

Strategi Pengelolaan Konten dengan Search Engine Optimization pada Website

Rian Farta Wijaya^{1,*}, Zulfahmi Syahputra², Khairul³, Iwan Purnama⁴, Rio Septian Hardinata⁵

^{1,2,3,5}Fakultas Sains Komputasi dan Kecerdasan Digital, Teknologi Informasi, Universitas Pembangunan Panca Budi, Kota Medan, Indonesia

⁴Fakultas Sains dan Teknologi, Teknologi Informasi, Universitas Labuhanbatu, Labuhanbatu, Indonesia

Email: ¹rianfartawijaya@dosen.pancabudi.ac.id, ²zulfahmi@dosen.pancabudi.ac.id, ³khairul@dosen.pancabudi.ac.id,

⁴iwanpurnama2014@ulb.ac.id, ⁵rioseptian@dosen.pancabudi.ac.id

Received: 5 November 2025. | Revision: 18 November 2025 | Accepted: 19 November 2025

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi pengelolaan konten berbasis SEO untuk meningkatkan performa website. Rendahnya peringkat website disebabkan oleh kurang optimalnya struktur konten, penggunaan kata kunci, dan teknik link building. Dengan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini menelaah optimalisasi kata kunci, meta deskripsi, serta konten multimedia. Hasilnya menunjukkan bahwa pengelolaan konten yang terstruktur dan konsisten mampu meningkatkan trafik organik, kredibilitas, serta visibilitas website di mesin pencari. Rekomendasi diberikan untuk menerapkan strategi digital berorientasi SEO secara berkelanjutan.

Kata kunci: SEO, Pengelolaan, Konten, Optimasi, Website

Abstract

This study discusses SEO-based content management strategies to improve website performance. Low website rankings are caused by suboptimal content structure, keyword use, and link building techniques. With a qualitative descriptive method, this study examines keyword optimization, meta description, and multimedia content. The results show that structured and consistent content management can increase organic traffic, credibility, and website visibility in search engines. Recommendations are given to implement an SEO-oriented digital strategy on an ongoing basis.

Keywords: SEO, Management, Content, Optimization, Website

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi dewasa ini berlangsung sangat cepat, yang dapat dilihat dari terus meningkatnya penggunaan internet di berbagai sektor kehidupan [1]. Keberadaan internet memungkinkan individu maupun lembaga untuk menyampaikan pesan, melakukan promosi, serta mendistribusikan berbagai bentuk konten kepada masyarakat luas secara langsung dan tanpa batasan ruang maupun waktu [2]. Search Engine Optimization (SEO) merupakan proses yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada sebuah situs melalui mesin pencari [3]. Teknik ini digunakan agar situs web dapat terindeks dengan baik pada mesin pencarian, sehingga mampu memperoleh lebih banyak trafik secara organik [4]. SEO juga diartikan sebagai strategi promosi digital yang mengoptimalkan mesin pencari agar sebuah website menempati posisi teratas atau muncul di halaman pertama hasil pencarian [5]. Dengan penerapan strategi ini, peluang untuk tampil di halaman utama mesin pencari semakin besar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) serta menarik perhatian calon pengguna atau mahasiswa potensial [6]. Tujuan utama SEO adalah menempatkan situs web pada posisi optimal dalam hasil pencarian berdasarkan kata kunci atau frasa yang relevan dengan target audiens [7]. Salah satu saluran utama untuk mencapai tujuan tersebut adalah melalui pengelolaan website perusahaan [8]. Optimalisasi SEO memungkinkan website perusahaan tetap berada pada posisi teratas di halaman pertama hasil pencarian, sehingga meningkatkan visibilitas dan kredibilitas di mata pengguna [9]. Website sendiri merupakan media informasi berbasis internet yang terdiri dari sekumpulan halaman situs di bawah satu domain atau subdomain dan dikenal secara global sebagai bagian dari *World Wide Web* (WWW) [10]. Salah satu pendekatan yang efektif untuk meningkatkan keterjangkauan informasi adalah dengan mengoptimalkan mesin pencari, sebab sebagian besar pengguna internet mencari informasi melalui *search engine* [11]. Banyak pelaku bisnis, baik di Indonesia maupun di dunia, kini memanfaatkan teknologi website sebagai sarana pemasaran dan promosi produk [12].

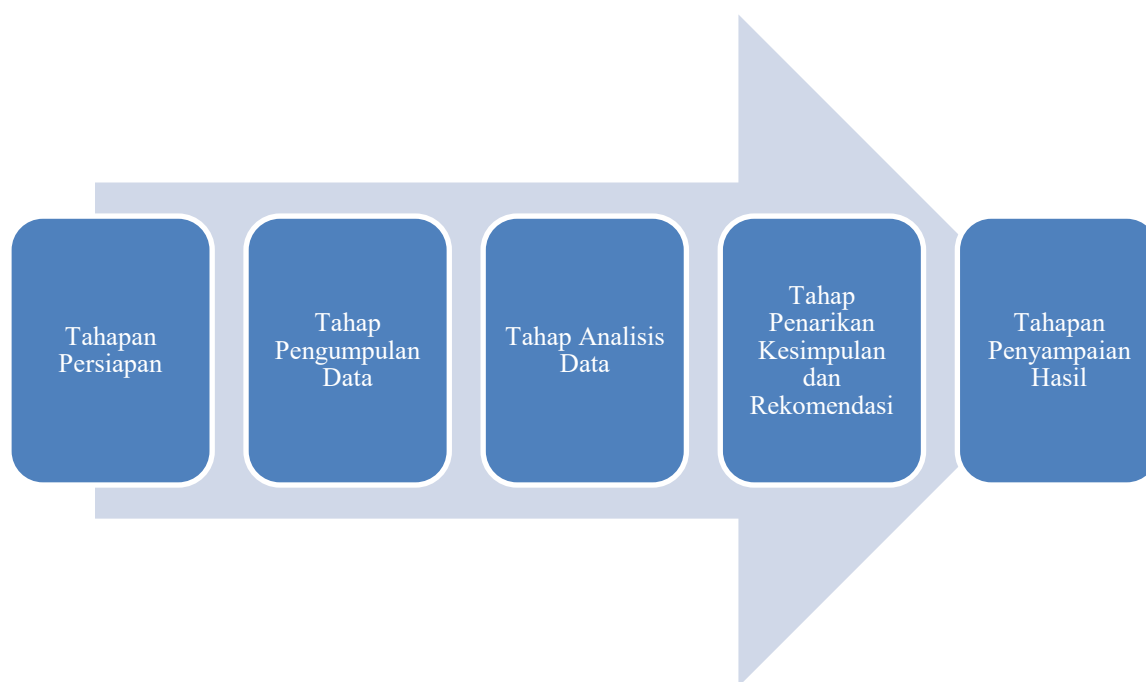
Melalui penerapan SEO yang tepat, sebuah website dapat muncul di halaman pertama hasil pencarian, sehingga meningkatkan jumlah pengunjung. Dampaknya tidak hanya memperluas jangkauan informasi, tetapi juga mampu mendukung efektivitas promosi dan berpotensi meningkatkan penjualan [13]. Keberadaan website yang dikelola secara optimal merupakan kebutuhan strategis dalam era digital [14]. Website tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dan representasi digital organisasi [15]. Namun, berdasarkan observasi awal, masih banyak website yang menghadapi tantangan dalam penerapan strategi pengelolaan konten berbasis SEO. Beberapa kendala yang sering muncul antara lain struktur konten yang belum terorganisir dengan baik, penggunaan kata kunci yang

kurang relevan dengan topik pencarian, serta keterbatasan penerapan teknik *on-page* dan *off-page SEO*. Kondisi ini berdampak pada rendahnya posisi website dalam hasil pencarian mesin pencari, sehingga menurunkan tingkat kunjungan dan eksposur informasi bagi masyarakat akademik maupun industri. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan implementasi strategi pengelolaan konten yang sistematis, terukur, dan berbasis SEO. Langkah-langkah tersebut mencakup pemilihan dan penempatan kata kunci yang tepat, optimalisasi meta deskripsi, penerapan *link building*, serta pemanfaatan konten multimedia yang menarik dan informatif. Konsistensi dalam pembaruan konten juga berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pengunjung website.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan strategi pengelolaan konten berbasis SEO pada website serta menganalisis kontribusinya terhadap peningkatan visibilitas dan performa website di mesin pencari. Melalui pendekatan ini, diharapkan website dapat memperkuat kehadiran digitalnya, menjangkau audiens yang lebih luas, serta meningkatkan interaksi dengan pemangku kepentingan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola website dalam mengembangkan model pengelolaan konten yang efektif, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan berkelanjutan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang difokuskan pada analisis implementasi pengelolaan konten berbasis Search Engine Optimization (SEO) pada sebuah website. Tujuan utama pendekatan ini adalah memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi pengelolaan konten, efektivitas teknik SEO yang diterapkan, serta faktor-faktor yang memengaruhi performa website di mesin pencari.



Gambar 1. Tahapan Metode Penelitian

2.1 Tahap Persiapan

Tahap awal penelitian difokuskan pada perumusan dasar konseptual dan operasional penelitian, meliputi:

- Identifikasi masalah**, yaitu menentukan isu utama terkait rendahnya visibilitas website di mesin pencari serta faktor penyebabnya.
- Studi literatur**, mencakup telaah teori dan konsep mengenai SEO, strategi pengelolaan konten digital, serta praktik terbaik dalam optimasi website organisasi dan akademik.
- Perumusan tujuan dan pertanyaan penelitian**, yang diarahkan untuk menganalisis implementasi strategi konten berbasis SEO dan kontribusinya terhadap peningkatan kinerja website.

- d. **Penentuan metode dan instrumen penelitian**, meliputi pemilihan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data melalui **observasi, wawancara, dan analisis dokumentasi**, serta penggunaan alat analisis SEO seperti **Google Analytics dan Google Search Console**.

2.2 Tahap Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik berikut:

- a. **Observasi langsung terhadap website**, guna mengidentifikasi kondisi awal dari aspek **SEO on-page dan off-page**, meliputi struktur konten, penggunaan kata kunci, meta deskripsi, kecepatan akses, serta elemen teknis lainnya.
- b. **Wawancara mendalam** dengan pengelola konten website untuk menggali strategi SEO yang diterapkan, kendala yang dihadapi, serta tingkat pemahaman terhadap konsep SEO.
- c. **Analisis dokumentasi**, yang mencakup pengumpulan data dari laporan performa website, struktur konten, dan hasil pemantauan melalui alat analisis SEO.

2.3 Tahap Analisis Data

Analisis dilakukan secara **deskriptif kualitatif** dengan beberapa tahapan berikut:

- a. **Reduksi data**, yaitu menyeleksi dan mengelompokkan data berdasarkan kategori aspek SEO yang relevan, serta mengabaikan informasi yang tidak mendukung fokus penelitian.
- b. **Penyajian data**, dilakukan dalam bentuk narasi, tabel, dan grafik untuk memudahkan proses interpretasi.
- c. **Triangulasi data**, untuk memastikan validitas hasil melalui perbandingan antara hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.
- d. **Interpretasi hasil**, dengan membandingkan temuan lapangan terhadap teori dan praktik terbaik (best practices) SEO.

2.4 Tahap Penarikan Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan terkait efektivitas implementasi strategi pengelolaan konten berbasis SEO, serta identifikasi kekuatan dan kelemahan teknik yang digunakan. Berdasarkan hasil tersebut, disusun **rekomendasi strategis** untuk meningkatkan efektivitas SEO dan performa website secara berkelanjutan.

2.5 Tahap Penyampaian Hasil

Hasil penelitian kemudian disusun dalam bentuk **laporan akademik atau artikel ilmiah** yang memuat temuan utama, analisis, dan rekomendasi strategis. Publikasi ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi praktisi dan akademisi dalam mengembangkan **strategi pengelolaan konten dan optimasi website berbasis SEO**.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari tampilan dashboard yang ada, pengelola website dapat melakukan beberapa langkah strategis untuk meningkatkan performa dan visibilitas situs di mesin pencari. Berikut rekomendasi optimasi yang dapat diterapkan:

3.1. Optimasi Penggunaan Kata Kunci

Pastikan setiap halaman menggunakan kata kunci yang relevan dan sering dicari oleh pengguna, khususnya yang berhubungan dengan fokus website. Gunakan kata kunci secara alami dalam judul, paragraf, dan metadata untuk meningkatkan peluang tampil di hasil pencarian Google.

3.2. Pengoptimalan Judul Halaman (Title Tag)

Buat judul halaman yang singkat, jelas, dan mengandung kata kunci utama.

Contoh:

Sejarah: Peran Penting dalam Pengembangan Pendidikan Tinggi IT di Sumatera Utara

Judul seperti ini membantu mesin pencari mengenali topik utama halaman sekaligus menarik perhatian pengguna di hasil pencarian.

3.3. Meta Deskripsi

Gunakan meta deskripsi yang informatif dan mengandung kata kunci penting.

Contoh meta deskripsi:

Website ini berperan besar dalam pengembangan pendidikan tinggi di bidang Teknologi Informasi di Sumatera Utara. Sejak 2025, website ini berkomitmen meningkatkan kualitas pendidikan melalui informasi akademik terupdate.

Deskripsi ini memiliki panjang ideal (150–160 karakter) dan memberikan ringkasan yang menarik bagi calon pengunjung.

3.4. Struktur Heading yang Terorganisir

Gunakan heading (H1, H2, H3) secara berurutan dan terstruktur untuk memudahkan pembaca serta mesin pencari memahami hierarki konten.

Contoh:

- a. **H1:** Sejarah dan Kontribusinya
- b. **H2:** Perjalanan
- c. **H3:** Kerjasama

3.5. Pengayaan Konten

Perluas isi halaman dengan menambahkan informasi yang mendalam dan relevan, seperti:

- a. Pencapaian utama sepanjang tahun.
- b. Program unggulan yang telah dilaksanakan.
- c. Dampak positif
- d. Testimoni dari anggota atau institusi mitra.

Konten yang kaya dan informatif akan meningkatkan nilai SEO serta memperkuat citra profesional organisasi.

3.6. Penggunaan Gambar dengan Alt Text yang Relevan

Jika halaman memuat foto kegiatan atau dokumentasi, tambahkan *alt text* yang menggambarkan isi gambar sekaligus memuat kata kunci.

Contoh:

Alt Text: Kegiatan Sumut dalam pengembangan pendidikan IT di Sumatera Utara.

Alt text membantu mesin pencari memahami konteks visual dan meningkatkan optimasi SEO secara keseluruhan.

3.7. Internal Linking

Hubungkan halaman ini dengan bagian lain di situs, seperti halaman **Keanggotaan**, **Struktur Organisasi**, atau **Agenda Kegiatan**.

Internal linking membantu pengguna menavigasi dengan mudah sekaligus memperkuat struktur SEO internal situs.

3.8. Optimasi untuk Mobile

Pastikan tampilan website responsif di berbagai perangkat, terutama ponsel. Google kini mengutamakan pengindeksan versi mobile (*mobile-first indexing*), sehingga responsivitas sangat berpengaruh terhadap peringkat SEO. Responsivitas mobile tidak hanya memastikan website tampil rapi di berbagai ukuran layar, tetapi juga meningkatkan pengalaman pengguna dengan navigasi yang lebih cepat dan stabil. Desain yang adaptif, ukuran gambar yang terkompresi, struktur halaman yang ringan, serta penghindaran elemen yang menghambat interaksi di perangkat kecil menjadi faktor penting

untuk menjaga performa. Ketika halaman mobile memuat dengan cepat dan tampil konsisten, tingkat bounce menurun dan peluang peringkat naik di mesin pencari meningkat.

3.9. Kecepatan Halaman

Percepat waktu muat halaman dengan mengompres gambar, meminimalkan skrip yang tidak perlu, dan menggunakan caching. Kecepatan situs yang optimal meningkatkan pengalaman pengguna dan peluang peringkat lebih tinggi di hasil pencarian.

3.10. Backlink (SEO Off-Page)

Bangun *backlink* dari situs tepercaya yang relevan, seperti lembaga pendidikan, asosiasi profesi, atau media teknologi. Backlink berkualitas tinggi akan meningkatkan otoritas domain dan kredibilitas situs di mata mesin pencari. Dengan menerapkan rekomendasi di atas secara konsisten, website akan memiliki kinerja SEO yang lebih baik, mudah ditemukan oleh pengguna, serta memberikan pengalaman yang informatif dan profesional bagi pengunjung.

4. KESIMPULAN

Website memegang peran yang sangat penting dalam menyampaikan informasi secara efektif kepada publik. Oleh karena itu, pengelola website dituntut untuk selalu berkomitmen meningkatkan kualitas dan performa situsnya. Setiap halaman pada website harus dirancang dengan cermat dan memuat informasi yang relevan serta bermanfaat bagi pengunjung, terutama bagi mereka yang ingin memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai topik tertentu. Konten yang disajikan harus jelas, akurat, dan terstruktur agar pengunjung dapat dengan mudah menemukan informasi yang mereka cari, sekaligus meningkatkan pengalaman pengguna (*user experience*). Selain kualitas konten, optimasi mesin pencari atau SEO (*Search Engine Optimization*) menjadi faktor krusial untuk memaksimalkan visibilitas website di hasil pencarian. Optimasi SEO tidak hanya mencakup penulisan konten yang kaya kata kunci relevan, tetapi juga aspek teknis seperti kecepatan halaman, struktur URL, meta tag, dan penggunaan heading yang tepat. Dengan penerapan SEO yang baik, website memiliki peluang lebih besar untuk muncul di peringkat atas mesin pencari, meningkatkan jumlah pengunjung, dan memperkuat kredibilitas online. Secara keseluruhan, kombinasi antara konten berkualitas dan optimasi teknis yang tepat akan menjadikan website lebih informatif, menarik, serta mudah diakses. Dengan upaya yang konsisten, pengelola dapat memastikan website tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai alat efektif dalam membangun reputasi dan meningkatkan engagement dengan pengunjung.

REFERENCES

- [1] Fendy Bayu Firmansyah, Imam Thoib, Benda Puspita Candra, Nafis Sururi, Danang Satya Nugraha, and F. B. F. Fendy, "Analisis Data Historis Penerimaan Mahasiswa Baru Untuk Pengembangan Strategi Pemasaran Institut Teknologi Mojokerto," *J. Komput. Teknol. Inf. Sist. Inf.*, vol. 4, no. 2, pp. 1219–1226, 2025, doi: 10.62712/juktisi.v4i2.615.
- [2] A. Sri Purwati, Bambang, and S. Khotimah, "Pelatihan E-Marketing Kelompok Eks Pekerja Migran Mekar Harum Lestari Di Desa Bogangin Kecamatan Sumpiuh," *J. Has. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 3, pp. 106–113, 2023, doi: 10.62712/juribmas.v1i3.73.
- [3] D. Martiyanti, M. F. Alghifari, and S. Aisyah, "Pelatihan Pembuatan Search Engine Optimization (SEO) sebagai Upaya Mengoptimalkan Pemasaran Digital UMKM," *J. Pengabd. UNDIKMA*, vol. 5, no. 2, p. 181, 2024, doi: 10.33394/jpu.v5i2.10938.
- [4] S. Supiyandi and M. Hasanuddin, "Optimization of Computer Network Performance Using Heuristic Algorithms," *J. Comput. Sci. Artif. Intell. Commun.*, vol. 1, no. 1, pp. 12–17, 2025, doi: 10.64803/jocsai.v1i1.3.
- [5] F. B. Dewanto, M. H. P. Febrian, M. R. Amir, and I. F. A. Prawira, "Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan," *J. Maneksi*, vol. 12, no. 4, pp. 709–715, 2023, doi: 10.31959/jm.v12i4.1900.
- [6] M. Firdaus, H. Siregar, A. Wahyudin, Y. A. Hambali, and Rasim, "Perancangan Website Servis Laptop dan Komputer Sebagai Wujud Penerapan Technopreneurship Mahasiswa," *J. Komput. Teknol. Inf. Sist. Inf.*, vol. 4, no. 2, pp. 556–565, 2025, doi: 10.62712/juktisi.v4i2.453.
- [7] A. Setiawan, S. Sepriano, and S. Yulistian, "Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi di Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi'in Kabupaten Tebo," *J. Komput. Teknol. Inf. Sist. Inf.*, vol. 4, no. 2, pp. 942–954, 2025, doi: 10.62712/juktisi.v4i2.450.
- [8] S. MAULIDIN and M. SUHARDI, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Website Sebagai Media Informasi Di Smkn Unggul Terpadu Anak Tuha," *Vocat. J. Inov. Pendidik. Kejuru.*, vol. 4, no. 3, pp. 109–123, 2024, doi: 10.33394/jpu.v5i2.10938.

10.51878/vocational.v4i3.4226.

- [9] M. L. R. A. Pradana, Y. Prihati, and S. A. Prakoso, "Implementasi Teknik SEO On-Page dan Off-Page dalam Meningkatkan Peringkat Website Klien PT. Deus Code (Studi Kasus greenmile.co.id)," *Progresif J. Ilm. Komput.*, vol. 20, no. 2, p. 1002, 2024, doi: 10.35889/progresif.v20i2.2251.
- [10] A. Noviantoro, A. B. Silviana, R. R. Fitriani, and H. P. Permatasari, "Rancangan Dan Implementasi Aplikasi Sewa Lapangan Badminton Wilayah Depok Berbasis Web," *J. Tek. dan Sci.*, vol. 1, no. 2, pp. 88–103, 2022, doi: 10.56127/jts.v1i2.108.
- [11] F. Aulia, S. Sundari, and F. Damayanti, "Penerapan Game Pembelajaran Pengenalan Alat-Alat Jaringan Komputer Menggunakan Algoritma Depth First Search (DFS)," *J. Komput. Teknol. Inf. Sist. Inf.*, vol. 4, no. 2, pp. 1336–1342, 2025, doi: 10.62712/juktisi.v4i2.636.
- [12] G. A. Izzati Masyerli, F. Annas, and A. Mahendra, "Transformasi Digital UMKM: Opencart Sebagai Strategi Promosi Kreatif Produk Home Industry di Kabupaten Sijunjung," *JOVISHE J. Vision. Sharia Econ.*, vol. 2, no. 1, pp. 85–98, 2023, doi: 10.57255/jovishe.v2i1.424.
- [13] G. H. J. A. Wattimena, A. E. Aruman, and D. Muris, "Sinergi SEO dan Hubungan Masyarakat di Era Digital: Studi Kualitatif Pada Praktik Industri E-Commerce," *J. JTIK (Jurnal Teknol. Inf. dan Komunikasi)*, vol. 8, no. 4, pp. 1216–1231, 2024, doi: 10.35870/jtik.v8i4.3062.
- [14] C. C. Astuti, R. Yusrinda, A. Al Qur'ani, and R. S. Untari, "Pengembangan Website Sebagai Peningkatan Penyebaran Informasi di Era Digital di Raudhatul Athfal (RA) Cahaya Insani Sidoarjo," *JRCE (Journal Res. Community Engag.)*, vol. 6, no. 2, pp. 93–101, 2025, doi: 10.18860/jrce.v6i2.29901.
- [15] N. Afrina Prastiwi, S. Kholil, and S. Titin Sumanti, "Pengelolaan Website Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Asahan Sebagai Akses Informasi Publik," *SIBATIK J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 1, no. 11, pp. 2605–2614, 2022, doi: 10.54443/sibatik.v1i11.399.