



Meningkatkan Literasi Digital dan Online Visibility PT Arkatama Multi Solusindo Melalui Penggunaan Artikel

Maharani Huzaema¹ Mei Retno Adiwati²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: 20012010136@student.upnjatim.ac.id

adiwaty66@gmail.com

Article History:

Received: 10 Mei 2023

Revised: 20 Mei 2023

Accepted: 23 Juni 2023

Keywords: *Digital Literacy, Online Visibility, SEO Articles, Strategy, Marketing, Education, Website, Information Technology Company, Community.*

Abstract

Improving the quality of literacy in the digital era through the creation of educational content is an effective way to foster a good perspective in the digital community. Using articles as a medium to increase digital literacy and online visibility is an effective approach. This study involves analyzing people's needs and preferences regarding the desired information, which is then used to produce a series of informative articles with SEO principles and relevant to the company's industry. PT Arkatama Multi Solusindo, as an information technology company, realizes the importance of digital literacy and improves their online presence with SEO strategies. In this study, the data were obtained by data collection methods through interviews with company management and company data analysis. The results show that the use of educational articles, guide articles and promotional articles using keywords relevant to the company is effective in increasing the company's online visibility and building positive relationships between companies and consumers, as well as contributing to increasing literacy and public knowledge in general. This research article was created for both academic and industry interests by providing valuable knowledge for information technology companies and other companies wishing to increase their digital literacy and online visibility through the use of articles.

Abstrak

Peningkatan mutu literasi di era digital melalui pembuatan konten edukatif merupakan salah satu cara yang efektif untuk menumbuhkan sudut pandang yang baik di kalangan masyarakat digital. Penggunaan artikel sebagai media untuk meningkatkan literasi digital dan online visibility menjadi pendekatan yang efektif. Studi ini melibatkan analisis kebutuhan dan preferensi masyarakat terkait informasi yang diinginkan, yang kemudian digunakan untuk menghasilkan serangkaian artikel yang informatif dengan kaidah SEO dan relevan dengan industri perusahaan. PT Arkatama Multi Solusindo, sebagai perusahaan teknologi informasi,

menyadari pentingnya literasi digital dan meningkatkan kehadiran online mereka dengan strategi SEO. Dalam studi ini, data yang diperoleh dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dengan manajemen perusahaan dan analisis data perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan artikel edukatif, artikel panduan, dan artikel promosi dengan penggunaan kata kunci yang relevan dengan perusahaan efektif dalam meningkatkan *online visibility* perusahaan dan membangun hubungan positif antara perusahaan dan konsumen, serta berkontribusi dalam meningkatkan literasi dan pengetahuan masyarakat secara umum. Artikel penelitian ini dibuat untuk kepentingan akademik dan industri dengan memberikan pengetahuan yang berharga bagi perusahaan teknologi informasi dan perusahaan lainnya yang ingin meningkatkan literasi digital dan *online visibility* mereka melalui penggunaan artikel.

Kata Kunci: Literasi Digital, Online Visability, Artikel SEO, Strategi, Pemasaran, Edukasi, Website, Perusahaan Teknologi Informasi, Masyarakat.

Pendahuluan

Pada tahun 2022, jumlah penduduk Indonesia mencapai lebih dari 270 juta jiwa, menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki potensi besar untuk pengembangan keterampilan dan literasi digital. Namun, meskipun terdapat peningkatan, tingkat literasi digital di Indonesia masih rendah, hal ini terungkap dalam indeks terbaru yang mengukur tingkat literasi digital (Norman Harsono, 2020).

Perusahaan memberikan konten edukatif, termasuk artikel SEO di *website* mereka, untuk meningkatkan literasi digital Indonesia. Konten berkualitas menarik minat pelanggan potensial dan dimuat pada mesin pencari. Mesin pencari membantu pengguna mencari informasi dengan kata kunci yang relevan. Dalam hal ini, *search engine* menjadi alat yang bermanfaat bagi pengguna, karena dapat menyajikan hasil pencarian yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Melalui konten yang menarik, perusahaan dapat meningkatkan *online visibility* mereka dengan cara memikat perhatian pengunjung dan membangun citra merek yang kuat. (Onero Solution, 2023). Pembuatan konten artikel perusahaan juga merupakan bagian dari strategi SEO atau *Search Engine Optimization*.

Dengan menggunakan strategi SEO ini, penulis berharap dapat menganalisis visibilitas online perusahaan Arkatama dan membantu meningkatkan nilai visibilitas online mereka, yang pada gilirannya akan berdampak pada peningkatan literasi digital masyarakat. Peringkat *website* pada mesin pencarian sangat tergantung pada strategi SEO yang diterapkan. Dengan menerapkan strategi yang tepat, *website* perusahaan dapat muncul di peringkat teratas hasil pencarian mesin pencari, sehingga memudahkan pengguna dalam mengakses informasi yang disediakan di dalamnya. Dengan meningkatnya visibilitas online perusahaan, diharapkan masyarakat dapat lebih mudah mengakses dan memperoleh pengetahuan melalui *platform* digital yang disediakan oleh PT Arkatama Multi Solusindo.

Kajian Pustaka

Indikator Visability

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti indikator visabilitas karena kami menyadari bahwa indikator tersebut memiliki kontribusi besar dalam peringkat suatu *website*, yang pada gilirannya akan memudahkan akses masyarakat dalam meningkatkan literasi digital. Menurut (Parhan Hidayat, 2021), sebuah *website* perlu cukup populer di kalangan publik agar dapat memiliki jumlah *backlink* yang banyak. Analisis *impact* web memberikan bukti tentang dampak atau sebaran ide yang terkait dengan merek, organisasi, dan entitas lainnya yang ada di dalam *website*. Metode ini melibatkan pengukuran dan analisis URL yang ditemukan oleh mesin pencari komersial, dan hasilnya akan direspon oleh *query-query* tertentu. Perhitungan nilai *visibility* didasarkan pada jumlah link eksternal yang diterima dari pihak ketiga.

Link visibilitas data dikumpulkan dari *Google Search Console* yang dilakukan secara bertahap dengan melakukan *crawling* atau memindari konten yang terdapat di dalam situs web, salah satunya adalah artikel pada blog *website*. Hal ini dilakukan untuk menganalisis *backlink*, kata kunci, *traffic* situs web melalui proses *indexing*.

Website

Situs web merupakan suatu platform yang dapat dikunjungi oleh semua pengguna internet di semua wilayah yang terhubung dengan jaringan nirkabel. Dengan adanya website, informasi dapat disajikan dengan lebih efisien dan terus diperbarui. Website juga dapat diakses secara mudah oleh masyarakat di berbagai daerah hanya dengan menggunakan internet. Untuk mengakses website, diperlukan penggunaan perangkat lunak yang disebut browser atau mesin pencari. Berikut adalah beberapa fungsi dari website: Media Promosi

1. Media Pemasaran
2. Media Informasi
3. Media Pendidikan
4. Media Komunikasi

SEO

Strategi pemasaran website yang dikenal sebagai SEO (*Search Engine Optimization*) bertujuan untuk mengoptimalkan *website* tersebut agar dapat mencapai peringkat teratas di mesin pencari. Salah satu cara dalam strategi SEO adalah dengan menulis konten organik yang relevan di website dan menggunakan *backlink* dari sumber eksternal. Keuntungan utama dari strategi SEO dibandingkan strategi pemasaran lainnya adalah biaya yang relatif rendah, sehingga sangat cocok bagi *website* yang masih baru. Menurut (Grappone, 2011), dalam penerapan SEO, diperlukan waktu minimal satu jam setiap hari untuk melihat peningkatan secara bertahap dalam jumlah kunjungan ke *website* yang menggunakan teknik SEO.

Proses optimisasi mesin pencari atau SEO (*Search Engine Optimization*) merupakan upaya untuk meningkatkan visibilitas sebuah situs web dengan tujuan meningkatkan jumlah dan kualitas kunjungan melalui mesin pencari. Proses ini melibatkan modifikasi situs web atau halaman web dengan cara tertentu sehingga ketika pengguna internet mencari informasi yang terkait dengan isi situs web tersebut, situs web tersebut akan muncul di posisi teratas atau setidaknya halaman teratas hasil pencarian berdasarkan kata kunci yang ditargetkan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan jumlah kunjungan ke situs web (Handayani, Febriyanto, and Shofwatullah 2019)

Google Search Console

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Google Search Console sebagai perangkat lunak yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam proses pengumpulan data tersebut, peneliti melakukan uji dan evaluasi terhadap indeks situs web dengan memanfaatkan kata kunci setelah menerapkan strategi SEO dengan menggunakan artikel sebagai media optimalisasi *website*. Pengumpulan data pada Google Search Console dilakukan secara bertahap melalui proses *crawling*, di mana konten yang ada di dalam situs web, termasuk artikel pada blog *website*, dianalisis untuk melihat faktor-faktor seperti *backlink*, kata kunci, dan *traffic* situs web. Google Search Console juga dilengkapi dengan fitur-fitur canggih yang sangat bermanfaat dalam meningkatkan peringkat website perusahaan pada mesin pencari.

Metodologi Penelitian

Alur Penelitian

Jurnal ini dianalisis berdasarkan *project* magang yang dikerjakan oleh saya selaku penulis dan tim pada PT Arkatama Multi Solusindo. Penelitian ini dimulai melalui proses identifikasi permasalahan pada perusahaan dan masyarakat. Langkah berikutnya yaitu melakukan wawancara dengan pihak perusahaan, observasi langsung, serta studi literatur berupa hasil

penerbitan jurnal, referensi buku, hasil pers pemerintah, serta hasil riset penelitian yang relevan guna mengembangkan pemahaman dan penyelesaian terhadap semua masalah yang ada. Selanjutnya, berdasarkan hasil observasi dari identifikasi masalah dan studi Pustaka, dimulainya pembuatan strategi optimasi SEO pada *website* perusahaan. Tahapan selanjutnya yaitu pengimplementasian strategi optimasi SEO dan diakhiri dengan tahapan pengujian terhadap pengoptimalan SEO pada situs web perusahaan yang telah berhasil dilaksanakan.

Penyusunan untuk memaksimalkan peringkat situs web pada halaman utama mesin pencarian yaitu dengan mengaplikasikan Teknik SEO *On-Page*. Penggunaan media atau gambar, konten, dan kata kunci merupakan bagian dari Teknik SEO *On-Page* guna meningkatkan peringkat *website* pada mesin pencari.

1. Optimasi Media Gambar

Pemberian tag ALT dan *Title tag* pada semua media yang terdapat di dalam situs web berguna untuk menerjemahkan gambar tersebut pada mesin pencari, sehingga mempermudah mesin pencari dalam menilai kredibilitas suatu situs web.

2. Konten

Konten memiliki peran penting dalam SEO. Artikel dalam konten tidak hanya ditujukan untuk memudahkan mesin pencari, tetapi juga memiliki nilai pendidikan yang dapat memberikan pengetahuan kepada pembaca. Beberapa mesin pencari menggunakan metode perhitungan untuk menentukan sejauh mana halaman web terhubung dengan situs web lainnya melalui link. Semakin banyak link yang terhubung, maka peringkat situs web tersebut akan lebih baik di mata mesin pencari. Menerapkan penekanan pada kata-kata dalam artikel sebagai indikator kata kunci dapat memudahkan mesin pencari dalam mengevaluasi suatu situs web.

3. Kata Kunci

Pemilihan kata kunci merupakan faktor penting dalam optimisasi SEO. Dengan memilih kata kunci yang tepat, sebuah *website* dapat menarik lebih banyak pengunjung, kata kunci berperan sebagai subjek pencarian dalam sebuah halaman *website*. Biasanya, kata kunci ditempatkan dalam tag judul atau judul dokumen karena judul tersebut mencerminkan relevansi dengan kata kunci atau informasi yang dicari oleh pengunjung.

Implementasi

Penerapan *Search Engine Optimization* pada situs web resmi Arkatama akan dilaksanakan pada tahap ini.

Pengujian

Pemecahan masalah melalui pendekatan SEO (*Search Engine Optimization*) dengan penggunaan *Google Search Console* dan *Google My Business* untuk meneliti dan menyelesaikan permasalahan objektif perusahaan. Melalui *indexing* artikel, halaman *website* akan terindex dan masuk di peringkat utama search engine. Pengujian ini dilaksanakan untuk mengukur posisi situs web pada mesin pencarian.

Hasil dan Pembahasan:

1. Implementasi Teknik SEO

Berdasarkan hasil perencanaan Teknik *Search Engine Optimization* (SEO) yang tercantum pada metodologi penelitian, langkah pertama pengimplementasian Teknik *Search Engine Optimization* (SEO) pada situs web Arkatama yaitu pembuatan konten artikel dengan kata kunci yang relevan

2. Riset Kata Kunci

Dalam pembuatan konten artikel yang SEO friendly, *keyword* merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kualitas artikel. Penentuan kata kunci ini bertujuan untuk menginterpretasikan isi konten artikel secara keseluruhan. Melalui riset kata kunci yang relevan dan populer, visibilitas suatu konten artikel pada mesin pencari

dapat meningkat.

3. Pembuatan Artikel dengan Konsep AIDA

Konsep AIDA adalah suatu pendekatan yang digunakan dalam pembuatan artikel atau materi pemasaran untuk menarik perhatian dan mempengaruhi audiens. AIDA adalah singkatan dari *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Keinginan), dan *Action* (Aksi). Konsep ini dapat mendorong audiens guna melakukan aksi tertentu setelah menyimak artikel pada situs web perusahaan.

- a. *Attention* (Perhatian): Langkah pertama adalah menarik perhatian pembaca atau audiens potensial dengan frasa yang kuat pada paragraph pembuka. riset kata kunci yang relevan dan menarik untuk dikembangkan menjadi artikel edukasi yang strategis. Penggunaan *cover* artikel, dan media gambar yang menarik, pencantuman judul artikel pada Alt Text, title attribute, dan html anchor dapat membantu *search engine* dalam mengindeks artikel.
- b. *Interest* (Minat): Setelah berhasil menarik perhatian, langkah berikutnya peneliti mempertahankan minat pembaca melalui penyediaan artikel edukasi yang menyajikan informasi yang menarik, bermanfaat, atau relevan bagi pembaca. Pemilihan kata dan penyajian contoh – contoh yang relevan dan konkret dapat mempertahankan minat baca pengguna pada situs web perusahaan. Hal ini dapat mempermudah robot mesin pencari dalam mendeteksi bahwa artikel tersebut relevan bagi pembaca sehingga dapat meningkatkan peringkat halaman web dan blog pada mesin pencari
- c. *Desire* (Keinginan): Setelah berhasil menarik minat dan perhatian pembaca melalui artikel, langkah selanjutnya adalah menginspirasi dan membangkitkan keinginan dalam diri mereka. Artikel harus mampu mengkomunikasikan manfaat dan nilai yang dapat mereka peroleh dari apa yang ditawarkan Dengan menggunakan contoh nyata, pembaca dapat melihat bagaimana orang lain telah mendapatkan manfaat dari apa yang ditawarkan oleh artikel tersebut.
- d. *Action* (Aksi): Penggunaan kalimat *Call to Action* (CTA) seperti “Daftar sekarang” “Hubungi Kami Sekarang” “Konsultasikan masalah IT anda Pada Kami” dengan mencantumkan keyword perusahaan untuk menciptakan backlink yang terhubung dengan situs web resmi perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi peneliti dalam mengoptimasi *website* untuk memastikan bahwa setiap artikel memiliki tautan link yang relevan.

4. Publikasi Konten Artikel Pada Website Resmi Arkatama

a. *Open Source* Arkatama

Dalam prosesnya, Peneliti menggunakan wordpress sebagai platform open-source yang menunjang *content management system* (CMS) perusahaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa keunggulan struktur URL Wordpress yang *SEO-friendly*, sehingga mempermudah peneliti dalam mengelola struktur SEO yang mudah di-*crawl* oleh mesin pencari melalui penambahan *keyword* yang relevan pada URL sehingga menunjang peningkatan peringkat SEO dan visabilitas konten pada halaman pencarian, Wordpress juga menawarkan fitur-fitur blogging yang lengkap dan beberapa *plugin* penunjang, salah satunya adalah Yoast SEO yang berfungsi untuk menciptakan artikel yang sesuai dengan kaidah -kaidah SEO (*SEO-Friendly*) yang bermanfaat dalam optimasi mesin pencari (SEO).

b. Yoast SEO

Penggunaan *plugin* penunjang seperti Yoast SEO merupakan salah satu strategi SEO untuk menciptakan artikel edukasi yang bersifat *SEO-Friendly* karena sistem akan mendeteksi semua potensi kekurangan dari penulisan yang dianggap kurang *SEO-friendly*. Melalui *plugin* ini, penulis bisa melakukan perbaikan pada isi artikel sesuai dengan daftar kesalahan yang disediakan oleh Yoast SEO. Kemudian sistem akan

menganalisis kembali artikel yang telah diperbaiki guna memastikan bahwa artikel telah sesuai dengan kaidah SEO, hal itu ditandai dengan berubahnya emoji Yoast menjadi hijau.

- *Focus Keyphrase*

Kata kunci fokus atau frasa kunci adalah istilah pencarian yang ingin diprioritaskan agar halaman atau postingan dapat mendapatkan peringkat tinggi dalam hasil pencarian. Dalam menggunakan Yoast SEO, penentuan kata kunci yang strategis dan relevan pada artikel sangat dianjurkan. kata kunci fokus harus berada disetiap bagian artikel, mulai dari SEO Title, paragraf pembuka, *subheading*, dan isi konten artikel secara menyeluruh Yoast SEO merekomendasikan untuk membuat “long tail keyword” yang terdiri atas 3 suku kata dengan minimal 8 *focus keyphrase* ditemukan pada seluruh bagian artikel.

Gambar 1. Contoh Focus Keyphrase Artikel Edukasi

- SEO Title

SEO Title merupakan judul artikel dengan total 50 hingga 65 karakter dan terkandung *focus keyphrase* didalamnya. Yoast SEO merekomendasikan untuk menggunakan kata kunci pada judul agar memudahkan proses *crawl* mesin pencari. Penyajian judul yang menarik dan sesuai dengan kaidah – kaidah SEO dapat mempermudah pengguna dalam mencari informasi yang relevan.

Gambar 2. Contoh SEO Title Artikel Edukasi

- Slug

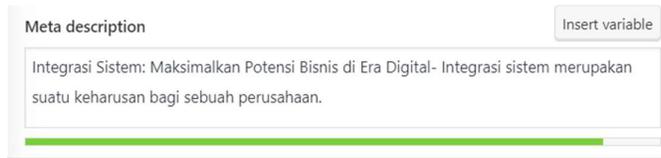
Slug pada Yoast SEO adalah bagian dari URL yang mewakili judul atau topik suatu halaman atau postingan. *Slug* merupakan bagian dari URL yang terletak setelah domain utama dan biasanya mengandung kata-kata yang menggambarkan isi dari halaman tersebut. pengoptimalan *slug* dapat dilakukan dengan mencantumkan keyword utama dan dianjurkan sesuai dengan *SEO Title* agar dapat memungkinkan *search engine* untuk membaca konten pada situs web dan meningkatkan peluang optimasi SEO pada situs web.

Gambar 3. Contoh Slug Artikel Edukasi

- Meta Description

Meta description berfungsi sebagai ringkasan konten halaman atau postingan sebanyak 115 – 140 karakter yang memberikan informasi kepada pengguna tentang apa yang mereka harapkan temukan ketika mengklik tautan tersebut sehingga dapat menarik minat audiens dalam mengunjungi artikel tersebut. sebaiknya deskripsi meta mengandung kata kunci utama dan sesuai ketentuan *plugin* untuk mendapatkan hasil optimasi SEO yang optimal.

Gambar 4. Contoh Deskripsi Meta Artikel Edukasi



- **Outbound Link**
Outbound link atau tautan keluar adalah tautan yang mengarah dari suatu halaman di situs web perusahaan ke halaman atau situs web lain di luar domain perusahaan. Dengan kata lain, *outbound link* adalah tautan yang mengarah ke sumber daya eksternal di luar situs web Anda, misalnya tautan eksternal yang mengarah ke whatsapp ataupun artikel blog Arkatama lainnya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan integrasi artikel dengan menyajikan referensi yang relevan.

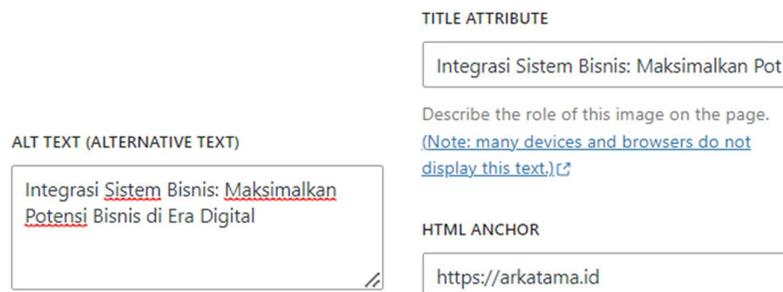
Gambar 5. Contoh Outbound Link Artikel Edukasi

[Baca Juga: SMART Goals! Buat Nyata Resolusimu!](#)

Baca Juga: [Integrasi Sistem: Maksimalkan Potensi Bisnis di Era Digital](#)

- **Image Keyphrase dan Images**
Image Keyphrase atau kata kunci gambar digunakan untuk mencantumkan judul SEO pada gambar pada *Alt Text* dan *title attribute* sehingga memungkinkan mesin pencari dalam membaca artikel. Yoast SEO menyarankan untuk setidaknya mencantumkan dua gambar dengan kualitas rendah seperti WEBP pada artikel diluar pencantuman *post featured image* untuk mengoptimalkan konten SEO. Peneliti juga menambahkan link situs web resmi arkatama pada HTML anchor untuk meningkatkan *backlink* situs web.

Gambar 6. ALT Text pada Gambar di Artikel



- **Internal Link**
Internal link pada artikel blog situs web perusahaan dapat berupa penambahan URL pada artikel lain di situs web. Penambahan kata kunci perusahaan yaitu Jasa Konsultan IT dan Software House juga dikaitkan pada seluruh artikel Arkatama, hal ini semata-mata dilakukan untuk meningkatkan *backlink* perusahaan dan pengoptimalan *on-page* SEO sehingga peluang situs web berada di halaman pertama mesin pencarian dengan keyword “Jasa Konsultan IT” atau “Software House” dapat meningkat.
- **Keyphrase di Pendahuluan, SEO Title, Slug, dan Subheading**
Fitur ini berguna untuk memberitahu penulis dalam mencantumkan kata kunci

utama pada paragraph pertama, *SEO Title, slug, sub heading*, dan deskripsi meta.

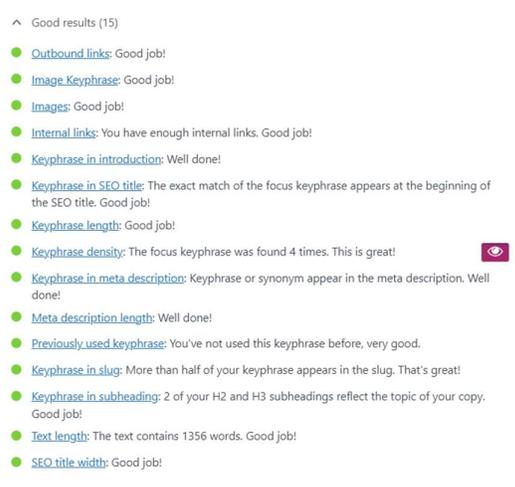
- **Keyphrase Length, Desity, dan Keyphrase terdahulu**
Fitur ini berfungsi untuk mengulangi redudansi berlebihan pada *keyphrase* dan memastikan panjang *keyphrase* sesuai anjuran Yoast SEO yaitu 7 hingga 20 kali.
 - **Panjang Teks**
Panjang teks pada suatu artikel merupakan salah satu penilaian bahwa artikel tersebut merupakan artikel yang strategis serta telah sesuai dengan kaidah SEO karena memuat informasi yang kompleks dan bermanfaat bagi pengguna. Panjang teks pada artikel edukasi berkisar 750 – 1700 kata, tergantung pada topik yang diangkat pada artikel tersebut.
 - **SEO Title Widht**
Fitur ini berfungsi untuk memberitahu penulis dalam membuat judul SEO yang tidak terlalu Panjang dan sesuai dengan anjuran Yoast sehingga artikel dapat terpublikasi dengan baik dan terbaca oleh mesin pencari sebagai artikel yang kredibel.
5. **Pengindeksan Artikel Situs Web pada Google Search Console**
Dalam proses pengoptimalan kinerja *website*, Arkatama menggunakan alat penunjang seperti Google Search Console untuk mengindeks artikel sehingga dapat meningkatkan peluang terbacanya halaman web dan artikel oleh mesin pencari seperti google. Strategi optimasi ini dilakukan dengan mengajukan pengindeksan URL artikel yang telah terpublikasi di situs web perusahaan pada robot pengindeks, maka artikel dengan kata kunci terkait dapat muncul pada halaman pencarian

Pengujian dan Hasil

1. Pengujian Menggunakan Yoast SEO

Peneliti menggunakan salah satu artikel yang telah terpublikasi pada situs web resmi arkatama sebagai salah satu contoh pengujian artikel menggunakan Yoast SEO. Melalui penggunaan *plugin* ini, penulis dapat memperbaiki bagian dari isi artikel yang dianggap kurang sesuai dengan kriteria SEO secara otomatis oleh mesin Yoast. Berdasarkan hasil pengujian memakai salah satu artikel yang ditulis oleh peneliti yang berjudul “Integrasi Sistem Bisnis: Maksimalkan Potensi Bisnis di Era Digital” dengan perolehan hasil sebagai berikut. Hal ini juga diberlakukan untuk seluruh artikel pada situs web Arkatama

Gambar 7. Hasil Analisis Yoast pada Artikel Edukasi

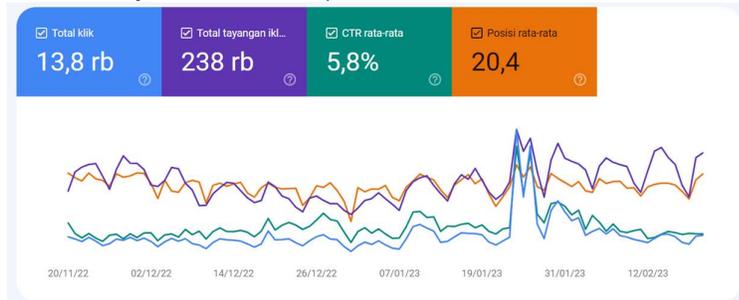


2. Hasil Optimasi Artikel Edukasi Arkatama pada Google Search Console

a. Data Website Pra Optimasi

Berdasarkan data yang berasal dari statistik Google Search Console Arkatama ditemukan data performa situs web Arkatama pada 20 November 2022 hingga 20 Februari 2023 sebelum dilakukan optimasi dengan total klik sebesar 13,8 ribu, total tayangan sebesar 238 ribu, CTR rata-rata sejumlah 5,8%, dan posisi rata-rata berada di 20,4 poin. Terdapat lonjakan performa yang sangat tinggi pada tanggal 24 Januari, hal ini disebabkan oleh peserta MSIB yang banyak mengunjungi situs web Arkatama sebagai syarat pendaftaran. Hal ini tentunya tidak baik karena grafik tidak fluktuatif dan hanya naik pada beberapa periode sehingga berpengaruh buruk pada optimasi kedepannya.

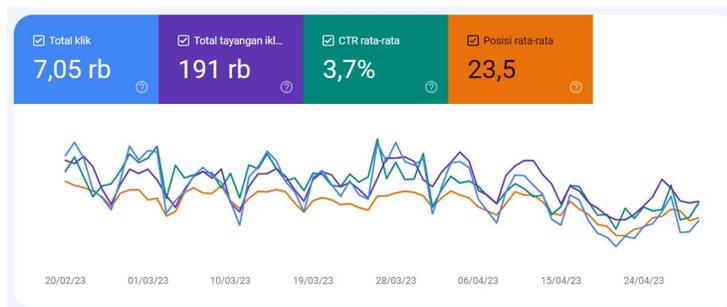
Gambar 8. Performa Website Pra Optimasi



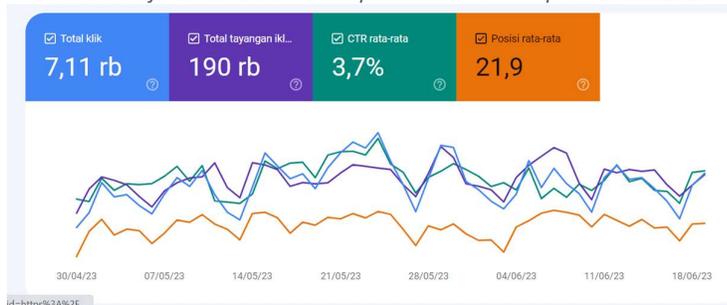
b. Analisis Interpretasi Data

Berdasarkan analisis yang dilakukan setelah penerapan strategi optimasi SEO melalui artikel, diperoleh interpretasi data dari penggunaan artikel dalam meningkatkan literasi digital masyarakat dan visibilitas online perusahaan sebagai berikut. Peneliti melakukan analisis terhadap perkembangan performa situs web dari awal optimasi hingga akhir optimasi

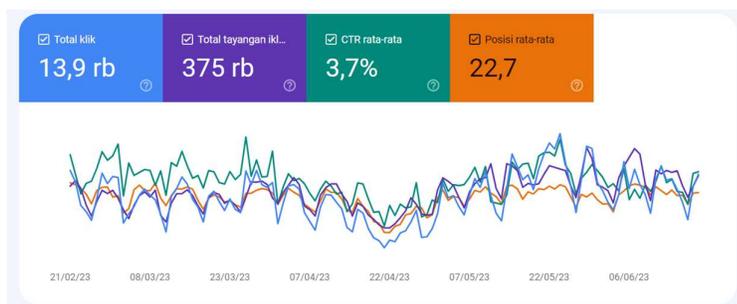
Gambar 9. Performa Website Pasca Optimasi Periode 20 Februari – 30 April 2023



Gambar 10. Performa Website Pasca Optimasi Periode 30 April – 19 Juni 2023



Gambar 11. Optimasi Website Periode 20 Februari – 19 Juni 2023



Berdasarkan data performa situs web Arkatama diperoleh hasil bahwa terjadi peningkatan traffic kunjungan pada situs web. Data ini diperkuat dengan adanya peningkatan signifikan pada indikator total klik dan tayangan dari 20 Februari 2022 hingga 19 Juni 2023 sebesar 100 poin untuk total klik sebesar 137 ribu poin. Hal ini menjadi tolak ukur efektivitas penggunaan artikel sebagai media untuk menjangkau lebih banyak audiens dan menunjukkan hasil berupa terjadinya peningkatan minat masyarakat dalam mengunjungi situs web dan blog Arkatama.

Pada indikator Click-Through Rate (CTR) yang menunjukkan persentase audiens yang menelusuri URL artikel setelah melihat cupikannya pada halaman pencarian. Diketahui berdasarkan performa situs web Arkatama, CTR mengalami penurunan selama apabila dibandingkan dengan periode 29 November hingga 20 Februari setelah diimplementasikannya strategi SEO berupa optimasi artikel sebagai media optimasi.

Menurut wawancara dengan manajemen perusahaan hal ini terjadi karena pada periode 29 November 2022 hingga 20 Februari 2023 belum dilakukan optimasi website melalui penggunaan artikel sebagai medianya. CTR akan mengalami kenaikan apabila Total klik dan total tayangan meningkat, performa ini dapat diketahui dari data Google Search Console yang menunjukkan apabila setiap periode setelah optimasi terjadi peningkatan pada total klik dan tayangan tentunya hal ini juga akan berpengaruh pada meningkatnya CTR dengan dilihat dari grafik hasil optimasi periode yang menunjukkan peningkatan pada total klik dan CTR sehingga mempunyai grafik yang selaras dengan total tayangan.

Hal serupa terjadi pada posisi rata-rata situs web sebagai indikator yang memberikan wawasan mengenai jangkauan artikel dalam menghasilkan visibilitas pada halaman pencarian. Indikator ini menunjukkan peringkat situs web pada mesin pencari, semakin kecil poin posisi rata-rata suatu situs web maka semakin baik kinerjanya. Pada website Arkatama terlihat terjadi kenaikan pada posisi rata-rata situs web, tetapi apabila melihat perbandingan posisi rata-rata pada periode 20 Februari – 30 April 2023 dengan posisi rata-rata pada periode 30 April – 19 Juni 2023 terjadi penurunan poin posisi rata-rata sebesar 1,6 poin yang membuktikan jika strategi optimasi berhasil. Berdasarkan hasil grafik performa menunjukkan jika optimasi dilakukan secara berkelanjutan, maka berpotensi posisi rata-rata akan semakin menurun.

3. Pengujian Pencarian di Google

Setelah menerapkan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) pada situs web resmi Arkatama, langkah selanjutnya adalah menguji indeks situs web menggunakan *keyword*. Hal ini melibatkan pencarian dan penambahan kata kunci pada mesin pencari Google untuk memeriksa apakah situs web dapat terindeks dan muncul dalam hasil penelusuran Google atau sebaliknya. Keadaan website Arkatama pada Pra-optimasi menempati posisi kedua pada halaman utama mesin pencari. Data posisi situs web

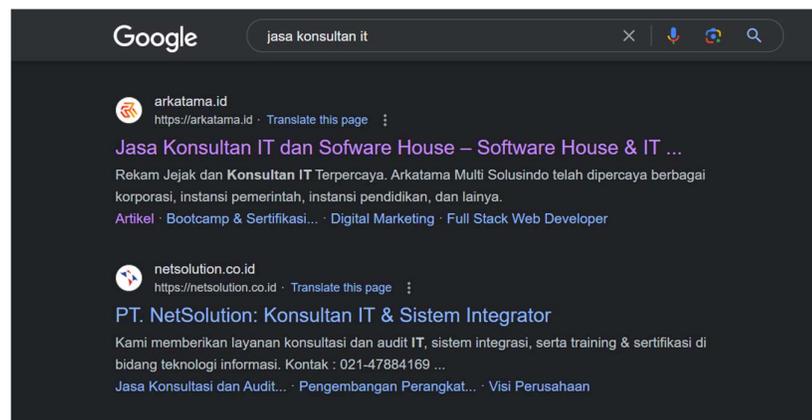
Arkatama dengan *keyword* “Jasa Konsultan IT” ini diambil pada bulan Februari 2023 (bulan ke-1) saat pra optimasi, yang dapat terlihat pada gambar berikut.

Gambar 12. Posisi Website dengan Kata Kunci "Jasa Konsultan IT" Pra Optimasi



Berdasarkan hasil pengujian, situs web resmi Arkatama berhasil mencapai peringkat pertama di halaman pertama hasil pencarian pada bulan Juni 2023 (bulan ke-5 optimasi) untuk salah satu kata kunci PT Arkatama Multi Solusindo yaitu Jasa Konsultan IT. Hal ini menunjukkan peningkatan visibilitas yang signifikan untuk situs web resmi Arkatama dan meningkatnya minat masyarakat dalam mencari informasi-informasi serupa terkait teknologi informasi pada situs web Arkatama, sehingga dapat dipastikan jika artikel – artikel yang dipublikasikan pada website resmi Arkatama berhasil berkontribusi dalam meningkatkan literasi digital masyarakat dan berpengaruh positif pada visibilitas online perusahaan.

Gambar 13. Posisi Website dengan Kata Kunci "Jasa Konsultan IT" Pasca Optimasi



Kesimpulan

Penerapan strategi SEO dengan media artikel dalam mengoptimalkan kinerja situs web dianggap efisien karena halaman web yang sudah terindeks dapat meningkatkan total jangkauan dan kunjungan pada situs web perusahaan sehingga mempermudah akses masyarakat dalam menemukan konten artikel edukatif yang relevan sesuai kata kunci terkait. Pada pengimplementasiannya, penggunaan Teknik SEO berpengaruh terhadap performa situs web. Akan tetapi, berdasarkan data dari Google Search Console diketahui jika CTR dan Posisi Rata-Rata website Arkatama masih memerlukan optimasi lanjutan dengan Teknik SEO dalam kurun waktu tertentu untuk menghasilkan performa situs web yang maksimal. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah strategi optimasi yang diimplementasikan dapat

meningkatkan visibilitas online pada mesin pencari dengan mutu traffic kunjungan yang meningkat, hal ini dibuktikan dengan Situs web arkatama berada di peringkat pertama pada halaman pencarian dengan kata kunci “Jasa Konsultan IT” yang berpengaruh terhadap peningkatan literasi digital masyarakat

Reference

- Allysa Putri Rendry, N. K. (2023). *[PRESS RELEASE] DISSECTING THE DIGITAL LITERACY GAP IN INDONESIA | DIFUSSION #88*. Center For Digital Society.
- Amanta, F. (2022, November 16). *Unpacking Indonesia's Digital Accessibility*. Retrieved from Center of Indonesia Policy Study: <https://www.cips-indonesia.org/post/opinion-unpacking-indonesia-s-digital-accessibility>
- Grappone, J. a. (2011). *Search Engine Optimization (SEO): An Hour a Day*. John Wiley & Sons,.
- Hasugian, P. S. (2018). PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, 5.
- Norman Harsono. (2020, January 20). *Despite improvements, Indonesia's digital literacy remains low*. Retrieved from TheJakartaPost: <https://www.thejakartapost.com/business/2022/01/20/despite-improvements-indonesias-digital-literacy-remains-low.html>
- Nurhayati-Wolff, H. (2023, March 23). *Digital literacy index in Indonesia 2020-2022, by type*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/1337349/indonesia-digital-literacy-index-by-type/>
- Onero Solution. (2023, February 3). *Inbound Marketing: Solusi Efektif untuk Meningkatkan Online Visibility*. Retrieved from Onero Solution Website: <https://onero.id/insight/detail/inbound-marketing-solusi-efektif-untuk-meningkatkan-online-visibility/>
- Parhan Hidayar, M. A. (2021). Visibilitas Website UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam. *Tik Ilmeu: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 5, no. 1, 125–44.
- Parhan Hidayat, M. A. (2021). Visibilitas Website UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Dalam