

Pertemuan ke 5

Search Engine Optimization (SEO)

1. Pengertian SEO (Search Engine Optimization)

SEO adalah proses untuk meningkatkan visibilitas sebuah situs web dalam hasil pencarian organik di mesin pencari seperti Google, Bing, dan lainnya. Dengan menerapkan teknik-teknik SEO yang tepat, situs web dapat muncul lebih tinggi di halaman hasil pencarian, sehingga meningkatkan lalu lintas organik dan potensi penjualan.

SEO adalah singkatan dari Search Engine Optimization, yaitu langkah optimasi yang dilakukan agar website berada di hasil teratas mesin pencari (SERP).

Website dengan strategi SEO yang baik akan langsung muncul di halaman pertama hasil pencarian ketika calon pengunjung mencari kata kunci tertentu di mesin pencari seperti Google. Hasilnya, website Anda pun akan dikunjungi oleh lebih banyak orang.

Untuk membantu Anda memahami apa itu SEO, di artikel ini kami akan membahas berbagai aspek penting SEO, mulai dari pengertian, cara kerja algoritma pencarian, faktor yang memengaruhi ranking website, dan tips SEO terbaik. Selamat membaca!

Komponen-Komponen SEO:

- a. **Keyword Research:** Penelitian kata kunci penting untuk memahami kata kunci apa yang dicari oleh target audiens Anda.
- b. **On-Page Optimization:** Optimasi konten dan struktur halaman web, termasuk penggunaan kata kunci, judul yang menarik, meta deskripsi yang relevan, dan pengoptimalan gambar.
- c. **Off-Page Optimization:** Membangun otoritas situs dengan mendapatkan backlink berkualitas dari situs-situs terpercaya.
- d. **Teknik-Teknik SEO Lanjutan:** Seperti optimasi kecepatan situs, mobile responsiveness, dan penggunaan schema markup.

Penerapan SEO dalam E-Commerce:

- a. **Penelitian Kata Kunci Produk:** Identifikasi kata kunci yang relevan dengan produk yang dijual.
- b. **Optimasi Deskripsi Produk:** Menulis deskripsi produk yang informatif, menarik, dan mengandung kata kunci yang relevan.
- c. **Pengaturan Struktur URL:** Membuat URL yang mudah dipahami oleh mesin pencari dan mencerminkan konten produk.
- d. **Optimasi Gambar:** Menggunakan tag alt yang relevan dan mengompres gambar untuk mempercepat waktu muat halaman.
- e. **Menggunakan Review Pelanggan:** Review produk oleh pelanggan dapat meningkatkan otoritas halaman produk di mata mesin pencari.
- f. **Memperhatikan Ketersediaan dan Kualitas Backlink:** Mendapatkan backlink berkualitas dari situs-situs terkait dapat meningkatkan peringkat halaman produk.

Contoh Penerapan SEO dalam E-Commerce:

- ▶ **Penelitian Kata Kunci:** Sebuah toko online sepatu melihat bahwa "sepatu olahraga murah" adalah kata kunci yang sering dicari. Mereka kemudian mengoptimalkan deskripsi produk mereka dengan kata kunci ini.
- **Optimasi Deskripsi Produk:** Sebuah situs e-commerce pakaian wanita memastikan deskripsi produk mereka tidak hanya berisi deskripsi yang menarik, tetapi juga mencakup kata kunci yang relevan seperti "gaun panjang untuk acara formal".
- **Pengaturan Struktur URL:** Sebuah toko online aksesoris rumah tangga memastikan URL halaman produk mereka terdiri dari nama produk yang jelas dan mudah dimengerti oleh mesin pencari dan pengguna, seperti "toko.com/vas-dekoratif-kristal".

Perbedaan SEO dan SEM

▶ SEO (Search Engine Optimization) dan SEM (Search Engine Marketing) sama-sama merupakan strategi marketing yang dijalankan untuk menjangkau audiens melalui halaman hasil mesin pencari.

Perbedaan SEO dan SEM yang paling utama adalah, SEO berfokus pada optimasi halaman agar mendapatkan peringkat tinggi di mesin pencari dan memperoleh lebih banyak traffic organik, sedangkan SEM menggunakan strategi berbayar untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari.

Strategi SEO dijalankan agar pengunjung bisa lebih mudah menemukan website dari search engine seperti Google atau Bing, sedangkan strategi SEM dilakukan dengan membeli iklan dari **Google Ads** atau platform lainnya sehingga website langsung ditampilkan di bagian paling atas hasil pencarian.

lanjutan

- ▶ Selain itu, SEO membutuhkan waktu untuk memberikan hasil yang konsisten dan bertahan untuk jangka panjang. Di sisi lain, SEM menawarkan hasil instan, memungkinkan Anda melihat jumlah klik dan konversi yang dihasilkan dari iklan di mesin pencari.

Walau berbeda, SEO dan SEM tidak bisa sepenuhnya dipisahkan satu sama lain. Agar strategi SEM bisa berhasil, Anda memerlukan teknik dasar SEO yang baik. Misalnya, Anda bisa mengoptimasi landing page dengan kata kunci untuk meningkatkan **Skor Kualitas** Google dan meningkatkan visibilitas website.

Faktor-Faktor Penting yang Memengaruhi SEO

Ada lebih dari **3,5 miliar pencarian** yang diproses oleh Google setiap harinya.

- ▶ Apabila mendapatkan peringkat bagus di halaman pertama SERP, website Anda kemungkinan akan memperoleh traffic yang signifikan.

Jadi, sangat penting untuk memahami berbagai faktor yang memengaruhi peringkat di Google. Faktor-faktor ini terus diperbarui bersama dengan update algoritma pencarian Google agar konten yang ditampilkan tetap relevan dan mampu menjawab pertanyaan pengunjung dengan baik.

Berikut adalah beberapa faktor peringkat utama SEO yang perlu Anda perhatikan:

- **Kecepatan halaman.** Website yang loadingnya cepat berpeluang mendapatkan peringkat tinggi di halaman hasil mesin pencari. Pantau performa website secara rutin dan gunakan tool analisis kecepatan seperti **PageSpeed Insights** dari Google dan **Pingdom Speed Test** untuk melihat data tentang seberapa baik performa website Anda.
- **Ramah seluler (mobile-friendly).** Desain yang responsif berarti halaman dan elemen website bisa secara otomatis menyesuaikan ukuran layar pengguna, menghadirkan pengalaman yang optimal di perangkat apa pun. **Website yang mobile-friendly** dan responsif akan memperoleh posisi lebih tinggi pada hasil pencarian. Gunakan **Mobile-Friendly Test** Google untuk menganalisis faktor ini di website Anda.

- **Konten yang berkualitas.** Berikan informasi yang relevan dan faktual untuk menjawab kueri tertentu. Google mengevaluasi panjang konten, struktur, kata kunci yang relevan, dan informasi yang ada di dalamnya. Pastikan Anda selalu membuat konten yang unik dan asli untuk menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan visibilitas website.
- **Backlink.** Juga disebut inbound link, **backlink adalah** link yang mengarah ke website Anda dari website lain, yang berfungsi sebagai indikator otoritas website. Ketika link website Anda dimasukkan ke dalam konten website lain, artinya website tersebut menganggap website Anda adalah sumber yang kredibel dan relevan. Halaman yang memiliki backlink berkualitas dari website kredibel bisa meraih peringkat lebih tinggi di halaman hasil mesin pencari.

- **Pengalaman pengguna.** Google mengukur pengalaman pengguna melalui berbagai sinyal, termasuk **bounce rate** dan **waktu tunggu**. Saat pengunjung membuka sebuah website dan langsung menutupnya, Google akan menganggap website tersebut tidak relevan. Sebaliknya, apabila pengunjung membuka website untuk beberapa lama, ini menandakan bahwa website tersebut memberikan informasi yang berguna.
- **Keamanan website.** Faktor ini mencakup semua langkah untuk melindungi website dan pengunjung dari serangan cyber. Oleh karena itu, Google memprioritaskan website yang menggunakan HTTPS. Untuk menggunakan HTTPS di website, Anda perlu menambahkan sertifikat SSL. Website yang tidak menginstal SSL akan ditandai sebagai tidak aman dan bisa membahayakan pengunjung. Anda bisa mendapatkan **SSL gratis** di Hostinger.

Bagaimana Cara Kerja SEO?

Google dan mesin pencari lainnya terus mengumpulkan, menata, dan menampilkan informasi yang relevan untuk menjawab pertanyaan pengunjung. Untuk melakukannya, ada 3 proses utama yang dilakukan mesin pencari, yaitu:

- **Crawling.** Mesin pencari menggunakan sejumlah **web crawler**, juga disebut **spiderbot** atau **bot** saja, untuk menemukan konten terbaru di web. Web crawler membantu Google menemukan dan mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk mengindeks halaman.
- **Indexing.** Proses yang dilakukan mesin pencari untuk menyimpan dan menata halaman web yang berhasil dikumpulkan. Setelah menemukan informasi di sebuah website, misalnya kata kunci dan konten baru, web crawler akan menambahkan halaman web tersebut ke **indeks pencarian**. Untuk membantu web crawler menemukan konten Anda, lakukan proses **submit website ke mesin pencari**. Nantinya, ketika pengguna mencari informasi yang relevan, mesin pencari akan mengambil website yang sudah terindeks.

- **Ranking.** Halaman web dalam indeks pencarian kemudian akan ditampilkan pada hasil pencarian, mulai dari konten yang paling relevan hingga yang paling tidak relevan.

SEO meningkatkan kemungkinan web Anda muncul di hasil pencarian dengan menjadikannya lebih menarik bagi mesin pencari. Dengan kata lain, strategi SEO menentukan seberapa baik website Anda menjalani serangkaian langkah ini, mulai dari crawling hingga memperoleh peringkat.

Misalnya, internal link yang terstruktur dengan baik di halaman Anda memudahkan web crawler menelusuri satu halaman ke halaman lainnya. Hasilnya, crawler bisa menjelajahi website Anda secara lebih menyeluruh dan mengindeks lebih banyak konten.

Jenis-Jenis SEO

Untuk memahami jenis-jenis SEO beserta fokus utamanya, mari simak penjelasan singkatnya dalam tabel di bawah ini.

On-page SEO	Off-page SEO	Technical SEO	Local SEO
Konten website	Link building	Kecepatan website	Kata kunci lokal
Optimasi kata kunci	Influencer marketing	Schema markup	Profil bisnis
Tag judul	Media sosial	Internal link	Ulasan pelanggan
Alt text gambar	Forum	Sertifikat SSL	Konten lokal

On-page SEO

- ▶ On-page SEO adalah strategi yang dilakukan secara langsung di setiap halaman website untuk mengoptimasi kontennya agar memperoleh peringkat tinggi di hasil pencarian organik.

Fokus utamanya yaitu konten halaman dan kode sumber HTML, seperti tag judul, tag header, dan meta description yang dioptimalkan sedemikian rupa agar menarik bagi pengunjung website dan crawler. Kalau menggunakan WordPress, Anda bisa menginstal **plugin SEO terbaik** untuk mempermudah proses ini.

On-page SEO juga membantu mengatur halaman Anda agar web crawler bisa menganalisis isi konten Anda dan mengindeksnya untuk istilah pencarian yang relevan.

Berikut adalah hal-hal yang termasuk dalam SEO on-page untuk membantu Anda lebih memahaminya:

- **Konten website.** Google menggunakan framework E-A-T (expertise, authoritativeness, dan trustworthiness) untuk menilai kualitas konten, halaman, dan website. Konten berkualitas yang dibuat oleh penulis (author) tepercaya dan diposting di website yang kredibel akan lebih diprioritaskan. Jadi, kalau ingin website Anda muncul di halaman pertama Google, pastikan setiap kontennya memenuhi kriteria tersebut.
- **Optimasi kata kunci.** Menambahkan kata kunci dalam konten akan membantu algoritma mesin pencari mengidentifikasi informasi yang Anda sediakan. Cari kata kunci utama untuk menulis konten Anda menggunakan tool SEO seperti [Ahrefs Keywords Explorer](#) atau [Google Keyword Planner](#). Namun, pastikan kata kunci ditambahkan senatural mungkin dalam konten sesuai tata bahasa yang baik agar tidak terkena sanksi **keyword stuffing**.

- **Tag judul.** Juga disebut **judul halaman**, tag ini merupakan link yang bisa diklik dan dilihat pengunjung di SERP. Tag judul menentukan apakah halaman relevan dengan maksud pencarian pengunjung. Judul yang baik akan menghasilkan lebih banyak klik dan traffic ke halaman yang ditampilkan. Apalagi, mesin pencari seperti Google lebih memprioritaskan judul singkat yang mengandung kata kunci untuk diberi peringkat lebih tinggi.
- **Tag header.** Pisahkan konten menjadi beberapa bagian dengan tag header untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan memudahkan web crawler mengindeks halaman Anda. Saat pengguna mengetikkan istilah pencarian, mesin pencari akan menelusuri informasi yang relevan menggunakan tag ini sebagai panduan. Hasilnya, halaman website Anda berpeluang untuk ditampilkan di peringkat atas hasil pencarian.

- **Alt text gambar.** Alt text adalah atribut yang mendeskripsikan gambar dalam konten. Teks ini tidak akan ditampilkan, tapi berguna bagi pengunjung yang mengalami gangguan penglihatan. Informasi ini mendeskripsikan gambar agar bisa dibaca oleh aplikasi pembaca layar. Selain itu, alt text memberi tahu mesin pencari bahwa gambar tersebut adalah konten yang berguna di halaman Anda. Hal ini menambah peluang peringkat website karena gambar bisa ditampilkan di hasil pencarian gambar Google.
- **Meta description.** Mengacu pada deskripsi singkat halaman, yang ditampilkan sebagai cuplikan di bawah judul halaman dan URL di SERP. **Meta description** sebaiknya menyertakan kata kunci dan secara akurat mendeskripsikan informasi yang disajikan dalam konten Anda. Meta description yang baik bisa mendatangkan lebih banyak klik dan mengurangi bounce rate apabila kontennya mampu menjawab maksud pencarian pengguna.

Off-page SEO

Off-page SEO adalah upaya optimasi yang dilakukan di luar website untuk menaikkan peringkat di mesin pencari. Strategi ini juga dipertimbangkan oleh Google untuk menunjukkan seberapa berguna website, bisnis, atau produk Anda di mata audiens.

Strategi off-page SEO yang diterapkan dengan baik bisa membantu Anda meningkatkan **otoritas halaman website** dan mendapatkan peringkat yang lebih baik di hasil pencarian.

Berikut ini adalah beberapa strategi SEO off-page yang bisa Anda terapkan:

- **Link building.** Mengacu pada proses mendapatkan link dari website lain ke website Anda. Algoritma Google sangat bergantung pada link. Setiap link yang diperoleh berfungsi sebagai dukungan kepercayaan untuk website Anda. Namun, selalu utamakan kualitas link daripada jumlahnya, serta pastikan Anda hanya mendapatkan link berkualitas dari website tepercaya.
- **Social media marketing.** Aktif di media sosial merupakan strategi penting untuk bisnis. Melalui media sosial, pengguna bisa melihat reputasi Anda. Rutin memposting konten yang menarik di media sosial juga membantu Anda menjangkau audiens yang lebih luas. Terlebih lagi, apabila konten berhasil mendatangkan traffic dari seluruh dunia, mesin pencari akan tahu bahwa website Anda bisa dipercaya.
- **Menjangkau influencer.** Jalin relasi dengan brand atau influencer untuk memperkenalkan bisnis Anda secara lebih luas. Apabila dilakukan dengan benar, influencer marketing bisa membantu meningkatkan brand awareness dan mendatangkan audiens baru ke website Anda, yang pada akhirnya juga meningkatkan traffic website.

- **Forum.** Halaman forum seperti **Quora**, **Reddit**, dan **Stack Overflow** memberikan peluang bagus untuk mempromosikan website. Di sana, Anda bisa bergabung dalam percakapan bersama pengguna lain untuk menjawab pertanyaan serta menunjukkan keahlian dan kredibilitas Anda. Selain itu, Anda bisa menambahkan link ke halaman website dan mengarahkan traffic pencarian organik.

Meskipun link building adalah aspek utama strategi SEO off-page, setiap strategi yang dijalankan di luar area website termasuk dalam SEO off-page yang sebaiknya jangan diabaikan.

Technical SEO

Technical SEO adalah upaya untuk mengoptimasi aspek-aspek teknis pada website agar sesuai dengan kriteria algoritma mesin pencari. Aspek tersebut meliputi optimasi kecepatan loading, mobile-friendly, dan arsitektur website.

Jenis SEO ini memandu mesin pencari seperti Google untuk mendeteksi dan mengindeks halaman dengan mudah. Hasilnya, website dengan SEO teknis yang baik akan diberi peringkat yang lebih tinggi dalam hasil pencarian.

SEO teknis tidak hanya membantu menaikkan peringkat, tapi juga menentukan pengalaman pengguna. Pengunjung dan mesin pencari pasti lebih memilih website yang strukturnya tertata, loadingnya cepat, dan keamanannya baik, yang semuanya merupakan faktor penting dalam SEO teknis.

Beberapa faktor yang perlu Anda pertimbangkan saat menerapkan strategi technical SEO adalah:

- **Kecepatan loading.** Website yang lambat akan mengakibatkan bounce rate yang tinggi dan peringkat yang buruk. Langkah-langkah seperti **caching website**, mengompresi gambar, dan mengurangi redirect halaman merupakan cara efektif untuk memaksimalkan kecepatan website. Selain itu, Anda bisa menggunakan tool seperti **GTmetrix** dan **PageSpeed Insights** untuk mengidentifikasi komponen yang perlu dioptimalkan.
- **Schema markup.** **Schema markup adalah** tag yang bisa ditambahkan pada kode HTML untuk membantu mesin pencari mengidentifikasi konten dengan lebih baik. Menambahkan schema markup akan menyempurnakan cuplikan (snippet) halaman website di hasil pencarian. Misalnya, Anda bisa menambahkan rating atau ulasan beserta meta description agar halaman lebih menarik. Metode ini bisa mengarahkan lebih banyak traffic dan meningkatkan CTR website.

- **Internal link.** Merujuk pada proses menambahkan hyperlink yang mengarah ke halaman lain di website yang sama. Dengan menambahkan internal link, crawler mesin pencari akan menemukan dan mengindeks lebih banyak halaman di website Anda. Apabila dilakukan dengan benar, internal link juga bisa meningkatkan otoritas halaman, pengalaman navigasi, dan waktu tayangan halaman.
- **XML sitemap.** Sederhananya, XML **sitemap adalah** kumpulan URL halaman yang berfungsi sebagai 'peta' atau petunjuk jalan bagi crawler untuk menjangkau halaman penting di website Anda dengan lebih cepat. Untuk membuat sitemap di website WordPress dengan mudah, Anda bisa menggunakan plugin Yoast SEO. Atau, gunakan generator gratis seperti **InSpyder** atau **Screaming Frog**.

- **Accelerated Mobile Pages (AMP).** **Framework** web ini menghasilkan halaman yang ringan untuk mengoptimalkan waktu loading bagi pengguna perangkat seluler. Saat Anda mengaktifkan AMP, Google akan mengirimkan halaman web melalui cache yang sudah ditentukan sehingga website bisa loading lebih cepat, bahkan dalam sekejap. Google juga mengutamakan website dengan AMP, menjadikan framework ini sebagai salah satu faktor penting untuk website yang berkualitas.
- **Sertifikat SSL.** Website yang menerapkan **enkripsi SSL** akan menggunakan protokol HTTPS pada URL-nya. Artinya, setiap informasi yang ditransfer antara website dengan pengunjung dipastikan aman dan terenkripsi. Nah, karena Google menggunakan HTTPS sebagai salah satu faktor penentu peringkatnya, website yang memiliki sertifikat SSL berpeluang mendapatkan peringkat pencarian yang lebih tinggi. Apabila **paket hosting** Anda sudah dilengkapi dengan sertifikat SSL, jangan lupa untuk mengaktifkannya.

Local SEO

Local SEO adalah strategi untuk meningkatkan visibilitas bisnis lokal di hasil pencarian. Dengan strategi ini, bisnis akan lebih dikenal serta bisa mempromosikan brand, produk, dan layanan mereka kepada masyarakat setempat.

Saat Anda mencari “dokter terdekat” atau “petshop di sekitar sini” di Google, mesin pencari tersebut akan mengidentifikasi lokasi Anda melalui alamat IP dan menampilkan hasil yang relevan. Jadi, agar bisnis Anda muncul di hasil pencarian lokal, Anda perlu mengoptimalkan SEO lokal.

Google menyajikan hasil pencarian lokal dengan peta beserta tiga hasil pencarian organik. Contohnya, saat Anda mencari “beli makanan kucing terdekat”, SERP akan menampilkan tiga bisnis lokal beserta cuplikan lokasinya di Google Maps sebagai hasil teratas.



beli makanan kucing terdekat



Semua Maps Belanja Gambar Berita Lainnya Alat

Sekitar 5.320.000 hasil (0,53 detik)

Beli Makanan Kucing Terdekat Pangkat Jam buka



Catdog Pet Shop Semarang

4.5 ★★★★★ (301) · Toko Hewan Peliharaan
Ruko Tanah Mas, Jl. Hasanudin No.17C

Tutup · Buka pukul 09.00

“Selain makanan ada juga berbagai macam aksesoris buat kucing dan anjing.”



Majapahit Pet Shop

4.1 ★★★★★ (85) · Toko Hewan Peliharaan
Jl. Fatmawati No.102 · 0813-9246-5990

Tutup · Buka pukul 09.00

“Makanan kucing lengkap dan murah!”



Galaxy Pet Shop

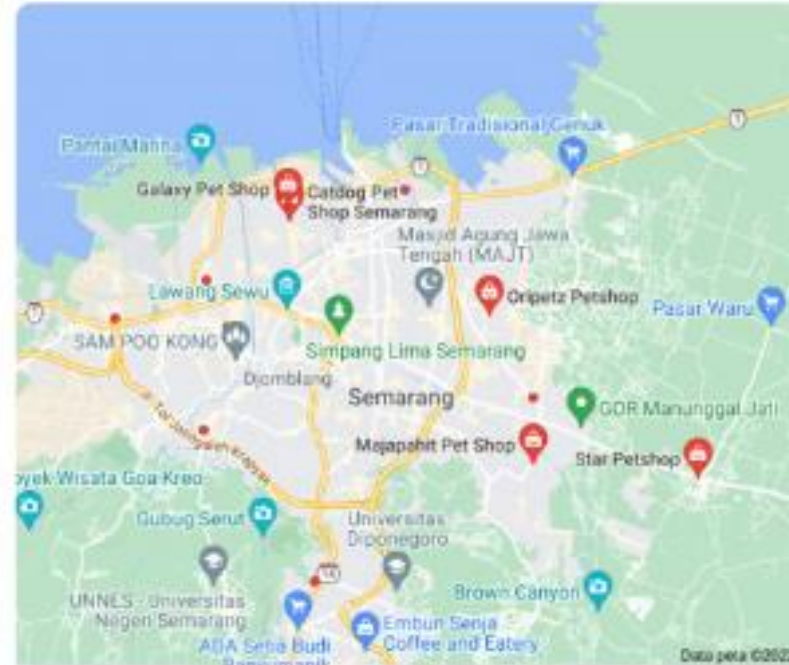
4.5 ★★★★★ (423) · Toko Hewan Peliharaan
Jl. Hasanudin No.A59 · 0813-2550-0302

Tutup · Buka pukul 08.00

“Bisa beli makanan kucing disini, harga merakyat...”



Tempat yang lain



Apabila berencana menerapkan strategi ini, sebaiknya perhatikan hal-hal berikut:

- **Profil Google My Business (GMB).** Peta yang ditampilkan di hasil teratas pencarian lokal Google berasal dari profil GMB. Anda perlu membuat akun terlebih dahulu. Pastikan untuk mengisi data yang akurat dan lengkap seperti nama, alamat, dan nomor telepon, karena informasi ini akan menjadi faktor penentu peringkat. Selain itu, Google juga memberikan peringkat pada profil GMB berdasarkan jarak, popularitas, dan relevansinya dengan permintaan pencarian.
- **Lakukan riset kata kunci lokal.** Apabila dilakukan dengan benar, Anda bisa menaikkan peringkat di SERP dengan memasukkan kata kunci lokal di website. Buat daftar kata kunci yang menjelaskan produk atau layanan Anda, lalu tambahkan keterangan berbasis lokasi. Tool SEO seperti **Ahrefs** bisa membantu mengidentifikasi seberapa baik performa kata kunci berdasarkan volume dan kesulitan pencariannya.

- **Konten yang menyasar pasar lokal.** Menyajikan konten yang ditujukan bagi demografi dan wilayah tertentu akan membantu meningkatkan visibilitas web bisnis Anda. Buat konten yang relevan secara wilayah, yang memenuhi permintaan target audiens Anda. Mulai dari postingan blog dan tutorial hingga studi kasus dan rekomendasi, pastikan untuk memilih topik yang sesuai dengan niche bisnis Anda.
- **Ulasan pelanggan.** Ulasan menunjukkan bahwa pelanggan memercayai bisnis Anda, dan Google juga akan mempertimbangkannya. Jadi, aktiflah meminta pelanggan untuk memberikan ulasan pada bisnis Anda. Misalnya, Anda bisa melakukannya melalui campaign email, promosi, atau menyediakan halaman ulasan. Karena Google juga mempertimbangkan ulasan pihak ketiga, pastikan Anda selalu memantaunya di website ulasan lain.

Tips Terbaik untuk Memaksimalkan Strategi SEO Website

Dengan banyaknya faktor yang memengaruhi peringkat website, Anda perlu menentukan langkah-langkah terbaik untuk bisa mencapai hasil yang diinginkan. Sebab, kalau salah strategi, tidak hanya peringkat website yang bisa kacau; traffic dan angka penjualan bisnis pun bisa turun.

Tenang, di bagian ini kami akan membagikan beberapa tips terbaik untuk memaksimalkan strategi SEO agar website Anda mendapatkan peringkat yang baik di mesin pencari.

Targetkan Long-Tail Keyword

Bisa dibilang, melakukan riset kata kunci adalah hal wajib dalam SEO. Saat riset kata kunci, Anda akan mengetahui istilah-istilah apa saja yang dicari orang-orang di internet hingga kata kunci yang ditargetkan dalam konten kompetitor.

Namun, ada beberapa tips dan trik yang perlu Anda pahami dulu agar bisa riset keyword secara efisien.

Pertama, Anda perlu memahami berbagai jenis kata kunci atau keyword SEO:

- **Seed.** Kata kunci yang menentukan niche Anda dan bertindak sebagai landasan utama untuk mengembangkan kerangka konten, yang juga disebut kata kunci fokus (focus keyword). Kata kunci ini bisa sesederhana “kopi” atau “apa itu SEO”.

- **Sinonim.** Kata kunci dengan arti yang sama namun dengan komposisi yang berbeda, berfungsi untuk menjawab istilah pencarian yang serupa. Misalnya, “cara mengatasi kucing marah” bisa diubah menjadi “cara menangani kucing marah”.
- **Long-tail keyword.** Frasa yang lebih panjang dan spesifik, yang menjawab kueri pencarian tertentu. Kata kunci ini biasanya terdiri dari tiga atau lebih frasa, seperti “resep kue coklat bebas gluten”.
- **Terkait secara semantik.** Kata kunci ini secara konsep terkait satu sama lain. Contohnya, “mari berkunjung ke Yogyakarta” secara semantik terkait dengan “tiket kereta ke Jogja” dan “tempat wisata seru di Jogja”.

Salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan strategi SEO dengan riset kata kunci adalah menargetkan topik yang relevan dengan industri Anda dan memiliki potensi traffic tinggi, tapi tetap memperhatikan metrik seperti:

- **Volume pencarian.** Menunjukkan berapa banyak orang yang mencari istilah tertentu dalam waktu tertentu, biasanya diukur berdasarkan data per negara.
- **Tingkat kesulitan kata kunci.** Juga disebut sebagai persaingan kata kunci, metrik ini mengukur seberapa sulit suatu kata kunci bisa mendapatkan peringkat yang baik di hasil pencarian organik Google.

Gunakan tool SEO seperti **Ahrefs**, **SEMrush**, dan **Google Keyword Planner** untuk mengidentifikasi metrik ini dengan mudah.

Apabila ingin menulis konten yang berisi resep kue, hasil riset kata kunci akan menunjukkan bahwa sebagian besar kata kunci tersebut sangat kompetitif:

Keyword	KD	Volume ▼	Updated
peanut butter cookies	51	266K	2 days
butter cookies	32	40K	2 days
3 ingredient peanut butter cookies	30	29K	5 hours
easy peanut butter cookies	38	24K	7 hours
peanut butter cookies recipe	49	23K	7 hours
keto peanut butter cookies	25	19K	a day
best peanut butter cookies	37	13K	2 days

Kalau Anda menargetkan kata kunci “peanut butter cookies” dengan website yang masih baru, akan sangat sulit untuk mendapatkan peringkat tinggi di Google menggunakan kata kunci tersebut. Jadi, sebaiknya gunakan long-tail keyword, seperti:

Keyword	KD	Volume ▼	Updated
chocolate chip cookie recipe gluten free	32	60	3 days
peanut butter cookie recipe gluten free	25	40	31 Jan
oatmeal cookie recipe gluten free	15	30	2 days
arrowroot cookie recipe gluten free	2	20	1 Feb
sugar cookie recipe gluten free	23	20	5 Feb
quinoa cookie recipe gluten free	17	20	6 Feb
almond cookie recipe gluten free	24	20	4 Feb

Kata kunci dengan volume pencarian tinggi menarik lebih banyak traffic organik, tapi juga lebih kompetitif. Anda akan bersaing dengan website-website besar yang sudah memiliki otoritas jauh lebih tinggi.

Di sisi lain, long-tail keyword memiliki persaingan yang lebih sedikit dan memungkinkan Anda membuat konten yang sangat relevan untuk audiens.

Mulailah dengan meningkatkan traffic website melalui long-tail keyword dan kembangkan strategi keyword SEO Anda dari sini.