

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi telah membawa pengaruh besar terhadap berbagai bidang kehidupan, salah satunya adalah penyebaran informasi melalui media digital [1]. Internet telah menjadi salah satu sumber utama bagi masyarakat dalam mencari berbagai jenis informasi, mulai dari berita, layanan, hingga pendidikan. Berdasarkan laporan *DataReportal*, lebih dari 63% penduduk dunia telah menggunakan internet secara aktif [2]. Sebagian sebagian besar pengguna mengandalkan mesin pencari seperti Google untuk menavigasi atau mencari informasi yang dibutuhkan [3]. Dalam konteks ini, visibilitas suatu website di hasil pencarian menjadi penting untuk memastikan informasi yang disampaikan dapat dijangkau oleh audiens secara optimal.

Bagi individu, organisasi, dan institusi pendidikan, website menjadi wajah digital yang menampilkan informasi sekaligus memperkuat citra dan layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat agar website dapat menjangkau lebih banyak pengguna melalui hasil pencarian yang relevan.

Salah satu metode yang umum diterapkan untuk meningkatkan visibilitas website adalah *Search Engine Optimization (SEO)* [4]. Teknik *SEO* digunakan untuk mengoptimalkan jumlah dan mutu trafik yang diperoleh secara organik melalui mesin pencari seperti Google. [5]. Pentingnya *SEO* terletak pada fakta bahwa mayoritas pengguna internet cenderung hanya mengakses informasi dari halaman pertama hasil pencarian, sehingga posisi website dalam daftar tersebut sangat memengaruhi visibilitasnya. [6].

Dalam praktiknya, *SEO* terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu *SEO On Page* dan *SEO Off Page* [7], [8]. *SEO Off Page* mencakup berbagai aspek eksternal misalnya *backlink* dan interaksi di Instagram, Facebook, Twitter (media sosial) [9]. Kemudian *SEO On Page* lebih menekankan pada

optimalisasi bagian-bagian internal website, seperti struktur HTML, meta *title* halaman, deskripsi meta, penggunaan kata kunci yang tepat, dan kualitas konten [10]. Peran *SEO On Page* sangat penting dalam strategi optimasi karena menjadi fondasi bagi mesin pencari untuk memahami, mengindeks, dan menentukan posisi halaman dalam hasil pencarian. [11]. Tanpa struktur *On Page* yang baik, mesin pencari akan kesulitan memahami konteks dan relevansi sebuah halaman [5].

Seiring berkembangnya algoritma mesin pencari, terutama Google, teknik *SEO On Page* pun semakin berkembang. Jika sebelumnya faktor seperti pengulangan kata kunci (*keyword density*) menjadi tolok ukur utama, kini mesin pencari lebih memprioritaskan konten yang relevan, informatif, dan memberikan pengalaman pengguna yang baik. Oleh karena itu, pemilik website dituntut untuk lebih cermat dalam menyusun konten yang tidak hanya optimal untuk mesin pencari, tetapi juga bermanfaat bagi pembaca manusia.

Bagi institusi pendidikan, khususnya perguruan tinggi, keberadaan website yang optimal di mesin pencari dapat menjadi nilai tambah yang strategis [12]. Selain sebagai pusat informasi resmi, website kampus juga digunakan untuk menjangkau calon-calon mahasiswa, mitra akademik, dan masyarakat umum. Maka dari itu, penguatan strategi *SEO*, khususnya *SEO On Page*, menjadi semakin penting untuk mendukung keberhasilan komunikasi digital institusi.

Dalam konteks *digital marketing*, penerapan *Search Engine Optimization* (*SEO*) telah menjadi kebutuhan mendasar bagi berbagai jenis website, termasuk website institusi pendidikan [13]. Persaingan dalam dunia pendidikan semakin ketat, di mana calon mahasiswa dan orang tua lebih sering melakukan pencarian informasi kampus melalui mesin pencari seperti Google. Oleh karena itu, visibilitas di halaman pertama hasil pencarian menjadi sangat krusial agar informasi mengenai kampus mudah diakses dan diketahui secara luas.

Optimalisasi *SEO On Page* menjadi strategi yang efisien dan berkelanjutan, karena pengelolaan dilakukan dari dalam website itu sendiri. Komponen penting dalam *SEO On Page* mencakup struktur *URL* yang ramah mesin

pencari, penggunaan *tag heading* yang tepat, kecepatan pemuatan halaman (*page speed*), *mobile responsiveness*, serta yang paling mendasar pemilihan kata kunci yang tepat [14]. Hal ini sejalan dengan dalam penelitian [15] yang menyatakan bahwa pemilihan kata kunci yang relevan menjadi faktor krusial dalam mendorong peringkat halaman di hasil pencarian secara organik.

Tidak hanya itu, dalam praktik *SEO On Page*, diperlukan juga pemahaman terhadap perilaku pengguna (*user intent*) agar konten yang disajikan sesuai dengan apa yang dicari oleh pengguna internet. Ketika konten sesuai dengan kebutuhan informasi pengguna dan didukung dengan struktur halaman yang baik, maka peluang untuk mendapatkan peringkat tinggi di hasil pencarian organik akan semakin besar [16]. Oleh karena itu, pemanfaatan analisis kata kunci berdasarkan data yang valid menjadi hal penting dalam strategi ini.

Seiring meningkatnya kebutuhan untuk meningkatkan peringkat website secara organik, berbagai *tools* telah dikembangkan untuk membantu proses analisis kata kunci, seperti *Google Keyword Planner*, *Ahrefs*, dan *Rank Tracker* [17]. *Tools* tersebut memungkinkan pengelola website untuk mengetahui volume pencarian bulanan suatu kata kunci serta tingkat relevansinya terhadap konten yang dimiliki. Dengan mengombinasikan berbagai *tools* tersebut, analisis dapat dilakukan secara lebih komprehensif, baik secara kuantitatif maupun kontekstual.

Namun demikian, tidak cukup hanya melakukan analisis kata kunci. Implementasi nyata dari hasil analisis tersebut pada elemen-elemen *On Page* sangat menentukan keberhasilan dari strategi *SEO* secara keseluruhan. Misalnya, hasil analisis harus diaplikasikan pada bagian seperti *meta title*, *meta description*, judul artikel, subjudul, dan isi konten agar struktur *SEO* menjadi lebih efektif. Dengan kata lain, terdapat dua tahapan penting dalam strategi ini yaitu proses pemilihan kata kunci yang berbasis data dan penerapan hasil tersebut ke dalam struktur konten website melalui praktik *SEO On Page* yang tepat.

Penelitian ini tidak hanya menganalisis kata kunci berdasarkan volume dan relevansi, tetapi juga mengimplementasikan strategi *SEO On Page* berdasarkan

hasil analisis tersebut. *Tools* seperti *Google Keyword Planner*, *Rank Tracker*, *Ahrefs*, dan pencarian manual digunakan untuk mengidentifikasi kata kunci yang paling tepat. Selain itu, plugin *SEO* seperti *All in One SEO* juga diterapkan pada website untuk memastikan struktur *SEO* yang lebih terorganisir dan mempermudah indeksasi oleh mesin pencari [18]. Hasil dari analisis ini kemudian diterapkan secara langsung pada elemen-elemen *On Page* website.

Adapun studi kasus dalam penelitian ini adalah website STMIK YMI TEGAL pada domain *stmik-tegal.ac.id* yang merupakan website institusi pendidikan di Tegal. Website *stmik-tegal.ac.id* memiliki peran penting sebagai sarana informasi resmi bagi mahasiswa, calon mahasiswa, dosen, dan masyarakat umum.

Oleh karena itu, penting untuk mengoptimasi *SEO*, khususnya melalui analisis kata kunci yang tepat berdasarkan volume pencarian dan relevansi konten. Dengan demikian, website seperti *stmik-tegal.ac.id* dapat lebih mudah ditemukan di Google oleh pengguna yang mencari informasi seputar pendidikan, kampus, pendaftaran mahasiswa baru, program studi, dan perguruan tinggi di Tegal.

Website *stmik-tegal.ac.id* dipilih karena memiliki konten komersial yang potensial. Namun perlu penguatan dari sisi strategi *SEO On Page*, khususnya dalam aspek pemilihan dan penempatan kata kunci. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan nilai tambah dalam merumuskan strategi digital bagi institusi pendidikan. Khususnya bagi pengelola website kampus seperti *stmik-tegal.ac.id* dalam meningkatkan performa pencarian organik melalui pendekatan analisis kata kunci yang terarah dan berbasis data.

Di era informasi yang sangat kompetitif, institusi pendidikan tidak hanya bersaing dalam mutu akademik, tetapi juga dalam visibilitas digital. Website resmi kampus berfungsi sebagai etalase utama dalam memberikan informasi kepada masyarakat dan menjadi sarana komunikasi strategis antara institusi dengan calon mahasiswa maupun pemangku kepentingan lainnya.

Strategi *SEO On Page* dapat dimanfaatkan oleh institusi pendidikan untuk memperluas visibilitas informasi akademik, memperkuat promosi jurusan yang ditawarkan, dan menjangkau lebih banyak calon mahasiswa melalui hasil pencarian organik di mesin pencari. Implementasi *SEO* yang efektif dapat membantu kampus lebih mudah ditemukan melalui mesin pencari, menjadikannya lebih kompetitif dibanding institusi lain yang belum memanfaatkan *SEO* secara optimal. Oleh karena itu, strategi pemilihan kata kunci dan penerapannya dalam komponen *On Page* menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan efektivitas kehadiran digital institusi.

Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi dalam aspek teknis optimasi mesin pencari, tetapi juga menyajikan pendekatan berbasis data dalam mendukung transformasi digital di sektor pendidikan. Dengan kata lain, studi ini menjembatani antara kebutuhan praktis dalam pengelolaan website dan kerangka ilmiah dalam bidang teknologi informasi.

Dari latar belakang masalah tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **ANALISIS KATA KUNCI BERDASARKAN VOLUME DAN IMPLEMENTASI *SEO ON PAGE* PADA WEBSITE STMIK YMI TEGAL.**

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses analisis kata kunci berdasarkan volume dan relevansi konten?
2. Bagaimana penerapan *SEO On Page* hasil analisis kata kunci pada website *stmik-tegal.ac.id*?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan terarah, maka permasalahan penelitian ini dibatasi pada:

1. Penelitian hanya dilakukan pada website resmi STMIK YMI Tegal dengan domain *stmik-tegal.ac.id*.

2. Analisis difokuskan pada halaman-halaman utama yang berisi informasi institusional, seperti profil kampus, program studi, dan pendaftaran mahasiswa baru.
3. Analisis kata kunci dibatasi pada dua aspek utama, yaitu volume pencarian dan relevansi konten.
4. Strategi optimasi *SEO* dalam penelitian ini difokuskan pada aspek *On Page*, tanpa mengulas elemen *SEO Off Page* seperti penggunaan *backlink*.
5. Aspek *SEO On Page* yang diimplementasikan mencakup meta *title*, meta *description*, penempatan kata kunci dalam konten, struktur *heading*, penggunaan *internal link*.
6. Periode waktu penelitian dibatasi dari April hingga Mei 2025, sehingga hasil analisis hanya menggambarkan kondisi *SEO* pada periode tersebut.
7. Penelitian ini tidak membahas pengembangan sistem website secara menyeluruh, seperti perubahan struktur *CMS* atau pemrograman, tetapi hanya berfokus pada pengaturan *SEO* menggunakan plugin *All in One SEO* pada platform *Wordpress*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini disusun berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, yaitu:

1. Mengidentifikasi kata kunci yang relevan dengan jumlah pencarian yang signifikan guna mendukung optimasi website *stmik-tegal.ac.id*.
2. Mengimplementasikan teknik *SEO On Page* berdasarkan hasil analisis kata kunci guna meningkatkan visibilitas dan performa website *stmik-tegal.ac.id* di mesin pencari.
3. Menghasilkan peningkatan visibilitas website *stmik-tegal.ac.id* di hasil pencarian Google, dengan target muncul di halaman pertama untuk kata kunci yang relevan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian pada analisis kata kunci yang relevan untuk website *stmik-tegal.ac.id* sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan pengalaman langsung dalam menganalisis dan menerapkan strategi *SEO On Page* menggunakan pendekatan analisis kata kunci secara terstruktur. Penulis juga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai penggunaan *Tools SEO* serta implementasinya pada platform *Wordpress*.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menambah wawasan tentang pentingnya strategi *SEO On Page* dalam dunia akademik, khususnya untuk meningkatkan visibilitas website institusi pendidikan.

3. Bagi Praktisi atau Pengembang Website

Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam menentukan kata kunci yang sesuai, berdasarkan volume pencarian dan relevansinya, guna meningkatkan visibilitas serta trafik organik website.