

# Penerapan SEO (Search Engine Optimization) White Hat Menggunakan Metode Link Kontekstual Untuk Meningkatkan Serp di Website Infonasa.com

Asep Setiawan<sup>a,1</sup>, Fiftin Noviyanto<sup>b,2</sup>

<sup>a,b</sup> Program Studi Teknik Informatika Universitas Ahmad Dahlan  
Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Kec. Banguntapan, Bantul., Yogyakarta 55191

<sup>1</sup> Email asepsetiawanid@gmail.com <sup>2</sup> Email fiftin.noviyanto@tif.uad.ac.id

## ABSTRAK

*Search engine* memiliki pengaruh besar pada pemeringkatan sebuah *website*. Semakin baik maka akan mempermudah *website* mendapat pengunjung. Dibutuhkan optimasi SEO (*Search Engine Optimization*) agar meningkatkan *website* berada diposisi teratas atau halaman pertama *search engine*. Permasalahan apabila *website* tidak menerapkan SEO maka efeknya *Search Engine* akan sulit mengenali sebuah *website* di internet. Terdapat 2 metode untuk optimasi, sebagian pemilik *website* mengoptimasi dengan metode *black hat* yang menyalahi aturan *search engine* hanya mencari hasil cepat tetapi bisa sangat cepat juga mengakitbatkan *website* terkena *sandbox* atau *banned*. Metode *white hat* merupakan metode yang sesuai dengan aturan yang dikembangkan oleh *search engine*.

Analisis *website* Infonasa.com akan diterapkan dengan satu metode pilihan dan beberapa tahapan. Metode yang digunakan adalah SEO *white hat* dengan *link building kontekstual*. Langkah awal dilakukan dengan menganalisis *website* Infonasa dengan beberapa *tool online*. Menganalisis kebutuhan sistem, melakukan persiapan, pelaksanaan yang meliputi pengukuran awal, optimasi dan pengukuran akhir kemudian melakukan tahap evaluasi. Dan terakhir metode pengujian menggunakan uji statistik *one way anova*.

Hasil analisis penukuran awal *website* Infonasa menunjukkan hasil yang kurang optimal, berdasarkan kondisi tersebut dilakukan optimasi. Hasil pengukuran akhir, penerapan SEO *white hat* dengan *link building kontekstual* serta evaluasi kinerja yang dilakukan terhadap *website* Infonasa menunjukkan bahwa terdapat kenaikan yang cukup signifikan. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji statistik *one way anova* yang menghasilkan nilai  $-p = 0.00 < 0.05$ . Analisis penerapan SEO yang sudah dilakukan mempunyai pengaruh terhadap peningkatan kinerja *website* pada peringkat *search engine*.

Kata kunci: SEO, Search Engine Optimization, White Hat SEO, SEO Off Page, Backlink Kontekstual.

## 1. Pendahuluan

Perubahan dunia teknologi saat ini semakin cepat, satu diantaranya yakni di bagian teknologi informasi, dengan berkembangnya teknologi informasi yang sedikit demi sedikit tetapi pasti akan merubah media penyampaian informasi. Salah satunya ialah dengan memakai media internet lewat *website*.

Kesuksesan suatu *website* dilihat dari banyak trafik atau pengunjung, lantaran tanpa ada trafik situs jadi tidak berguna sebagai mana harusnya. Trafik dapat diperoleh dari beberapa sumber, salah satunya ialah menggunakan *Search Engine*. Lebih dari 80% pengguna internet mengandalkan *Search Engine* sebagai alat pencari informasi berdasarkan riset dari Georgia Tech's GVU. Jumlah tersebut akan terus bertambah mengingat *Search Engine* merupakan cara yang termudah dan tercepat dalam mencari informasi (Santoso, 2010).

Dari segi bisnis, calon pembeli kini menggunakan *Search Engine* seperti Google di internet untuk mencari barang yang dibutuhkan. SEO diperlukan produsen atau pemilik bisnis untuk memudahkan *Search Engine* mengenali situsnya di internet. Tujuan dari SEO adalah menempatkan sebuah *website*

pada posisi teratas, atau setidaknya halaman pertama hasil pencarian berdasarkan kata kunci tertentu yang ditargetkan.

Bersamaan dengan pentingnya peran *Search Engine* dalam pencarian informasi, mulai tumbuh Webmaster yang memakai beragam cara untuk berkompetisi memperoleh posisi paling atas dalam *Search Engine*, dari Google Webmaster pusat menggolongkan jadi 2 cara yakni *Black Hat* SEO yaitu cara yang tidak sesuai dengan ketetapan panduan Google Webmaster, sedang *White Hat* SEO adalah cara yang sesuai dengan dasar panduan Google Webmaster (Gunawan, 2013).

Ada beberapa Webmaster yang mematuhi serta ada juga yang tidak mematuhi peduan dasar Google Webmaster. Sementara algoritma dari Google mengatasi sejumlah besar *spam*, Google Webmaster juga mengatasi *spam* lainnya secara manual untuk mencegahnya mempengaruhi kualitas hasil pencarian. Jumlahnya mungkin sangat banyak, cuplikan indeks saat ini menunjukkan bahwa sekitar 0,22% dari domain telah ditandai secara manual untuk penghapusan.

Penyebaran *website* yang masih sangat minimal, sehingga diperlukan cara memasarkan *website* yang aman dan efektif. Teknik SEO *White Hat* menggunakan metode *link kontekstual* pada *website* merupakan salah satu cara untuk meningkatkan *visibilitas* pada *website* tersebut yang selanjutnya akan menyumbangkan pemeringkatan salah satunya adalah pemeringkatan di search engine.

Peningkatan kekuatan SEO yang baik akan memenangkan persaingan dan mendapatkan peringkat mesin pencari, dengan kata lain sama saja pengunjung *website* akan semakin banyak. Menjadikan *website* pada jangka panjang dapat berada pada urutan teratas dalam mesin pencarian Google. Serta semakin cepat dan banyak halaman *website* tercatat di halaman search engine Google.

## 2. Metode

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yang masih ada hubungannya pada penelitian yang dilakukan saat ini. Penelitian oleh Santoso (2010) dengan menggunakan metode SEO (Search Engine Optimization) *Image* untuk meningkatkan SERP (Search Engine Result Page). Penelitian tersebut merupakan bagian dari teknik SEO *On Page* yaitu optimasi *image* di *website*. Kekurangan dari penelitian ini hanya terbatas pada *image* tanpa melakukan optimasi pada konten-konten lainnya.

Penelitian lain dengan metode SEO (Search Engine Optimization) *Off Page* pada *website* Universitas Ahmad Dahlan. Penelitian ini dilakukan oleh Marselina (2012) yang membahas tentang proses untuk peningkatan *website* Universitas Ahmad Dahlan dengan metode SEO *Off Page* agar mendapatkan *index*, *baclink*, dan *pagerank*. Tetapi pada penelitiannya terdapat kekurangan yaitu proses peningkatan tidak bisa terlihat dengan jelas karena hanya mengandalkan proses SEO *Off Page* sederhana, dan dalam penelitian hasilnya naik turun pada *index* dan *backlink* bukan karena proses SEO yang dilakukan tetapi karena memang *website* sudah berjalan seperti itu, kurang membuktikan adanya peningkatannya seperti *pagerank* yang memang benar-benar meningkat jika *backlink* meningkat.

Penelitian yang telah dilakukan juga oleh Hadi (2016) dengan menggunakan *white hat* SEO dan *black hat* SEO pada *website* baru untuk meningkatkan SERP di Google dan Yahoo. Penelitian ini terdapat informasi tentang teknik *white hat* SEO dan *black hat* SEO untuk mengoptimalkan *website*. Jurnal ini cukup lengkap dari rumusan masalah yang ditemui hingga langkah-langkah penyelesaiannya pada setiap tahapnya, tetapi pada implementasi tersebut juga menggunakan teknik *black hat* SEO yang sangat beresiko terkena *banned* pada *website* karena telah melakukan teknik yang dilarang.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, maka penelitian ini dilakukan untuk pengembangan dari kekurangan penelitian sebelumnya yang meliputi bagian penerapan teknik-teknik SEO *white hat* menggunakan metode *link kontekstual* dalam suatu *website*. Analisis kinerja *website* dengan teknik SEO *white hat* menggunakan metode *link kontekstual* ini dibantu dengan *tools* SEO online untuk menganalisa dari segi SEO sehingga dapat dilihat apakah SEO *white hat* menggunakan metode *link kontekstual* sudah diterapkan dan kenaikan sesudah dilakukan implememtasi teknik-teknik SEO tersebut, sehingga dapat dilihat perbedaan-perbedaan setelahnya yang ada dalam *Website* Infonasa.

SEO adalah serangkaian proses yang dilakukan untuk meningkatkan trafik melalui search engine menuju *website* tertentu dengan memanfaatkan algoritma search engine tersebut. *Off Page Optimization* adalah usaha mengoptimalkan dari luar halaman *website* supaya mendapatkan posisi peringkat *website* yang lebih bagus di *search engine*. Untuk SEO *off page* ini, dilakukan dengan *link*

*building* atau membangun *link* (Waloeya, 2011). Sedangkan teknik dalam melakukan SEO memakai *white hat* SEO yaitu usaha optimasi yang sesuai dengan TOS atau aturan yang telah ditetapkan oleh *search engine*. Memang teknik ini membutuhkan waktu tidak sebentar, akan tetapi lebih aman dan bisa menaruh kepercayaan kepada *search engine* dalam jangka panjang (Suryanto, 2011).

Uji Statistik One-way ANOVA merupakan singkatan dari “*Analysis Of Varian*” adalah salah satu uji komparatif yang digunakan untuk menguji perbedaan *mean* (rata-rata) data lebih dari dua kelompok yaitu melalui pengtesan variansinya. Jenis ANOVA yang digunakan dalam penelitian ini adalah One-way ANOVA atau ANOVA satu jalur, karena hanya memperhatikan satu peubah saja (Rabbani, 2013).

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian eksperimental yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Kerangka penelitian digunakan sebagai bentuk proses dengan *input* berupa masalah dan *output* berisi tujuan penelitian. Diantara *input* dan *output* terdapat rencana, tahapan dan strategi untuk menyelesaikan masalah. Analisis *website* Infonasa.com akan diterapkan dengan metode SEO *white hat* dengan *link building kontekstual*.

### 3. Hasil Dan Pembahasan

Dalam bab ini akan diuraikan secara rinci pembahasan mengenai penerapan SEO (*Search Engine Optimization*) *White Hat* menggunakan *Link Kontekstual* untuk meningkatkan SERP (*Search Engine Result Page*) pada *website* Infonasa.

#### 3.1. Tahap Persiapan

##### 1. Persiapan Tools Pendukung SEO

Proses ini dilakukan dengan instal beberapa tools pendukung SEO. Pada parameter SEO dilakukan dengan tahapan awal menyiapkan tools SEO yang dibutuhkan sebagai berikut:

###### a. Riset Jumlah Pencarian

Pencarian *keyword* menggunakan *tool* Google Keyword Planner untuk mengetahui jumlah pencariannya pada *search engine*.

###### b. Riset Kompetitor

Riset kompetitor yaitu menganalisis tingkat persaingan yang ada di hasil pencarian *search engine* Google. *Tool* yang digunakan yaitu *mozbar*.

###### c. Google SERP (Search Engine Result Position) Checker

Bagian penting dari SEO adalah kemampuan untuk mengecek peringkat *website* di SERP atau hasil pencarian mesin pencari. *Tool* SERP Checker yang digunakan yaitu *whatmyserp*

##### 2. Pemilihan Parameter SEO

Pada tahap ini dilaksanakan tanggal 31 Januari 2016. Dilakukan pencarian item-item parameter SEO yang akan dioptimalisasi dalam penelitian. Pemilihan *keyword* yang dioptimasi maka *keyword* tersebut harus memiliki banyak pencarian dan memiliki persaingan yang rendah. Tujuannya yaitu agar *keyword* yang dioptimasi tersebut bisa mendatangkan pencarian yang banyak sehingga bisa mendapatkan pengunjung yang diinginkan melalui mesin pencari, kemudian bisa bersaing di halaman pencarian dengan mudah. Pemilihan parameter SEO tersebut diuraikan pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1 : Parameter SEO penelitian

No	Halaman Website	Keyword	Pencarian	Kompetitor
1.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-pakan-ternak/">http://www.infonasa.com/jual-pakan-ternak/</a>	Jual pakan ternak	170	3
2.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-bibit-durian/">http://www.infonasa.com/jual-bibit-durian/</a>	Jual bibit durian	320	1
3.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-tepung-ikan/">http://www.infonasa.com/jual-tepung-ikan/</a>	Jual tepung ikan	390	3
4.	<a href="http://www.infonasa.com/pakan-bebek-petelur/">http://www.infonasa.com/pakan-bebek-petelur/</a>	Jual pakan bebek petelur	50	1
5.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-pupuk-organik/">http://www.infonasa.com/jual-pupuk-organik/</a>	Jual pupuk organik	320	5

Dalam proses optimasi SEO pada *website* Infonasa yaitu ada 5 *keyword* yang ingin ditargetkan. Permintaan *keyword* ini dilakukan setelah berdiskusi dengan pihak pemilik *website* yang ingin ditarget untuk penjualan produk mereka untuk bisa bersaing di mesin pencari. Berdasarkan permintaan dari pihak perusahaan maka diambil 5 *keyword* seperti pada kolom *keyword*.

### 3.2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ada 3 tahapan yang dilakukan yaitu pengukuran awal, optimasi dan pengukuran akhir.

#### 1. Pengukuran Awal

Pada tahap ini dilaksanakan tanggal 1 Februari 2016. Identifikasi pengukuran pada *whatsmyserp* mencakup peringkat artikel *website* Infonasa dengan *keyword* yang ditargetkan di serach engine Google Indonesia ([www.google.co.id](http://www.google.co.id)). Data-data dari pengukuran awal dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1 : Hasil analisis pengukuran peringkat awal

No	Halaman Website	Keyword	Peringkat
1.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-tepung-ikan">www.infonasa.com/jual-tepung-ikan</a>	Jual tepung ikan	45
2.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-pakan-ternak">www.infonasa.com/jual-pakan-ternak</a>	Jual pakan ternak	58
3.	<a href="http://www.infonasa.com/pakan-bebek-petelur">www.infonasa.com/pakan-bebek-petelur</a>	Jual pakan bebek petelur	29
4.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-pupuk-organik">www.infonasa.com/jual-pupuk-organik</a>	Jual pupuk organik	68
5.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-bibit-durian">www.infonasa.com/jual-bibit-durian</a>	Jual bibit durian	91

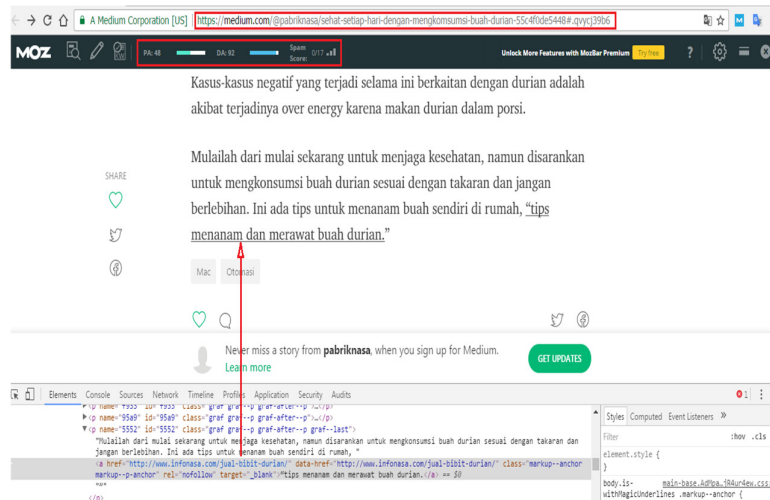
#### 2. Optimasi

Pada tahap ini dilaksanakan tanggal 2 - 22 Februari 2016. Proses optimasi ini yang dilakukan yaitu membangun link atau istilahnya dalam SEO disebut dengan *link building*. Dalam membangun link ini perlunya mencari backlink yang relevan dan berkualitas yaitu bertujuan untuk menaikkan peringkat halaman website di hasil pencarian mesin pencari dengan cepat dan aman.

Tahapan optimasi dilakukan dengan beberapa tahapan. Secara garis besar *link building kontekstual* mempunyai tahap tersendiri dalam optimasi yang dilakukan sebagai berikut:

a. Backlink Forum

*Backlink* jenis forum bagus digunakan karena berasal dari *root domain* yang sudah memiliki *authority* tinggi. Optimasi *link building kontekstual* dengan *backlink* forum dapat



dilihat pada Gambar 4.6.

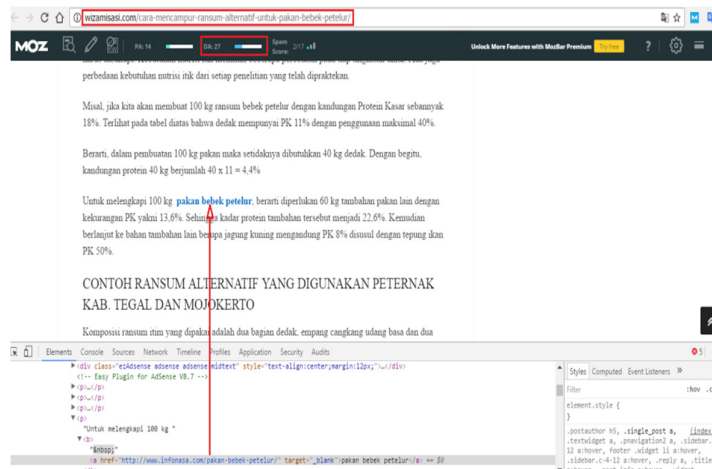
Gambar 1 : Hasil backlink forum

Pada Gambar 4.6 merupakan hasil optimasi *link building kontekstual* dengan *backlink* forum yang dilakukan di forum medium.com yang memiliki nilai DA 92. Optimasi backlink forum yang dilakukan pada penelitian berasal dari forum-forum seperti medium.com, forum.liputan6.com, forum.tribunnews.com, forum.kompas.com, forum.viva.co.id, forum.idws.idwww.kompasiana.com, www.bersosial.com, warungkopi.okezone.com, keepo.me, www.forumbebas.com, www.pulsk.com

*Backlink* forum didapatkan dengan melakukan pendaftaran menjadi anggota di forum situs berita seperti daftar di atas. Sebagai anggota forum diperbolehkan memasang *link* aktif di bagian artikel di setiap *post* yang dibuat di forum. Sedangkan untuk masing-masing aturan moderasi artikel yang dikirim dari setiap forum berbeda-beda. Jadi caranya buat artikel yang relevan dengan salah satu topik di forum tersebut, lalu diberikan *anchor text* kata kunci yang berhubungan dengan yang ditargetkan. Pada Gambar 4.6 *anchor text* yang digunakan yaitu tips menanam dan merawat buah durian. *Anchor text* tersebut mengarah ke halaman [www.infonasa.com/jual-bibit-durian](http://www.infonasa.com/jual-bibit-durian/). Dengan begitu halaman website Infonasa mendapatkan banyak referensi dari website-website forum yang sudah dipercaya Google sehingga akan menaikkan posisinya di mesin pencari.

b. Backlink Guest Post

Backlink jenis *guest post* ini lebih bagus dibandingkan dengan jenis backlink blog *comment*. Optimasi *link building kontekstual* dengan *backlink guest post* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 : Hasil backlink guest post

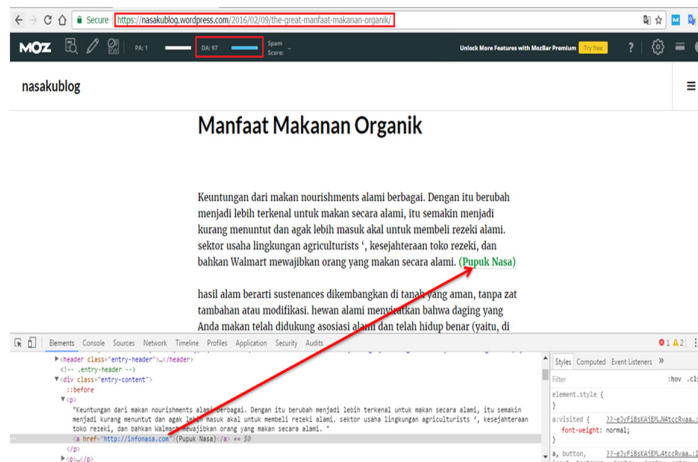
Pada Gambar 2 merupakan hasil optimasi *link building kontekstual* dengan *backlink guest post* yang dilakukan di website wizamisasi.com yang memiliki nilai DA 27. Backlink ini sudah termasuk dalam kategori jenis *backlink* kontekstual yang berkualitas, karena memenuhi ciri-ciri diantaranya *link website* Infonasa berada di dalam artikel, artikel yang memberikan link relevance, website yang memberikan link ke *website* Infonasa sering *update* konten sehingga membantu robot google meng-*crawl* semua halaman websitenya, memiliki nilai DA yang tinggi, *type link* yang mengarah ke website biasanya dofollow bukan nofollow. *Dofollow* artinya dijelajahi robot google sedangkan *nofollow* tidak dijelajahi robot google dan yang paling penting adalah agar lebih terlihat lebih natural link.

Cara yang dilakukan dengan menghubungi pemilik blog atau website yang memiliki nilai DA lebih dari sama dengan 20 dan menyampaikan ingin menulis atau berkontribusi dalam bentuk konten. Cara lain yang mudah dilakukan untuk melakukan *guest post* yaitu dengan barter *link* dengan sesama *blogger* yang sudah dikenal. Dan ada cara lain yang lebih cepat tetapi membutuhkan lebih banyak biaya yaitu dengan meminta review blogger, biasanya saat ini 1 konten bisa mencapai 600 ribu rupiah.

Hasil *backlink guest post* pada Gambar 2 *anchor text* yang digunakan yaitu pakan bebek petelur. *Anchor text* tersebut mengarah ke halaman [www.infonasa.com/pakan-bebek-petelur](http://www.infonasa.com/pakan-bebek-petelur). Dengan begitu halaman *website* Infonasa mendapatkan banyak referensi dari blog dan website yang memiliki nilai DA lebih dari 20 sehingga akan menaikkan posisinya di mesin pencari.

- c. Backlink Web 2.0

Selain untuk membuat blog dengan gratis, Web 2.0 juga sering digunakan untuk kegiatan membangun *backlink*. Optimasi *link building kontekstual* dengan Web 2.0 dapat dilihat pada Gambar 3.



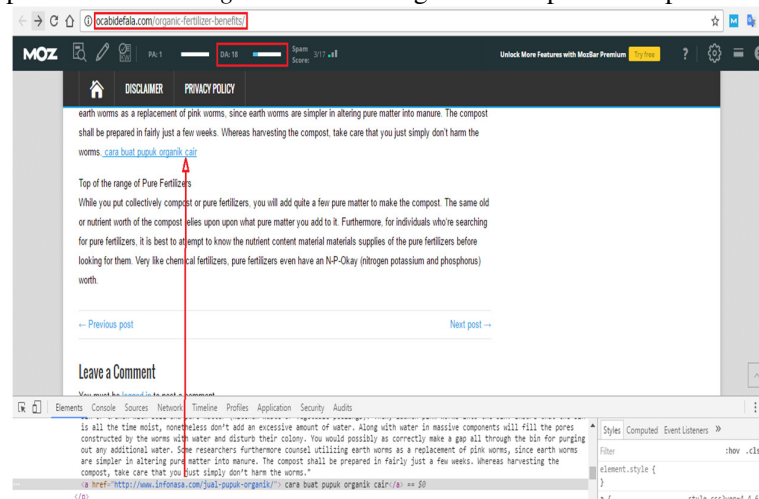
Gambar 3 : Hasil backlink web 2.0

Pada Gambar 3 merupakan hasil optimasi *link building kontekstual* dengan *backlink* Web 2.0 yang dilakukan di wordpress.com yang memiliki nilai DA 97. Beberapa Web 2.0 lainnya yang digunakan untuk kegiatan membangun *backlink* adalah Blogspot.com, Weebly.com, Tumblr.com, Webs.com, dan masih banyak lagi.

Cara membangun backlink dari situs Web 2.0 adalah sebelumnya harus melakukan pendaftaran pada beberapa situs Web 2.0 seperti contoh pada Gambar 4.8 dilakukan pada situs wordpress.com dengan hasil Nasakublog.wordpress.com. Kemudian membuat artikel yang sesuai dengan topik *website* utama yang akan dioptimasi yaitu Infonasa, masukkan beberapa *link* aktif dari artikel blog yang sudah dibuat. Hasil *backlink* Web 2.0 pada Gambar 4.8 *anchor text* yang digunakan yaitu pupuk nasa. *Anchor text* tersebut mengarah ke halaman [www.infonasa.com/jual-pupuk-organik](http://www.infonasa.com/jual-pupuk-organik). Dengan begitu halaman *website* Infonasa mendapatkan banyak referensi dari situs Web 2.0 yang *high authority* di mesin pencari, dengan kata lain Web 2.0 sudah dipercaya oleh mesin pencari sehingga akan menaikan posisinya di hasil pencarian.

d. PBN (Private Blog Network)

Jenis *Backlink kontekstual* yang paling mudah dilakukan adalah PBN. Ada banyak istilah lain yang digunakan selain PBN, misalnya seperti *blog Dummy*, *blog Zombie*, dan lainnya. Optimasi *link building kontekstual* dengan PBN dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 : Hasil backlink PBN

Pada Gambar 4 merupakan hasil optimasi *link building kontekstual* dengan *backlink* PBN yang dilakukan di website [ocabidafala.com](http://ocabidafala.com) yang memiliki nilai DA 18. PBN sangat membantu dalam proses optimasi, hanya saja perlu dilakukan dengan hati-hati, dan memperhatikan hal-hal yang sifatnya fundamental. Pada penelitian ini penulis menggunakan PBN dari [Kuliahseo.com](http://Kuliahseo.com). Persyaratan yang dilakukan dalam membuat *backlink* PBN harus sesuai peraturan yang berlaku dalam forum PBN yang diikuti.

Hasil *backlink* PBN pada Gambar 4 *anchor text* yang digunakan yaitu cara buat pupuk organik cair. *Anchor text* tersebut mengarah ke halaman [www.infonasa.com/jual-pupuk-organik](http://www.infonasa.com/jual-pupuk-organik). Dengan begitu halaman *website* Infonasa mendapatkan banyak referensi dari *website* yang memiliki nilai DA lebih dari 15 sehingga akan membantu meningkatkan peringkat di mesin pencari Google.

### 3. Pengukuran Akhir

Pada tahap pengukuran akhir merupakan pengukuran yang dilakukan guna untuk mengetahui kondisi website setelah dioptimasi dengan parameter-parameter SEO yang telah ditentukan. Pada Tabel 3 akan ditunjukkan hasil pengukuran akhir dengan menggunakan *tool online whatsmyserp* dengan keseluruhan parameter yang menjadi bahan penelitian.

Tabel 3 : Tabel analisis pengukuran akhir ke 1 sampai 8

No	Halaman Website	Keyword	Peringkat per 2 minggu							
			29 Februari 2016	14 Maret 2016	28 Maret 2016	11 April 2016	25 April 2016	9 April 2016	23 Mei 2016	6 Juni 2016
1.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-tepung-ikan">www.infonasa.com/jual-tepung-ikan</a>	Jual tepung ikan	21	11	7	3	2	1	1	1
2.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-pakan-ternak">www.infonasa.com/jual-pakan-ternak</a>	Jual pakan ternak	40	30	25	17	11	6	3	1
3.	<a href="http://www.infonasa.com/pakan-bebek-petelur">www.infonasa.com/pakan-bebek-petelur</a>	Jual pakan bebek petelur	18	10	8	4	1	1	1	1
4.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-pupuk-organik">www.infonasa.com/jual-pupuk-organik</a>	Jual pupuk organik	41	29	18	11	7	5	4	4
5.	<a href="http://www.infonasa.com/jual-bibit-durian">www.infonasa.com/jual-bibit-durian</a>	Jual bibit durian	69	60	55	39	30	21	15	9

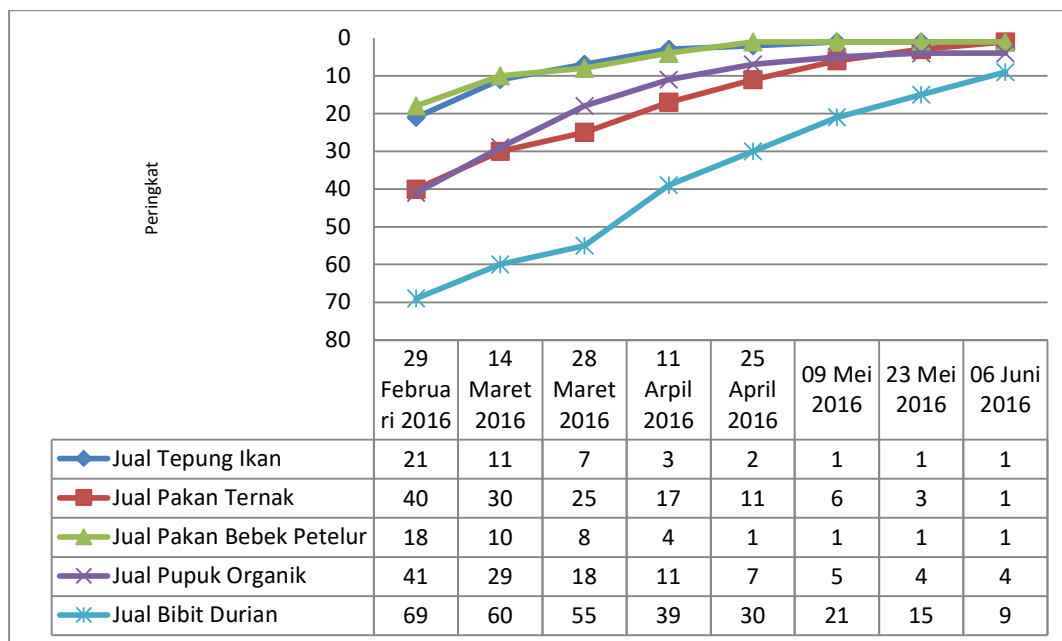
Pada Tabel 3 merupakan daftar hasil pengamatan parameter-parameter SEO dalam website Infonasa sesudah dilakukan optimasi teknik SEO. Pengukuran dilakukan setiap 2 minggu selama 8 kali dari tanggal 29 februari - 6 juni 2016, tujuannya agar perubahan posisi pada setiap halaman website lebih terlihat.

### 3.3. Evaluasi

Pada tahap evaluasi penelitian ini akan disajikan hasil analisis pengecekan parameter-parameter SEO dalam bentuk grafik yang mengacu pada *tool SERP Checker* yaitu *whatsmyserp* yang dipakai untuk memperjelas perbandingan perubahan posisi peringkat setiap parameter yang dijadikan obyek penelitian.

Pertama dimulai dengan membuat grafik perbandingan antara posisi peringkat dari masing-masing halaman *website* Infonasa dari pengukuran akhir setelah optimasi yang dilakukan. Pengukuran dilakukan selama 8 kali setiap 2 minggu berurutan dari tanggal 29 Februari - 6 Juni 2016 sebagai berikut.



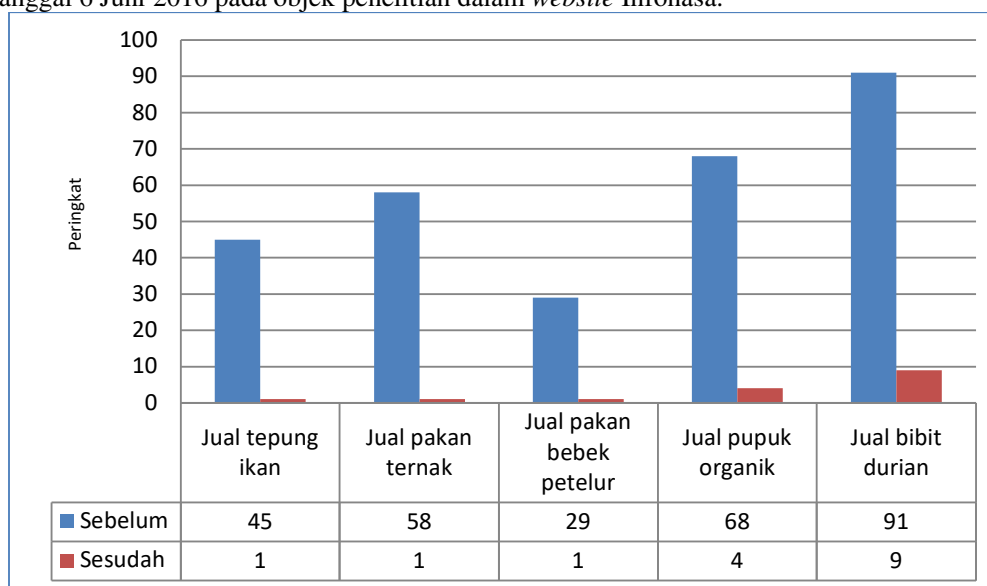


Gambar 5 : Grafik pengukuran akhir setelah optimasi

Dari data yang sudah dijelaskan dalam bentuk grafik dalam Gambar 5, maka dapat disimpulkan jika hasil dari optimasi *website* Infonasa dengan *keyword-keyword* yang sudah ditentukan sebelumnya mengalami peningkatan. Terlihat sesudah optimasi dilakukan setiap dari *keyword* mengalami peningkatan posisi peringkat dari waktu ke waktu setiap 2 minggu sekali selama pengukuran akhir. Dalam data tersebut terlihat dari semua *keyword* yang dioptimasi mengalami peningkatan peringkat masuk ke halaman 1 mesin pencari Google.

Dari urutan awal yang memasuki halaman 1 pencarian Google yaitu *keyword* jual pakan bebek petelur tanggal 14 maret 2016, jual tepung ikan tanggal 28 maret 2016, jual pakan ternak tanggal 25 april 2016, jual pupuk organik tanggal 25 april 2016, dan jual bibit durian tanggal 6 juni 2016.

Selanjutnya untuk lebih singkat dan memperjelas perbandingan dibuat grafik antara posisi peringkat sebelum dioptimasi pada tanggal 1 Februari 2016 dan sesudah dilakukan optimasi tanggal 6 Juni 2016 pada objek penelitian dalam *website* Infonasa.



Gambar 6. : Perbandingan pengukuran sebelum dan sesudah optimasi

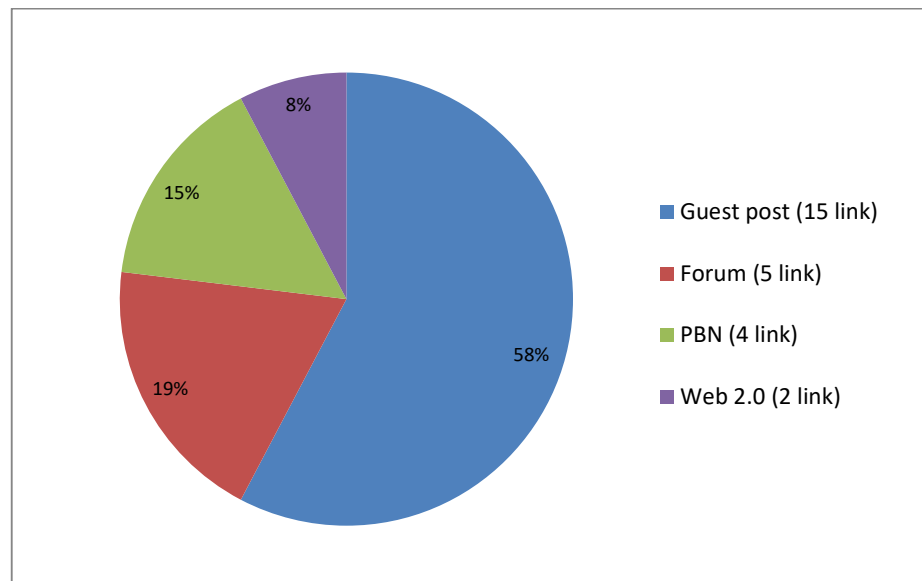
Dari Gambar 6 terlihat grafik perbandingan parameter-parameter obyek penelitian yang ada sebelum dan sesudah diterapkannya optimasi dengan menggunakan teknik SEO *link building kontekstual*. Data tersebut merupakan hasil analisis menggunakan *tool whatsmyserp* yang kemudian disajikan dalam bentuk grafik, dalam data tersebut terlihat dari semua *keyword* yang dioptimasi mengalami peningkatan peringkat masuk ke halaman 1 mesin pencari Google.

Ada 3 *keyword* yang mencapai peringkat 1 pencarian yaitu jual tepung ikan, jual pakan ternak, jual pakan bebek petelur. Dilihat dari masing-masing peningkatan posisinya *keyword* jual tepung ikan mengalami peningkatan 44 posisi dari peringkat 45 menjadi 1, jual pakan ternak mengalami peningkatan 57 posisi dari peringkat 58 menjadi 1, jual pakan bebek petelur mengalami peningkatan 28 posisi dari peringkat 29 menjadi 1, jual pupuk organik mengalami peningkatan 64 posisi dari peringkat 68 menjadi 4, jual bibit durian mengalami peningkatan 82 posisi dari peringkat 91 menjadi 9.

Dengan adanya data yang terlihat di Gambar 6 sudah jelas jika parameter-parameter yang menjadi objek penelitian mengalami banyak perubahan dengan penerapan teknik SEO *link building kontekstual*.

Terakhir dijabarkan terkait kontribusi paling signifikan dari 4 jenis *backlink kontekstual* dan masing-masing website dari jenis *backlink kontekstual* yang paling berkontribusi dalam optimasi ke dalam parameter-parameter SEO penelitian. Alat pengecek *backlink* atau biasa disebut *backlink checker* yang digunakan untuk melihat *backlink* dari suatu domain atau URL menggunakan Ahrefs. Ahrefs memperlihatkan data yang cukup detail untuk kebutuhan analisis *backlinks*. Selain itu, Ahrefs juga mempunyai fitur penyortiran data yang cukup lengkap.

Untuk memperjelas perbandingan akan disajikan data dalam tabel dan gambar penggabungan semua hasil pengukuran terkait kontribusi paling signifikan dari 4 jenis *link building kontekstual* dalam optimasi ke dalam parameter-parameter SEO penelitian.



Gambar 7 : Perbandingan kontribusi dari 4 jenis *link building kontekstual*

Pada Gambar 7 ditampilkan perbandingan hasil *backlink* pada semua obyek penelitian yang dibuat persentase berdasarkan jumlah. Urutan berdasarkan 4 jenis *link building kontekstual* dari yang paling banyak berkontribusi yaitu pertama *backlink guest post* terdapat 15 link dengan persentase 58%, kedua *backlink forum* terdapat 5 buah dengan persentase 19%, ketiga *backlink PBN* terdapat 4 buah dengan persentase 15%, dan keempat atau terakhir *backlink web 2.0* terdapat 2 buah dengan persentase 8%. Persentase tersebut artinya semakin besar berarti semakin memberikan kontribusi *power* lebih besar kepada halaman website yang dioptimasi.

#### 4. Pengujian

Pengujian *website* yang dilakukan menggunakan pengujian validitas yaitu pengujian untuk mengetahui tingkat kevalidan dengan tujuan agar mengetahui apakah ada perubahan dengan diterapkannya optimasi ke dalam *website* Infonasa. Pengujian *website* dilakukan dengan cara mengamati dan membandingkan hasil antara pengukuran sebelum dan sesudah dilakukan optimasi.

##### 1. Uji Deskriptif

Dalam hal ini akan dijelaskan deskriptif masing-masing variabel. Hasil pengujian deskriptif dapat disajikan dalam Gambar 8 berikut ini:

**Descriptives**

Peringkat

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					F0	5		
F1	5	<b>37,80</b>	20,389	9,118	12,48	63,12	18	69
F2	5	<b>28,00</b>	20,261	9,061	2,84	53,16	10	60
F3	5	<b>22,60</b>	19,578	8,756	-1,71	46,91	7	55
F4	5	<b>14,80</b>	14,670	6,560	-3,41	33,01	3	39
F5	5	<b>10,20</b>	11,777	5,267	-4,42	24,82	1	30
F6	5	<b>6,80</b>	8,258	3,693	-3,45	17,05	1	21
F7	5	<b>4,80</b>	5,848	2,615	-2,46	12,06	1	15
F8	5	<b>3,20</b>	3,493	1,562	-1,14	7,54	1	9
Total	45	20,71	22,450	3,347	13,97	27,46	1	91

Gambar 8 : Hasil Uji Deskriptif

Dari Gambar 8 kelompok data yang diberikan perlakuan SEO memiliki peringkat paling bagus dengan angka rata-rata sebesar 3,20. Nilai *mean* yang semakin mengecil menunjukkan bahwa terdapat peningkatan peringkat dari jangka waktu sebelumnya. Peningkatan peringkat dari F0 sebesar 58,20 menuju angka yang lebih kecil sampai 3,20 pada F8 menunjukkan bahwa terdapat perubahan peringkat menjadi lebih bagus kedalam peringkat di mesin pencari Google.

##### 2. Uji One Way Anova

Dalam tahap ini akan diuraikan hal - hal yang berkaitan dengan hasil pengolahan data dan pembahasan dari hasil uji statistik menggunakan SPSS. Adapun pembahasan yang dimaksud meliputi pengujian variabel komparasi dengan uji *One Way Anova*. Dalam pengujian ini menggunakan *One Way Anova* karena akan membandingkan peringkat lebih dari 2 kategori.

Analisa komparasi pada tahap ini diteliti untuk mengetahui perbedaan peningkatan SERP (*Search Engine Result Page*) pada *website* Infonasa sebelum dan sesudah diterapkan SEO (*Search Engine Optimization*) *White Hat* menggunakan *Link Kontekstual* dengan menggunakan uji *One Way Anova*, dapat diketahui sebagai berikut:

**ANOVA**

Peringkat

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	13264,444	8	1658,056	6,699	<b>,000</b>
Within Groups	8910,800	36	247,522		
Total	22175,244	44			

Gambar 9. : Hasil Uji One Way Anova

Pada Gambar 9 menyatakan bahwa ada pengaruh terhadap penerapan teknik SEO (*Search Engine Optimization*) *White Hat* menggunakan *Link Kontekstual* untuk peningkatan SERP (*Search Engine Result Page*) pada *website* Infonasa, dengan nilai *significancy* pada hasil menunjukkan ( $p = 0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan posisi peringkat dalam *website* yang diteliti karena faktor SEO.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap *website* Infonasa maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari optimasi yang telah dilakukan pada 5 halaman *website* Infonasa dengan target *keyword-keyword* yang sudah ditentukan sebelumnya semuanya mengalami peningkatan peringkat masuk ke halaman 1 mesin pencari Google. Ada 3 *keyword* yang mencapai peringkat 1 pencarian yaitu jual tepung ikan, jual pakan ternak, dan jual pakan bebek petelur. Dilihat dari masing-masing peningkatan posisinya *keyword* jual tepung ikan mengalami peningkatan 44 posisi dari peringkat 45 menjadi 1, jual pakan ternak mengalami peningkatan 57 posisi dari peringkat 58 menjadi 1, jual pakan bebek petelur mengalami peningkatan 28 posisi dari peringkat 29 menjadi 1, jual pupuk organik mengalami peningkatan 64 posisi dari peringkat 68 menjadi 4, jual bibit durian mengalami peningkatan 82 posisi dari peringkat 91 menjadi 9.
2. Berdasarkan uji *One Way Anova* menggunakan SPSS yang telah dilakukan dengan membandingkan dua *sample* yang didapat dari pengukuran awal dan pengukuran akhir, didapat nilai  $-p = 0.00 < 0.05$  sehingga  $H_0$  ditolak. Dari hasil tersebut maka disimpulkan jika penerapan SEO *White Hat* menggunakan *Link Kontekstual* mampu meningkatkan kinerja *website* Infonasa dalam SERP.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Santoso, Joko Trias. 2010. Analisis Dan Penerapan Metode SEO (Search Engine Optimization) Image Untuk Meningkatkan SERP (Search Engine Result Page). Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Teknik Informatika AMIKOM.
- [2] Gunawan, Eko. 2013. Optimasi Website Fakultas Teknologi Industri Universtas Ahmad Dahlan Sesuai Algoritma Google Panda Dan Penguin. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Teknik Informatika UAD.
- [3] Marselina, Mellia. 2012. Analisis Kinerja Website Universitas Ahmad Dahlan Dengan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Off Page. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Teknik Informatika UAD.
- [4] Hadi, Pupud Danar. 2016. Analisis Dan Implementasi SEO (Search Engine Optimization) Pada Website Baru Dengan Teknik White-Hat SEO Dan Black-Hat SEO Untuk Meningkatkan SERP (Search Engine Result Page) Di Google Dan Yahoo. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Teknik Informatika AMIKOM.
- [5] Waloeya, Yohan Jati. 2011. Tips & Tricks Series Google SEO. Yogyakarta : ANDI.
- [6] Suryanto, Wahyu Dwi. 2011. All About Search Engine Optimization (SEO). Tersedia pada : <http://wdwisuryanto.staff.ipb.ac.id/files/2011/02/ALL-ABOUT-SEARCH-ENGINE-OPTIMIZATION.pdf>. Diakses tanggal 31 Januari 2017
- [7] Rabbani, Abdan Syakur. 2013. Implementasi Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Numbered Head Together (NHT) Untuk Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Siswa Pada Mata Pelajaran TIK. Skripsi. Bandung: Program Studi Pendidikan Ilmu Komputer UPI.