalah suatu aktivitas yang ditujukan pada halaman website agar mempermudah mesin pencari dalam mengenali kata kunci (keyword) yang terdapat dalam website. Dari sisi internal SEO *on page* juga merupakan bagian dari proses optimasi dengan mengoptimalkan komponen yang ada pada website (Masruri & Nihayati, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam penerapan strategi *Search Engine Optimization* (SEO) *on page* dalam menentukan kata kunci yang relevan dengan topik artikel serta merumuskan strategi penempatan kata kunci yang efektif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan terhadap praktik penulisan dan pengelolaan konten SEO oleh tim editorial di kantor pusat Akurat.co, Jakarta Selatan. Wawancara dilakukan dengan redaktur pelaksana, editor SEO, serta tim pengelola konten digital yang terlibat langsung dalam penerapan SEO *on page*. Dokumentasi dilakukan terhadap artikel-artikel yang telah dioptimasi menggunakan teknik SEO *on page*, termasuk analisis elemen-elemen seperti *meta title*, *meta description*, *slug*, *image alt text* dan *internal linking*.



Gambar 1. Model Analisis Interaktif Oleh Miles dan Huberman

Analisis dilakukan secara berkelanjutan selama dan setelah proses pengumpulan data berlangsung. Hal ini bertujuan agar setiap temuan yang muncul dapat segera dievaluasi dan dibandingkan dengan teori serta hasil penelitian terdahulu, sehingga diperoleh pemahaman yang menyeluruh. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip dalam (Saputra & Rahmawati, 2025), yang meliputi tiga komponen utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi, dapat dilihat pada gambar 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kata kunci merupakan istilah yang digunakan oleh pengguna saat mencari informasi melalui mesin pencari. Dalam konteks SEO (Search Engine Optimization), kata kunci berfungsi sebagai jembatan antara kebutuhan pengguna dan konten yang tersedia di internet. Pilihan kata kunci yang tepat menjadi langkah awal dalam memastikan sebuah artikel dapat menjawab pertanyaan atau kebutuhan pencari informasi. Artikel dengan penggunaan kata kunci yang relevan dan tepat memiliki peluang lebih besar untuk muncul pada halaman pertama hasil pencarian. Semakin tinggi peringkat artikel di hasil pencarian, semakin besar kemungkinan artikel tersebut diklik oleh pengguna.

Mesin pencari seperti Google menggunakan algoritma canggih untuk menilai relevansi antara kata kunci dan isi artikel. Artikel yang menggunakan kata kunci secara efektif dapat menunjukkan bahwa konten tersebut sesuai dengan pencarian pengguna. Relevansi ini tidak hanya membantu pengguna menemukan informasi yang dibutuhkan tetapi juga meningkatkan kredibilitas artikel pada mesin pencari. Penggunaan kata kunci yang relevan berkontribusi langsung terhadap pengalaman pengguna. Ketika artikel yang ditemukan sesuai dengan harapan pembaca, mereka cenderung menghabiskan lebih banyak waktu untuk membaca, meningkatkan interaksi, dan berbagi konten. Kata kunci yang dipilih harus mencerminkan kebutuhan atau pertanyaan spesifik yang sering diajukan oleh pengguna.

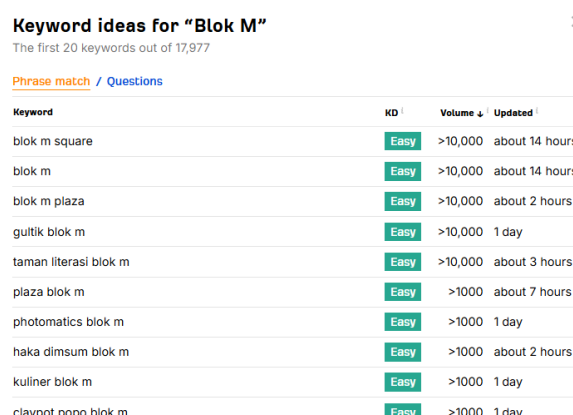
Keterkaitan antara kata kunci dan konten menentukan keberhasilan artikel dalam menjawab kebutuhan pengguna. Konten yang relevan, informatif, dan sesuai dengan kata kunci yang digunakan dapat meningkatkan kepercayaan pembaca. Pengelolaan kata kunci yang baik memastikan artikel tidak hanya ditemukan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi audiens.

Identifikasi dan Riset Kata Kunci yang Relevan dalam Artikel

Riset tren pencarian menjadi langkah awal dalam mengidentifikasi kata kunci yang relevan (MA, 2023). Penulis menggunakan alat bantu seperti Ahrefs untuk menyediakan data yang mendalam terkait perilaku pencarian pengguna. Informasi ini membantu memahami kebutuhan dan preferensi audiens berdasarkan istilah yang paling sering digunakan. Volume pencarian menjadi salah satu parameter utama dalam memilih kata kunci. Kata kunci dengan volume pencarian tinggi memiliki potensi untuk menarik lebih banyak pengunjung. Namun, tingkat persaingan juga harus dipertimbangkan karena kata kunci dengan persaingan tinggi seringkali lebih sulit untuk menempati peringkat atas di mesin pencari. Relevansi kata kunci terhadap topik artikel menentukan efektivitasnya dalam menjangkau audiens yang tepat. Pemilihan kata kunci yang sesuai dengan tema artikel meningkatkan kemungkinan artikel muncul di hasil pencarian yang relevan. Kombinasi antara volume pencarian yang memadai dan relevansi yang tinggi menghasilkan kata kunci dengan potensi optimal.

Pendekatan berbasis data digunakan untuk menentukan kata kunci utama yang akan menjadi fokus utama artikel. Proses ini melibatkan pengumpulan, analisis, dan interpretasi data dari alat bantu SEO. Data ini memberikan wawasan yang mendalam tentang istilah yang paling sering dicari oleh pengguna di niche tertentu. Kata kunci

turunan salah satunya menjadi pelengkap yang memperkuat konten artikel. Sinonim, frasa serupa, dan istilah terkait dapat digunakan untuk memperluas jangkauan tanpa mengorbankan relevansi. Penggunaan kata kunci turunan juga membantu menghindari pengulangan kata kunci utama secara berlebihan. Gambar 2 merupakan keyword Generator Ahrefs untuk Kata Kunci “Blok M”.



Keyword ideas for "Blok M"

The first 20 keywords out of 17,977

Phrase match / Questions

Keyword	KD	Volume	Updated
blok m square	Easy	>10,000	about 14 hours
blok m	Easy	>10,000	about 14 hours
blok m plaza	Easy	>10,000	about 2 hours
gultik blok m	Easy	>10,000	1 day
taman literasi blok m	Easy	>10,000	about 3 hours
plaza blok m	Easy	>1000	about 7 hours
photomatics blok m	Easy	>1000	1 day
haka dimsum blok m	Easy	>1000	about 2 hours
kuliner blok m	Easy	>1000	1 day
elavnt nonn blok m	Easy	>1000	1 day

Gambar 2. *Keyword* Generator Ahrefs untuk Kata Kunci “Blok M”

Penulis melakukan riset kata kunci pada alat bantu Ahrefs dengan target kali ini adalah "Blok M" yang memiliki KD (Keyword Difficulty) tingkat kesulitan yang rendah (Easy), yang berarti relatif mudah untuk di Peringkat di mesin pencari karena persaingannya tidak terlalu ketat. Hal ini menunjukkan bahwa halaman-halaman yang bersaing untuk *keyword* ini tidak memiliki banyak *backlink* berkualitas tinggi, sehingga konten yang relevan dan dioptimalkan dengan baik memiliki peluang besar untuk mendapatkan peringkat tinggi. Dengan volume pencarian lebih dari 1000 per bulan, *keyword* ini cukup populer. Data yang diperbarui sehari yang lalu memastikan bahwa angka tersebut akurat dan relevan untuk keputusan tepat saat ini. Dengan potensi ini, *keyword* "Blok M" layak untuk ditargetkan.

Riset kata kunci adalah proses dalam mengidentifikasi frasa atau istilah sebagai kata kunci yang sering digunakan oleh pengguna di mesin pencari. Hal ini sesuai dengan tujuan dari setiap pemilik situs website untuk memastikan bahwa situs tersebut menempati di halaman pertama mesin pencari (Saputra & Rahmawati, 2025).

Kata kunci berikut nya yaitu "Kopi Santan" memiliki KD (*Keyword Difficulty*) tingkat kesulitan yang rendah (Easy), yang berarti persaingan untuk mendapatkan peringkat tinggi di mesin pencari relatif ringan (dapat dilihat pada gambar 3). Hal ini menunjukkan bahwa halaman-halaman yang saat ini muncul di hasil pencarian tidak memiliki banyak *backlink* berkualitas tinggi, sehingga peluang untuk mePeringkat cukup besar jika Anda membuat konten yang relevan dan dioptimalkan dengan baik. Dengan volume pencarian lebih dari 100 per bulan, *keyword* ini memiliki minat yang cukup dari audiens. Data yang diperbarui empat hari lalu memberikan informasi yang cukup segar dan baru untuk digunakan dalam strategi konten.

Keyword ideas for “kopi santan” ×

The first 20 keywords out of 54

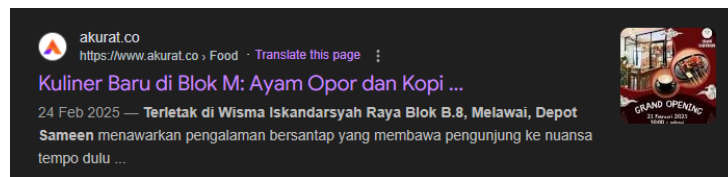
[Phrase match](#) / [Questions](#)

Keyword	KD	Volume	Updated
kopi santan	Easy	>100	4 days
kopi santan blora	Easy	>100	9 May
manfaat kopi santan	N/A	<100	
resep kopi santan	Easy	<100	9 May
efek samping kopi santan	N/A	<100	
berapa kali minum kopi santan untuk diet	N/A	<100	
kopi santan gula aren	N/A	<100	
diet kopi santan	N/A	<100	
kopi santan untuk diet	N/A	<100	
kopi santan resep	N/A	<100	

Gambar 3. Keyword Generator Ahrefs untuk Kata Kunci “Kopi Santan”

Meta Title

Meta title adalah salah satu elemen HTML atau meta tags SEO yang berguna dalam menentukan judul sebuah halaman situs web yang ditampilkan pada mesin pencari (Search Engine Result Pages/SERP) (Nityananda, 2023). Optimasi *meta title* perlu menampilkan kata kunci atau target riset kata kunci yang telah ditentukan, sehingga artikel yang dibuat dapat dengan mudah dicapai oleh pengguna. Contoh tampilan Meta Title dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Meta Title dan Meta Description

Meta Description

Meta description merupakan deskripsi singkat yang terletak di bawah meta title yang berfungsi sebagai kalimat penjelas. Dalam *meta description* perlu disisipkan target kata kunci yang telah ditentukan dan digabungkan dengan frasa turunan yang padu agar meningkatkan *Click Through Rate* (CTR) pada hasil pencarian mesin pencari.

Internal Linking

Penempatan kata kunci selanjutnya ada pada internal link yang biasa digabungkan dengan frasa turunan serupa untuk memperluas jangkauan pengguna (dapat dilihat pada gambar 5). *Internal link* adalah tautan yang menghubungkan satu halaman ke halaman lain di dalam domain yang sama, seperti pada artikel yang memiliki link dalam website yang sama. Berdasarkan wawancara dengan editor Akuratco internal link memang sangat diperlukan khususnya dalam meningkatkan waktu pengguna di halaman website (dwell time).

AKURAT.CO Kawasan **Blok M, Jakarta Selatan**, kini semakin kaya akan pilihan makanan khas daerah-daerah di Nusantara dengan kehadiran **Depot Sameen**, rumah makan yang menyajikan masakan tradisional Jawa dengan suasana yang nyaman.

Terletak di Wisma Iskandarsyah Raya Blok B.8, Melawai, Depot Sameen menawarkan pengalaman bersantap yang membawa pengunjung ke nuansa tempo dulu.

Pemilik Depot Sameen, Eko Yulianto Prabowo, memilih nama "Sameen" sebagai penghormatan kepada pahlawan lokal **Blora**, Jawa Tengah, Samin Surosentiko, yang akrab disapa Mbah Samin.

Gambar 5. *Link Internal* dalam Bentuk *Anchor Text*

Adapun dalam mempermudah tautan internal link maka perlu diperbanyak pula artikel terkait dengan topik atau topik sejenis. Relevansi topik mendukung struktur situs dan distribusi link untuk kepentingan halaman. Relevansi internal link berikut biasa dibuat dalam bentuk *anchor text*, yang merupakan sebuah teks yang dapat diklik dalam sebuah *hyperlink*. Relevansi konten juga sering dikaitkan dengan artikel *evergreen* yang mana menjadi salah satu artikel dengan topik yang tidak terikat oleh tren. Jenis konten *evergreen* memiliki relevansi jangka panjang yang dapat diterbitkan sejak lama namun tetap terus menghasilkan *traffic* secara konsisten.

Slug

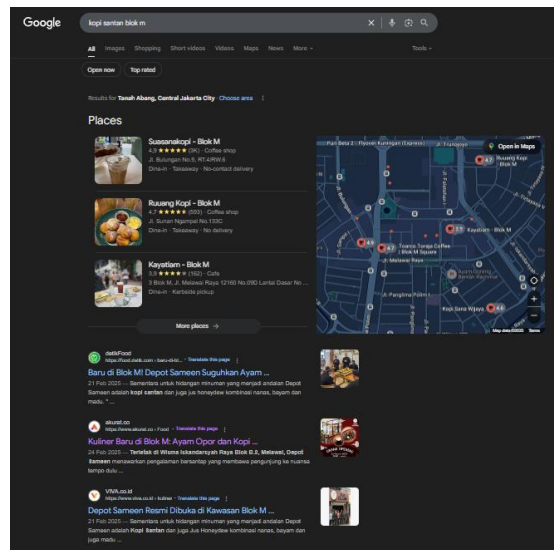
Slug adalah bagian dari URL yang menunjukan ke bagian halaman tertentu dalam sebuah website (Adi & Triyono, 2021). Penempatan kata kunci selanjutnya maka dapat disisipkan dalam *slug* sebagai Gambaran isi atau topik pada halaman. Optimasi *slug* berfungsi dalam membantu mesin pencari memahami relevansi halaman dengan pertanyaan atau permintaan pengguna. Maka, semakin tepat kata kunci yang dipakai dalam *slug* sesuai dengan keinginan pengguna maka semakin besar pula peluang dalam menempati halaman pertama.

Image

Optimasi gambar merupakan salah satu strategi penting untuk meningkatkan *traffic* website, khususnya dengan menambahkan *alt text* dan *title* pada gambar. Penambahan *alt text* bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai konten gambar, sehingga mempermudah mesin pencari untuk memahaminya. *Alt text* juga memberikan informasi tambahan pada pengguna sehingga meningkatkan relevansi konten website. Penggunaan *title* pada gambar memberikan informasi tambahan yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna (Alhafizh & Ahmad, 2024).

Peringkat Artikel di SERP Google

Berdasarkan penempatan kata kunci yang sesuai dengan strategi *Search Engine Optimization*, didapatkan seperti pada gambar 6 Peringkat artikel dengan kata kunci “Kopi Santan Blok M” menempati halaman pertama dengan urutan ke 2 yaitu website Akuratco dan didahului pada urutan pertama yaitu website Detikcom. Hal ini dapat dipahami berdasarkan urutan jika Detikcom mengambil posisi pertama dikarenakan Detik merupakan media yang jauh lebih dulu berkembang dan sudah cukup besar dibandingkan dengan media online yang istilahnya baru berkecimpung yaitu Akuratco, namun berhasil bersaing di tiga teratas halaman pertama Google.



Gambar 6. Hasil Peringkat SERP Google Akuratco

Peringkat artikel pada halaman Google sangat dipengaruhi oleh optimasi *SEO On Page* seperti *meta title*, *meta description*, *internal linking*, *slug*, dan *image*. Umumnya mesin pencari memberi peringkat berdasarkan Panjang pendeknya artikel, namun justru artikel yang terlalu Panjang dan bertele-tele mengurangi minat pembaca, karena dapat memberikan efek jenuh. Artikel perlu dibuat dengan struktur untung mengurangi efek jenuh audiens atau pembaca, dengan memanfaatkan relevansi informasi yang dibutuhkan audiens. Hal ini akan meningkatkan peluang artikel menempati posisi teratas yang secara tidak langsung juga akan dengan mudah dijangkau oleh audiens.

KESIMPULAN

Hasil penelitian pada artikel Akuratco menunjukkan bahwa optimasi konten dengan menyasar pada penempatan kata kunci yang di targetkan secara tepat pada *meta tags*, *slug*, *image*, dan *internal linking* efektif meningkatkan peluang artikel untuk menempati halaman pertama di mesin pencari. Penulis menyarankan pengerjaan ulang terhadap artikel-artikel dengan *traffic* rendah namun memiliki potensi peningkatan, kemudian juga dengan menambahkan relevansi konten melalui jenis konten *evergreen* untuk menyokong *organic traffic* jangka panjang. Hal ini dapat terus meningkat jika rutin

menganalisis media kompetitor dan monitoring evaluasi berkala untuk terus mendongkrak performa situs website dan menyesuaikan setiap tren baru dengan strategi yang tepat dan sesuai.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. P., & Triyono, G. (2021). Pemodelan E-Commerce Berbasis Web Menggunakan Content Management System. *IDEALIS: Indonesia Journal Information System*, 4(2), 187–196.
- Alhafizh, M. A., & Ahmad, I. (2024). Implementation of Search Engine Optimization on Lampung Tourism Websites Using The On-Page Method. *Jurasik (Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika)*, 9(2), 684–696.
- Anton, A., Nurlela, S., Situmorang, C. A., & Alfarizy, V. F. (2023). Pelatihan Penggunaan Website dan SEO Untuk Meningkatkan Pengunjung Website UMKM. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 59–64.
- Aristya, K. N., Galih, S. T., & Prakoso, S. A. (2024). Strategi Optimasi SEO On-Page Dalam Penulisan Artikel Untuk Meningkatkan Trafik Organik Pada Website E-Commerce. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(3), 273–279.
- Chandra, M. I. A., & Yusuf, R. (2024). Visualisasi Kata Kunci Pemberitaan Pemilu 2024 Menggunakan Sacpy dan Worldcloud. *TEKNIMEDIA: Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 5(1), 41–46.
- Dewanto, F. B., Febrian, M. H. P., Amir, M. R., & Prawira, I. F. A. (2023). Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(4), 709–715.
- MA, M. L. (2023). Rancang Bangun Otomatisasi Riset Kata Kunci di Market Place. *Jurnal TRANSFORMASI*, 19(2), 12–25.
- Martina, M., Akhyaruddin, A., & Priyanto, P. (2024). Kajian Kekohesifan dan Kekohersian Tajuk Rencana pada Media Daring Tribun Jambi. *Aksara: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(2), 314–328.
- Masruri, N. H., & Nihayati, D. A. (2022). Optimasi SEO On-Page pada Long-Tail Keyword untuk Meningkatkan Visibilitas Website di dalam SERP. *JRST (Jurnal Riset Sains Dan Teknologi)*, 6(2), 141–149.
- Mokosolang, R. G., Mewengkang, A., & Liando, O. E. S. (2022). Analisis dan Perancangan Website Sekolah Menengah Pertama. *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 2(1), 141–146.
- Nashir, I. A., Hanggara, B. T., & Akbar, M. A. (2025). Analisis Pengaruh Penggunaan Strategi Semantic Search Engine Optimization (SEO) dan Keyword Mapping Terhadap Visibilitas Website Merteyasabaliadventure. com pada Search Engine. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(2).
- Ningsih, D. H. U., Santoso, D. B., Mariana, N., & Saefurrohman, S. (2022). Model Serach Engine Optimization (Seo) Bagi Umkm Untuk Meningkatkan Popularitas Dan Pengunjung Website. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(3), 415–422.

- Nityananda, A. (2023). Penerapan White Hat Seo Pada Portal Jurnalisme Warga Hindu Untuk Mengangkat Eksistensi Warga Hindu Lampung. *Teknol. Dan Sist. Inf. Univ. Teknokr. Indones*, 4(2), 149–155.
- Nugroho, B. P., Alam, S., & Aris, V. (2025). Analisis Implementasi Search Engine Optimization (SEO) Pada Konten Artikel Terhadap Trafik Website. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 3(4), 26–35.
- Putro, M. Z. A. E., & Fauzy, M. (2024). Penerapan Teknik Search Engine Optimization On Page dan Off Page Pada Berita Kompas. Com. *Jurnalistik Dan Media*, 2(2), 56–68.
- Saputra, A. D., & Rahmawati, L. (2025). Implementasi SEO On-Page pada Artikel Website Skill Academy untuk Menempati Halaman 1 Google. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 2957–2968.
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., & Purbasari, R. (2023). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sintaro, S. (2022). Permodelan Sistem Informasi Pembelian dan Penjualan Berbasis Website. *Jurnal Ilmiah Informatika Dan Ilmu Komputer (JIMA-ILKOM)*, 1(1), 25–32.
- Urmila, U., Sastrawan, E., & Adda, H. W. (2023). Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) pada Website Pikiran-Rakyat. Com dalam Strategi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(3), 50–56.