

ANALISIS PENERAPAN METODE SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) ON PAGE DALAM OPTIMALISASI KONTEN WEBSITE BLOG (STUDI KASUS: RUMAHGINJAL.ID)

M. Najib Wafirur Rizqi ^[1], Badrus Zaman ^{*[2]}, Rimuljo Hendradi ^[3]

^{1,2,3}) Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Airlangga
Surabaya, Indonesia

e-mail corresponding author: ^{*2}) badruszaman@fst.unair.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat membuat website atau platform penyedia blog semakin banyak ditemukan, terutama website rumahginjal.id. Website Rumah Ginjal memberikan informasi berupa buku, artikel ilmiah, tulisan singkat seputar ginjal, yang dapat diakses secara online melalui website blog rumahginjal.id. Strategi pengoptimalan situs web saat ini sedang gencar dilakukan oleh pengelola website untuk memperoleh peringkat setinggi-tingginya dalam mesin pencari, salah satunya Search Engine Optimization (SEO). Website rumahginjal.id dipilih sebagai studi kasus penelitian karena tingkat trafik kunjungan web tersebut sedang mengalami penurunan per tahun 2020-2021, sehingga perlu dilakukan metode optimasi website yaitu SEO. SEO On Page mampu mengoptimalisasikan konten website secara baik dengan menggunakan teori SEO Friendly Content. Dalam mengoptimalisasikan konten, tools Google Trends dan Google Keyword Planner digunakan untuk riset kata kunci, kemudian dalam melakukan pengukuran trafik menggunakan tools Google Analytics dan Google Search Console. Hasil penerapan SEO On Page pada website blog rumahginjal.id dinilai mampu meningkatkan trafik situs secara organik dalam kurun waktu 4 bulan. Hasil pengukuran sebelum optimasi pada Agustus-September 2022, dan setelah optimasi pada Oktober-November 2022, pageviews meningkat 635% dari 3.485 ke 25.623, unique pageviews meningkat 373% dari 305 ke 1.444, clicks meningkat 600% dari 14 ke 98, impression meningkat 317% dari 1.971 ke 8.220, dan organic search meningkat 104% dari 48 ke 98.

Kata Kunci: optimalisasi konten, rumahginjal.id, SEO friendly content, SEO on page, website blog

ABSTRACT

The rapid development of information technology means that more and more websites or blog provider platforms are being found, especially the rumahginjal.id website. The Rumah Kidney website provides information in the form of books, scientific articles, short writings about the kidneys, which can be accessed online via the rumahginjal.id blog website. Website optimization strategies are currently being intensively carried out by website managers to obtain the highest ranking in search engines, one of which is Search Engine Optimization (SEO). The rumahginjal.id website was chosen as a research case study because the level of website traffic is experiencing a decline in 2020-2021, so it is necessary to use a website optimization method, namely SEO. On Page SEO is able to optimize website content well by using SEO Friendly Content theory. In optimizing content, Google Trends and Google Keyword Planner tools are used for keyword research, then in measuring traffic using Google Analytics and Google Search Console tools. The results of implementing On Page SEO on the rumahginjal.id blog website are considered capable of increasing site traffic organically in 4 months. Measurement results before optimization in August-September 2022, and after optimization in October-November 2022 are pageviews increased 635% from 3.485 to 25.623, unique pageviews increased 373% from 305 to 1.444, clicks increased 600% from 14 to 98, impressions increased 317% from 1.971 to 8.220, and organic search increased 104% from 48 to 98.

Keywords: content optimization, rumahginjal.id, on page SEO, SEO friendly content, website blog.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat membuat website atau platform penyedia blog semakin banyak ditemukan, terutama website rumahginjal.id. Website Rumah Ginjal memberikan informasi berupa kontribusi kepada masyarakat melalui buku, artikel ilmiah, tulisan singkat seputar ginjal, seperti cuci darah (hemodialisis), gagal ginjal, dan lain-lain yang dapat diakses secara online. Strategi pengoptimalan situs web saat ini sedang gencar dilakukan oleh pengelola website untuk memperoleh peringkat setinggi-

tingginya dalam mesin pencari dan menghasilkan banyak pengunjung. Metode optimasi website diantaranya *Search Engine Optimization (SEO), Copywriting, Analytics, UX Design, Web Development, dan Conversion Rate Optimization (CRO)* [1]. Solusi untuk memudahkan suatu situs dapat dikenali oleh mesin pencari yaitu dengan menerapkan metode SEO pada website yang dikelola [2].

Website rumahginjal.id dipilih sebagai studi kasus penelitian karena tingkat trafik kunjungan web tersebut sedang mengalami penurunan per tahun 2020-2021, sehingga perlu dilakukan metode optimasi website yaitu SEO. SEO

melibatkan sekumpulan dari teknik tertentu dengan tujuan dapat meningkatkan peringkat di mesin pencari, teknik tersebut baik secara *on page* maupun *off page*. Metode *SEO On Page* diterapkan pada penelitian ini untuk memfokuskan pengoptimalan di dalam *website* rumahginjal.id yaitu pada halaman blog. *SEO On Page* mencakup pemilihan kata kunci yang baik, menyediakan konten yang bermanfaat, konten yang berpengetahuan dan bermutu, memasukkan kata kunci di tempat yang tepat, dan menetapkan judul halaman yang sesuai untuk setiap halaman di situs web [3]. *On Page SEO* adalah cara yang dilakukan pada halaman suatu situs web untuk menjadikannya mesin pencari yang lebih ramah dalam pemeringkatan untuk kata kunci yang ditargetkan [4].

Penerapan *SEO On Page* yang telah dilakukan dalam penelitian terdahulu terbukti mendapatkan hasil yang baik. Dalam waktu empat bulan, penelitian yang dilakukan oleh Lukito, dkk., mendapatkan pengunjung unik melalui webnya pondokcoklat.com mencapai 87-190 pengunjung per hari [5]. Hasil tersebut merupakan pengunjung murni dari implementasi *SEO* dengan teknik *on page* tanpa menggunakan *backlink*.

Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Sharma dan Verma, dengan menggunakan teknik *SEO On Page* mampu meningkatkan jumlah *users* selama 1 tahun. Jumlah *users* meningkat dari 33 ke 18996 setelah diterapkan teknik *SEO On page* [6]. Teknik *SEO On Page* yang dilakukan terdiri dari, optimasi judul, *body text*, *hyperlinks*, *meta tags*, *sitemaps*, dan optimasi gambar. Selain itu, peneliti ini menggunakan teknik *SEO* lain yaitu *Off Page*.

Optimalisasi konten yang baik harus menggunakan aturan *SEO Friendly Content* diantaranya, *keyword research*, konten teratur, judul menarik, *permalink* ramah *SEO*, paragraf pendek, optimasi gambar, dan panjang konten optimal. *SEO Friendly Content* mampu menghasilkan konten yang berkualitas tinggi dan meningkatkan peluang untuk dapat peringkat di *SERP* [7]. Adapun penelitian ini menggunakan berbagai tools yaitu, *google trends*¹, *google keywords planner*², *google analytics*³, dan *google search console*⁴. Untuk melakukan *keyword research* dapat menggunakan *google trends* dan *google keywords planner*, sedangkan untuk melakukan pengukuran trafik menggunakan *google analytics* dan *google search console*.

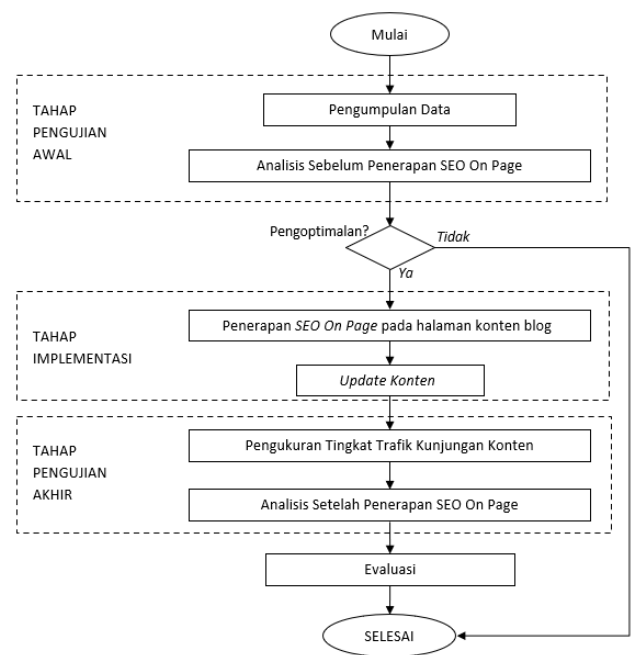
Penerapan metode *SEO On Page* pada *website* rumahginjal.id adalah mengoptimalkan konten blog di dalam *website* tersebut kemudian dianalisis untuk mengukur seberapa peningkatan trafik kunjungannya. Selanjutnya dilakukan evaluasi untuk menguji keberhasilan penelitian *SEO On Page* pada *website blog* rumahginjal.id. Evaluasi menunjukkan *visibility* dan *usability* sistem setelah diterapkan *SEO On Page*. Evaluasi *visibility* sistem memperhatikan indikator peningkatan trafik dan performa *SEO* pada *website* rumahginjal.id secara keseluruhan, sedangkan evaluasi *usability* sistem menggunakan metode kuesioner yang disusun mengacu pada *User Acceptance Test (UAT)* dan menggunakan skala *Likert* dengan 5 aspek *usability* [8].

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan konten *website blog* rumahginjal.id menggunakan metode *SEO On*

Page serta menganalisis peningkatan trafiknya setelah dilakukan upaya penerapan *SEO On Page*. Peningkatan trafik pada *website* ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas klinik rumah ginjal melalui *website* yang mampu bersaing dengan situs kesehatan ginjal lainnya dalam membagikan konten edukasi. Semakin banyak pengunjung yang datang melalui situs rumahginjal.id maka akan menambah *revenue* perusahaan karena memungkinkan pengunjung untuk melakukan transaksi di klinik Rumah Ginjal Surabaya. Hasil akhir dari penelitian ini adalah konten blog rumahginjal.id yang *SEO Friendly* dan peningkatan trafik pada situs rumahginjal.id setelah diterapkannya *SEO On Page*.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *SEO On Page* dalam optimalisasi konten dengan pendekatan *SEO Friendly Content*. Kerangka penelitian ini terdiri dari 7 tahap seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

A. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui metode observasi dengan mengamati perolehan trafik *website* rumahginjal.id melalui tools *Google Analytics* maupun *Google Search Console*. Halaman yang akan dilakukan optimasi *SEO On Page* adalah halaman yang memiliki *Pageviews* dan *Clicks* terendah pada blog rumahginjal.id. Penentuan konten bertujuan untuk menyaring konten terbaru maupun lama yang memperoleh trafik paling rendah atau berada di posisi 30 terbawah. Konten paling rendah dipilih untuk melihat signifikansi optimasi *SEO* pada konten-konten tersebut. Konten yang akan dioptimasi sebanyak 30 konten dari 120 konten blog rumahginjal.id. Jumlah konten yang diupdate selama sebulan sekitar 25% dari keseluruhan konten pada web [9].

¹ Google Trends adalah tools dari Google (trends.google.com) yang digunakan untuk melakukan pencarian topik ataupun melakukan riset kata kunci (keyword) yang sedang populer

² Google Keyword Planner adalah tool dari Google Ads (ads.google.com) yang digunakan untuk riset keyword, baik untuk keperluan *campaign* pencarian berbayar (PPC), maupun organik (SEO).

³ Google Analytics adalah platform dari Google (analytics.google.com) untuk mengumpulkan data dari situs dan aplikasi berupa laporan yang dapat memberikan insight tentang bisnis Anda.

⁴ Google Search Console adalah layanan dari Google (search.google.com) untuk membantu memantau, mempertahankan, dan memecahkan masalah terkait keberadaan situs pada hasil penelusuran Google.

B. Analisis Sebelum Penerapan SEO On Page

Analisis ini untuk mengetahui beberapa kelemahan pada 30 konten yang akan dilakukan optimasi. Selain itu mencari penyebab konten tersebut kurang eksis dan kurang menarik banyak pengunjung, sehingga perlu dilakukan metode optimasi SEO On Page.

C. Penerapan SEO On Page pada Halaman Konten Blog

Penerapan SEO On Page bertujuan untuk mengoptimalkan konten website blog rumahginjal.id. Metode SEO On Page dilakukan dengan menerapkan konsep SEO Friendly Content. Optimalisasi konten dimulai dari riset kata kunci utama, penyusunan struktur konten, penulisan judul, penulisan permalink, penulisan paragraf, optimasi gambar dan tag alt, dan penulisan isi konten yang optimal. Sebuah website yang memiliki lebih banyak link, baik internal link dan juga external link akan mendapatkan peringkat yang lebih baik dalam halaman hasil pencarian dari sebuah mesin pencari [10].

D. Update Konten

Konten yang sudah dilakukan optimasi SEO On Page diunggah kembali melalui website blog rumahginjal.id. Tujuan dari update konten yaitu untuk mengupload kembali konten yang sebelumnya belum dioptimasi menjadi konten baru yang ber-SEO. Update konten secara rutin dan berkala terhadap isi halaman website sangat berguna untuk menarik pengunjung baru dan juga mempertahankan pengunjung lama agar secara rutin mengakses halaman website setiap harinya [11].

E. Pengukuran Tingkat Trafik Kunjungan Konten

Pengukuran tingkat trafik website blog rumahginjal.id bertujuan untuk mengukur data kunjungan web terhadap konten yang telah diterapkan SEO. Pemantauan data pengunjung situs web rumahginjal.id dilakukan pada tools Google Analytics dan Google Search Console. Pada Google Analytics, pengukuran dilihat dari peningkatan pageviews, unique pageviews, dan organic search. Data tersebut dilihat melalui menu behavior sub menu site content. Selain itu pengukuran organic search dapat diakses pada menu acquisition sub menu all traffic. Sedangkan tools Google Search Console, pengukuran dilihat dari jumlah klik (clicks) dan impressions tiap halaman konten yang dipantau melalui menu Search Result sub menu Page.

F. Analisis Setelah Penerapan SEO On Page

Analisis ini berdasarkan pengukuran yang diperoleh dari tools google analytics dan google search console yang dapat menyediakan laporan mengenai data kunjungan dan faktor apa saja yang mempengaruhi peringkat pada tiap konten. Ukuran dari sebuah keberhasilan dari penggunaan teknik SEO yang dilakukan terhadap sebuah website tidak lepas dari 2 faktor utama yaitu terdapat peningkatan total trafik website (jumlah kunjungan) dan juga terdapat kenaikan peringkat indeks halaman website [9]. Analisis dilakukan untuk membandingkan persentase trafik situs sebelum dan setelah

penerapan SEO On Page. Rumus 1 digunakan untuk menentukan persentase peningkatan trafik.

$$Pr = \frac{(After - Before)}{Before} * 100 \quad (1)$$

G. Evaluasi

Evaluasi bertujuan untuk menguji keberhasilan penelitian SEO On Page pada website blog rumahginjal.id. Evaluasi dibagi 2 yaitu evaluasi visibility sistem dan usability sistem. Evaluasi visibility dilakukan dengan mengevaluasi hasil visibilitas dan performa website rumahginjal.id setelah dilakukan penelitian. Sedangkan evaluasi usability menggunakan kuesioner yang disusun mengacu pada User Acceptance Test (UAT) dan menggunakan skala Likert dan 5 aspek pertanyaan usability. Rumus 2 dan 3 digunakan untuk perhitungan skor usability.

$$Q_n = \sum_{i=1}^5 F(i) * Scale(i) \quad (2)$$

$$P = \frac{\left(\frac{Total Q_n}{N}\right)}{5} * 100 \quad (3)$$

Dengan diperolehnya persentase skor, maka hasilnya dapat disesuaikan dengan inrepretasi skor usability yang terdapat pada Tabel 1 [8].

TABEL 1. Interpretasi skor usability

Skor (%)	Interpretasi
0 - 19,99	Sangat Tidak Setuju
20 - 39,99	Tidak Setuju
40 - 59,99	Cukup
60 - 79,99	Setuju
80 - 100	Sangat Setuju

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengumpulan Data

Data pageviews dan clicks diperoleh melalui metode observasi di tools Google Analytics maupun Google Search Console. Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 1 September 2022. Tabel 2 adalah perolehan jumlah tayangan (pageviews) dan jumlah klik (clicks) dari 30 konten blog rumahginjal.id sejak awal dipublikasikan (Created) sampai dengan tanggal 31 Agustus 2022. Perolehan data ini sebelum dilakukan optimasi SEO on page.

B. Analisis Sebelum Penerapan SEO On Page

Analisis ini untuk mengetahui beberapa kelemahan pada 30 konten yang akan dilakukan optimasi. Selain itu mencari penyebab konten tersebut kurang eksis dan kurang menarik banyak pengunjung, sehingga perlu dilakukan optimasi SEO On Page.

C. Penerapan SEO On Page pada Halaman Konten Blog

Penerapan SEO On Page pada 30 halaman konten dilakukan dengan pendekatan SEO Friendly Content [7] yaitu riset kata kunci, susunan konten teratur, judul menarik, url ramah SEO, paragraf pendek, optimalkan gambar, panjang konten optimal. Tools yang dimanfaatkan pada penerapan metode SEO adalah Google Trends dan Google Keyword

Planner. Waktu yang diperlukan dalam penerapan *SEO On Page* adalah selama 1 bulan. Hasil yang diperoleh berupa 30 konten yang telah diperbarui sesuai kaidah SEO seperti ditunjukkan pada Tabel 3.

TABEL 2
KONTEN DENGAN PAGEVIEWS DAN CLICKS TERENDAH PERIODE 31 AGUSTUS 2022

#	Judul Konten (sebelum optimasi)	Dibuat	PV	C
1	Penyebab Hipertensi pada Orang Tua	22/02/2021	54	0
2	Menyaring Air dan Menyaring Racun	08/09/2018	103	1
3	Mengenal Kembali Peran Baik dan Dampaknya Dari Vitamin C	02/08/2021	120	0
4	Bagaimana Garam Dapat Menjadi Penyebab Hipertensi?	26/12/2020	132	1
5	Organ Organ yang Menjadi Sasaran Hipertensi	30/12/2018	133	1
6	Kolesterol dan Hipertensi	09/02/2021	135	0
7	Faktor Apa Yang Menyebabkan Hipertensi?	22/12/2018	152	0
8	Mengendalikan Garam Lewat Asupan Kalium	31/12/2020	169	1
9	Mengenal Lebih Dekat dengan Organ Ginjal	07/09/2018	172	0
10	Pola Hidup Sehat untuk Menghindari Hipertensi-Diabetes	08/09/2018	185	0
11	Kenali Darah Tinggi, Biang Keladi Meningkatnya Ancaman Kematian	16/06/2019	189	1
12	Akrabilah Info Ginjal Ini	09/03/2020	209	0
13	Ginjal Ajaib: Merawat Jauh Lebih Baik dari Memperbaiki Ketika Terganggu	04/04/2021	225	1
14	Sekilas, Sebaiknya Tahu Bagaimana Ginjal Kita Yang Ajaib Ini Bekerja	29/03/2021	231	0
15	Apakah Ada Hubungan Antara Hipertensi dan Penyakit Ginjal?	22/12/2020	238	0
16	Bagaimana Mengukur Tekanan Darah (Hipertensi)?	26/01/2019	298	1
17	Kenali Hipertensi Pada Orang Tua	17/02/2021	326	0
18	Hipertensi Pada Orang Diabetes	16/01/2021	327	0
19	Efek Samping Mengonsumsi Suplemen Vitamin C Berlebihan	05/08/2021	342	2
20	Kroscek Dini Terhadap Ancaman Penyakit Ginjal Kronis	20/09/2018	347	2
21	Suasana Hati Buruk? Makan Sehat Aja!	16/11/2021	364	0
22	Enam Fungsi Ginjal	25/08/2018	377	5
23	Menjaga Air dan Mineral Pada Penyakit Ginjal Kronis	17/09/2021	382	0
24	Puasa dan Pencegahan Gagal Ginjal Kronik	29/04/2020	421	0
25	Saya Nyeri Sendi, Apakah Asam Urat Saya Tinggi?	11/09/2019	422	1
26	Langkah Mudah Menangkal Serangan Penyakit Ginjal Kronis	04/10/2021	441	0
27	Jangan Sembarangan Mengonsumsi Vitamin D	12/10/2021	525	0
28	Manfaat Puasa Non-Ramadhan Bagi Tubuh	27/05/2020	580	17
29	Magnesium dan Gagal Ginjal Akut	14/12/2021	585	1
30	Menunda Minum Bisa Fatal	22/06/2021	617	0

Keterangan: PV: *pageview*; C: *click*

1) Riset Kata Kunci

Riset kata kunci menggunakan bantuan tools *google trends* untuk mencari kata kunci yang penyebutannya sedang tren, dan tools *google keyword planner* untuk menemukan kata kunci terkait atau baru. *Google trends* memberikan nilai kepopuleran *keyword* dari angka 1-100. Kata kunci yang menunjukkan rating tinggi yang telah dianalisa menggunakan *Google Trends* sebaiknya digunakan sebagai kata kunci utama/ target pada saat melakukan promosi menggunakan

internet, bisa diletakkan pada url, title web, title artikel, ataupun deskripsi [12]. Kemudian *Google Keyword Planner* memberikan nilai “*Avg. Monthly Searches*” dan “*Competition*” untuk masing-masing *keyword*. Situs yang memiliki *Authority Score* tinggi dapat memaksimalkan penggunaan *keyword* dengan persaingan tinggi dan populer, tetapi jika memiliki *Authority Score* rendah disarankan memakai *keyword* dengan persaingan rendah dan populer [13]. Adapun *Authority Score* pada situs rumahginjal.id adalah 19 (Sumber: *Semrush*).

Tampilan deskripsi kata kunci pada halaman blog rumahginjal.id dibagi menjadi 2 kolom, yaitu *tags* dan *keyword*. *Tags* adalah kata kunci pada situs rumahginjal.id yang dapat menghubungkan konten satu dengan lainnya yang memakai kata kunci sama. Sedangkan *keywords* adalah keseluruhan kata kunci yang digunakan pada suatu konten. Adapun kata kunci target adalah kata kunci yang sering disebut pada konten dan harus termuat dalam judul, url, deskripsi meta, headings, dan nama gambar atau alt tag dari suatu konten. Target *keywords* masing-masing dokumen dapat dilihat pada Tabel 3.

2) Susunan Konten Teratur

Penyusunan konten memperhatikan struktur yang solid, yaitu mencakup pendahuluan, isi, dan kesimpulan. Berikut ini penjelasan bagian struktur konten yang diilustrasikan dari dokumen 28 “Manfaat Mengejutkan Puasa di Luar Ramadhan untuk Kesehatan”:

a) Pendahuluan

Pendahuluan terdiri dari ide pokok paragraf, *keywords*, *list content* atau poin-poin konten yang akan dibahas, dan diakhiri dengan kalimat ajakan untuk menarik pembaca agar antusias membaca konten sampai akhir. Pada pendahuluan konten Dokumen 28 menyajikan bagian pendahuluan dengan paragraf pertama memberikan ide pokok tentang “Puasa yang telah berlangsung terbukti menyehatkan”, paragraf kedua yaitu “Puasa mengalami defisit kalori”, paragraf ketiga yaitu “Puasa sunnah dan tidur termasuk dalam puasa”, sedangkan paragraf terakhir berisi poin-poin konten yang akan dibahas dan diakhiri dengan ajakan untuk terus membaca artikel. Kata kunci utama pada konten tersebut telah termuat dalam pendahuluan yaitu kata “Puasa” dan “Kesehatan”.

b) Isi

Bagian isi memuat semua informasi yang dibagikan kepada pembaca. Isi konten mengandung *keyword*, *sub-heading* (sub-judul), paragraf, gambar, serta internal link maupun external link. Pada dokumen 28 bagian isi telah termuat *keyword*, *sub-heading*, paragraf, *internal/external link*, dan gambar. Kalimat bercetak bold “Apa Itu Puasa Menurut Medis?” disebut *sub-heading* atau lebih tepatnya terletak pada H2, yang menandakan garis utama terpenting di dalam suatu konten situs web [14]. Gambar yang dimasukkan dalam

TABEL 3
DAFTAR 30 DOKUMEN YANG SUDAH DIUPDATE DAN DIOPTIMASI

#	Judul (Setelah Optimasi)	URL	Target Keywords	Panjang kata
1	Kenali Hipertensi pada Lansia dan Pencegahannya	https://rumahginjal.id/kenali-hipertensi-pada-lansia-dan-pencegahannya	hipertensi, lansia	840
2	Kenali Fungsi Ginjal dalam Menyaring Air dan Racun	https://rumahginjal.id/kenali-fungsi-ginjal-dalam-menyaring-air-dan-racun	fungsi ginjal, air, racun	574
3	Kelebihan Vitamin C, Awas Terkena Batu Ginjal!	https://rumahginjal.id/kelebihan-vitamin-c-awas-terkena-batu-ginjal	vitamin c, batu ginjal	796
4	Garam Menjadi Makanan Penyebab Darah Tinggi, Yuk Simak Ulasannya!	https://rumahginjal.id/garam-menjadi-makanan-penyebab-darah-tinggi-yuk-simak-ulasannya	garam, darah tinggi	511
5	Organ-organ yang Menjadi Sasaran Hipertensi	https://rumahginjal.id/organ-organ-yang-menjadi-sasaran-hipertensi	organ, hipertensi	633
6	Kolesterol dan Darah Tinggi	https://rumahginjal.id/kolesterol-dan-darah-tinggi	kolesterol, darah tinggi	773
7	Ketahui Faktor Risiko Hipertensi yang Sering Diabaikan	https://rumahginjal.id/kenali-faktor-risiko-hipertensi-yang-sering-diabaikan	faktor risiko hipertensi	454
8	Peran Kalium dalam Mengendalikan Garam dari Hipertensi	https://rumahginjal.id/peran-kalium-dalam-mengendalikan-garam-dari-hipertensi	kalium, garam, hipertensi	514
9	6 Fungsi Ginjal Manusia dan Bagian Organ Ginjal	https://rumahginjal.id/6-fungsi-ginjal-manusia-dan-bagian-organ-ginjal	fungsi ginjal, organ ginjal	831
10	8 Tips Pola Hidup Sehat Cegah Hipertensi dan Diabetes	https://rumahginjal.id/8-tips-pola-hidup-sehat-cegah-hipertensi-dan-diabetes	pola hidup sehat, hipertensi, diabetes	869
11	Kenali Darah Tinggi, Biang Keladi Kematian	https://rumahginjal.id/kenali-darah-tinggi-biang-keladi-kematian	darah tinggi, kematian	612
12	5 Fakta Penyakit Ginjal yang Harus Dikenali Sejak Dini	https://rumahginjal.id/5-fakta-penyakit-ginjal-yang-harus-dikenali-sejak-dini	penyakit ginjal	451
13	5 Tips Jitu Menjaga Kesehatan Ginjal yang Mudah Dilakukan	https://rumahginjal.id/5-tips-jitu-menjaga-kesehatan-ginjal-yang-mudah-dilakukan	kesehatan ginjal	720
14	Mengenal Cara Kerja Ginjal dalam Hasilkan Urin	https://rumahginjal.id/mengenal-cara-kerja-ginjal-dalam-hasilkan-urin	cara kerja ginjal	847
15	Hubungan Erat Hipertensi dan Gagal Ginjal	https://rumahginjal.id/hubungan-erat-hipertensi-dan-gagal-ginjal	hipertensi, gagal ginjal	545
16	Mudah! Begini Cara Mengukur Tekanan Darah dengan Cepat	https://rumahginjal.id/mudah-begini-cara-mengukur-tekanan-darah-dengan-cepat	tekanan darah	630
17	Hipertensi Pada Lansia: ISH, Faktor Risiko, Penanganan	https://rumahginjal.id/hipertensi-pada-lansia-ish-faktor-risiko-penanganan	hipertensi, lansia	655
18	Apakah Diabetes dan Hipertensi Berhubungan? Begini Faktanya	https://rumahginjal.id/apakah-diabetes-dan-hipertensi-berhubungan-begini-faktanya	diabetes, hipertensi	627
19	Ini Efek Samping Konsumsi Vitamin C Berlebihan, Wajib Tahu!	https://rumahginjal.id/ini-efek-samping-konsumsi-vitamin-c-berlebihan-wajib-tahu	vitamin c, efek samping	560
20	Deteksi Dini Penyakit Ginjal Kronis	https://rumahginjal.id/deteksi-dini-penyakit-ginjal-kronis	penyakit ginjal kronis	525
21	<i>Bad Mood?</i> Coba Atasi dengan Makanan Sehat ini	https://rumahginjal.id/bad-mood-coba-atasi-dengan-makanan-sehat-ini	makanan sehat	667
22	Apa yang Terjadi Jika Fungsi Ginjal Terganggu?	https://rumahginjal.id/apa-yang-terjadi-jika-fungsi-ginjal-terganggu	fungsi ginjal terganggu	676
23	Kebutuhan Air dan Mineral pada Penderita Gagal Ginjal Kronis	https://rumahginjal.id/kebutuhan-air-dan-mineral-pada-penderita-gagal-ginjal-kronis	air, mineral, gagal ginjal kronis	635
24	Fakta Puasa bagi Penderita Gagal Ginjal Kronis	https://rumahginjal.id/fakta-puasa-bagi-penderita-gagal-ginjal-kronis	Puasa, Gagal Ginjal Kronis	790
25	Banyak yang Belum Tau, 6 Cara Hilangkan Nyeri Asam Urat	https://rumahginjal.id/banyak-yang-belum-tau-6-cara-hilangkan-nyeri-asam-urat	Asam Urat	696
26	Intip 6 Cara Mencegah Penyakit Ginjal Kronis, Nomor 6 Kurang Diperhatikan	https://rumahginjal.id/intip-6-cara-mencegah-penyakit-ginjal-kronis-nomor-6-kurang-diperhatikan	Penyakit Ginjal Kronis	701
27	Hati-Hati! Jangan Sembarangan Konsumsi Vitamin D	https://rumahginjal.id/hati-hati-jangan-sembarangan-konsumsi-vitamin-d	Vitamin D	953
28	Manfaat Mengejutkan Puasa di Luar Ramadhan untuk Kesehatan	https://rumahginjal.id/manfaat-mengejutkan-puasa-di-luar-ramadhan-untuk-kesehatan	Puasa, Kesehatan	797
29	Magnesium dan Gagal Ginjal Akut	https://rumahginjal.id/magnesium-dan-gagal-ginjal-akut	Magnesium, Gagal Ginjal Akut	696
30	7 Tips Minum Air untuk Menjaga Kesehatan Ginjal	https://rumahginjal.id/7-tips-minum-air-untuk-menjaga-kesehatan-ginjal	Air, Kesehatan Ginjal	825

isi konten bertujuan untuk menyampaikan poin yang dimaksud dan meningkatkan pengalaman pembaca. Selain itu penggunaan *meta tag* juga tidak luput perhatian dari bagian ini. *Meta Tag* adalah tulisan singkat yang ditampilkan dari hasil pencarian di mesin pencari [14]. Tiga aspek yang diperhatikan dalam *meta tag*, yaitu judul, deskripsi, dan *keyword*. Semua aspek ini haruslah mengandung keyword yang digunakan dalam konten. Seperti pada Dokumen 28 memiliki *meta tag* yaitu kata kunci “Puasa”, “Puasa di Luar Ramadhan”, dan “Manfaat Puasa”. *Google* akan melakukan

algoritmanya dalam menampilkan SERP atau disebut dengan crawling, yaitu proses yang dilakukan *Google* untuk dapat mencari dan memindai konten yang berada di situs web berupa artikel, gambar, dan sebagainya [15].

c) Penutup

Bagian ini memuat kalimat untuk mengakhiri konten, berisi kesimpulan, quotes, dan kalimat ajakan untuk terus membaca artikel selanjutnya. Pada dokumen 28, memuat *keyword* untuk menekankan kepada pembaca sebelum mengakhiri membaca artikel. Kata kunci “Puasa”, “Puasa di

Luar Ramadhan”, “Kesehatan”, “Puasa Sunnah” telah dimasukkan pada penutup konten.

3) *Judul Menarik*

Optimasi judul dilakukan dengan cara memasukkan kata kunci target pada judul, dengan jumlah karakter setidaknya 60, dan menambahkan kata pengubah emosional. Pada dokumen 28, judul yang digunakan sebanyak 58 karakter. Penambahan kata emosional ataupun ajakan pada judul seperti, “Mudah!”, “*Bad Mood?*”, “Hati-Hati!”, “Awass”, dan sebagainya dapat meningkatkan ketertarikan pengguna untuk meng-klik halaman yang dicari sehingga mengangkat nilai CTR [7]. Judul dari 30 dokumen dapat dilihat pada Tabel 3.

4) *URL Ramah SEO*

Aturan dalam penulisan URL yaitu menggunakan huruf kecil, tanda hubung (-), dan terdiri sekitar 60 karakter permalink. Penulisan kata pada permalink disamakan seperti judul, namun menghapus tanda baca yang telah ada seperti, koma (,), titik (.), tanda seru (!), dan tanda tanya (?). Seperti pada dokumen 28, permalink-nya “manfaat-mengejutkan-puasa-di-luar-ramadhan-untuk-kesehatan” dengan jumlah 58 karakter. URL dari 30 dokumen dapat dilihat pada Tabel 3.

5) *Paragraf Pendek*

Kenyamanan pengunjung web diperoleh salah satunya dari penggunaan paragraf yang pendek. Paragraf yang disusun haruslah logis, memiliki ide pokok, dan *keyword*. Paragraf pendek berarti kalimat yang digunakan dalam 1 paragraf adalah 2-3 kalimat.

6) *Optimalkan Gambar*

Gambar yang disertakan pada suatu konten harus memuat teks alt, yaitu judul deskriptif gambar. Hal ini berfungsi agar mesin pencari google dapat menerima tag alt tersebut. Tag alt gambar harus mengandung *keyword* target, oleh karena itu menggunakan kalimat judul untuk mempermudah penulisan. Penulisan tag alt yaitu sama seperti link konten, namun jika terdapat lebih dari 1 gambar dalam suatu konten maka ditambahkan imbuhan nomor urut dibelakangnya. Tag alt gambar dari dokumen 28 bertuliskan “manfaat-mengejutkan-puasa-di-luar-ramadhan-untuk-kesehatan-2.jpeg”.

7) *Panjang Konten Optimal*

Postingan blog dengan panjang konten yang optimal adalah sekitar 300-500 kata atau maksimal 2000 kata. Google menyukai konten dengan jumlah kata di atas 500 agar lebih banyak variasi penyebutan keyword di mesin pencari [7]. Secara keseluruhan jumlah kata pada konten sekitar 400-1000 kata. Untuk lebih lengkapnya optimasi berdasarkan panjang konten dapat dilihat pada Tabel 3.

D. *Update Konten*

Update konten untuk 30 konten yang dioptimasi dilakukan pada tanggal 1 Oktober 2022. Konten yang akan diupdate sudah disiapkan sesuai dengan langkah-langkah optimasi, dan kemudian diupdate pada hari yang sama, yakni 1 Oktober 2022.

E. *Pengukuran Tingkat Trafik Kunjungan Konten*

Pengukuran tingkat trafik kunjungan konten dilakukan pada periode bulan Oktober dan November 2022. Sedangkan data yang akan dilakukan pengukuran ada 5, yaitu jumlah tayangan laman (*pageviews*), tayangan laman unik (*unique pageviews*), perolehan klik (*clicks*), frekuensi halaman muncul di SERP (*impressions*), dan jumlah kunjungan dari

pencarian organik (*Organic Search*) dari 30 konten yang dioptimasi. Data dikumpulkan dari dua buah penyedia informasi yaitu *Google Analytics* dan *Google Search Console*. Hasil pengukuran pada bulan Oktober-November setelah dilakukan optimasi konten ditunjukkan pada Tabel 4.

TABEL 4
HASIL PENGUKURAN SETELAH OPTIMASI KONTEN (OKTOBER – NOVEMBER 2022)

#D	P	UP	C	I	OS	Durasi
1	78	7	1	40	1	1m, 18s
2	1.271	52	12	1.302	8	1m
3	155	11	2	509	0	1m
4	953	53	1	610	3	41s
5	768	40	0	42	0	22s
6	703	41	2	43	1	26s
7	1.996	101	2	113	2	30s
8	1.100	40	0	0	1	1m, 28s
9	2.172	130	7	2.027	7	26s
10	560	41	1	28	1	54s
11	743	44	2	90	1	12s
12	1.437	91	2	13	1	18s
13	710	46	1	361	1	56s
14	1.663	79	5	533	6	2m, 10s
15	1.687	89	4	499	7	1m, 21s
16	58	5	0	0	0	49s
17	213	11	0	0	0	36s
18	933	58	1	29	0	48s
19	84	10	4	293	4	37s
20	124	12	0	0	0	37s
21	1.297	82	2	20	2	11s
22	1.669	80	0	0	1	12s
23	129	28	18	274	17	2m, 1s
24	488	32	7	61	7	1m, 16s
25	1.343	56	1	56	0	14s
26	335	23	4	106	4	41s
27	310	24	4	84	5	1m, 10s
28	2.074	108	7	356	8	38s
29	442	40	8	731	10	1m
30	128	10	0	0	0	33s
Jumlah	25623	1444	98	8220	98	1m 21s

Keterangan: P: *pageview*; UP: *unique pageview*; C: *click*; I: *impression*; OS: *organic search*

Tiga Dokumen yang memiliki jumlah *pageview* tertinggi selama 2 bulan terakhir adalah dokumen 9, 28, dan 7 dengan jumlah *pageview* berturut-turut 2.172, 2.074, dan 1.996. Begitu juga dengan jumlah *unique pageview*, tiga dokumen yang memiliki jumlah *unique pageview* tertinggi selama 2 bulan terakhir adalah dokumen 9, 28, dan 7, yakni berturut-turut sebesar 130, 108, dan 101. Jumlah *unique pageviews* berbanding lurus dengan *pageviews*, karena semakin banyak jumlah tayangan unik dalam suatu konten maka jumlah tayangan laman (*pageviews*) semakin tinggi.

Tiga dokumen dengan jumlah *click* tertinggi adalah dokumen 23, 2, dan 29, dengan jumlah *click* berturut-turut sebesar 18, 12, dan 8. Di sisi lain, ada 7 dokumen yang tidak mempunyai jumlah *click*, yaitu dokumen 5, 8, 16, 17, 20, 22, 30. Sedangkan untuk tiga dokumen dengan nilai *impression* tertinggi adalah dokumen 9, 2, dan 29, dengan nilai *impression* berturut-turut sebesar 2.027, 1.302, dan 731. Jumlah *impressions* selalu lebih tinggi dari *clicks*, dan *clicks* berbanding lurus dengan *impressions*, karena semakin banyak *clicks* yang diperoleh maka konten tersebut telah banyak muncul di hasil pencarian (*impressions*).

Tiga dokumen dengan perolehan *organic search* tertinggi adalah dokumen 23, 29, dan 2, dengan perolehan organik

search berturut-turut sebesar 17, 10, dan 8. Di sisi lain ada 8 dokumen yang tidak memiliki organic search yaitu dokumen 3, 5, 16, 17, 18, 20, 25, dan 30. Jumlah *organic search* sekilas mirip dengan *clicks*. Akan tetapi *organic search* didapatkan melalui *users* yang mengklik halaman melalui hasil pencarian organik (seperti google, bing, dan lain-lain) bukan dari hasil pencarian ads (iklan) sedangkan *clicks* hanya berasal dari google saja.

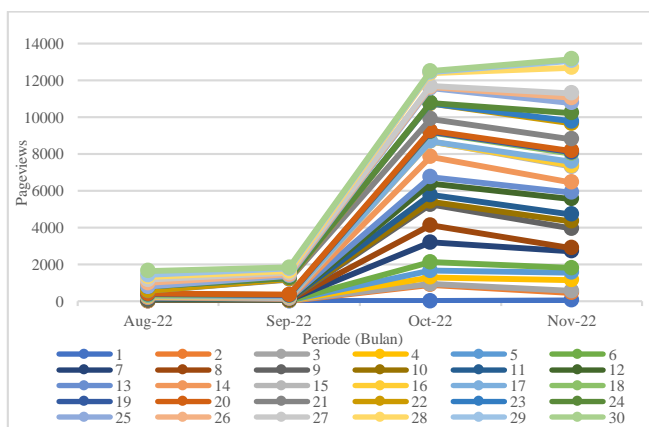
Total hasil pengukuran pada bulan Oktober – November 2022 untuk *pageview*, *unique pageview*, *click*, *impression*, dan *organic search* pada 30 dokumen yang telah dioptimasi berturut-turut adalah 25.623, 1.444, 98, 8.220, dan 98.

Pengukuran selama 2 bulan dari 30 konten yang dilakukan optimasi, pengunjung yang berasal dari *organic search* (google, bing, yahoo, yandex, dan lain-lain) sebanyak 98 *users*, sedangkan dari *direct link* sebanyak 36 *users*. Jika dilihat dari demografi *users*, terbanyak berasal dari Indonesia sebesar 94,66%. Sedangkan berdasarkan dari perangkat yang digunakan, sebanyak 85% menggunakan perangkat mobile dan desktop sebanyak 15%.

F. Analisis Setelah Penerapan SEO On Page

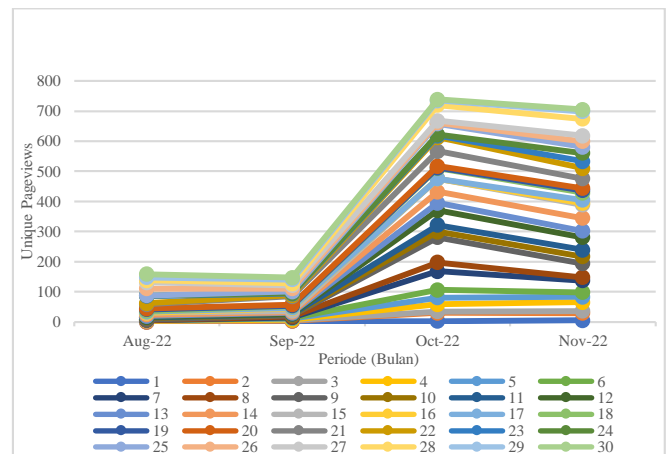
Berdasarkan hasil identifikasi pada Tabel 4, kemudian dilakukan analisis perbandingan sebelum dan sesudah dilakukan optimasi. Pengukuran sebelum dioptimasi dilakukan pada periode Agustus dan September 2022. Sedangkan pengukuran setelah dioptimasi dilakukan pada periode Oktober dan November 2022. Fokus analisis pada penelitian ini adalah pengunjung yang datang melalui *Search Engine Result Page (SERP)* dengan lima parameter, yaitu *pageviews*, *unique pageviews*, *clicks*, *impressions*, dan *organic search*. Hasil perbandingan pengukuran konten sebelum dan sesudah dioptimasi dapat dilihat pada Tabel 5. Sedangkan penjelasan hasil capaian masing-masing parameter setiap bulannya sebagai berikut.

Pageviews terdapat peningkatan sebesar 635% dimana *pageviews* sebelum optimasi (Agustus-September) sebesar 3.485, sedangkan setelah optimasi (Oktober-November) sebesar 25.623. Grafik capaian *pageviews* periode Agustus-November 2022 dapat dilihat pada Gambar 2.



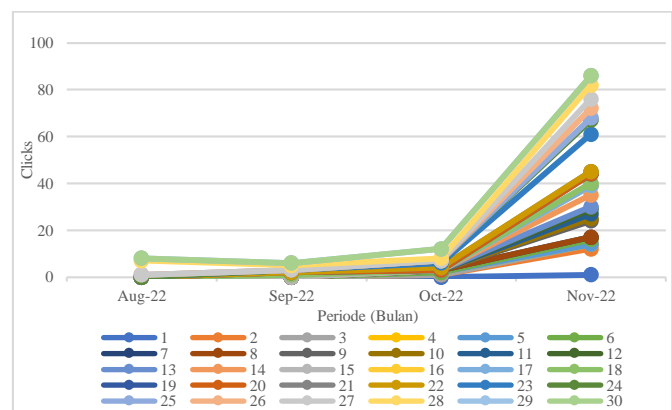
Gambar 2. Grafik Pageviews Periode Agustus-November 2022

Total unique pageview terjadi peningkatan sebesar 373% atau yang semula 305 (Agustus-September 2022) menjadi 1.444 pada bulan Oktober-November 2022. Grafik capaian *unique pageviews* periode Agustus-November 2022 dapat dilihat pada Gambar 3.



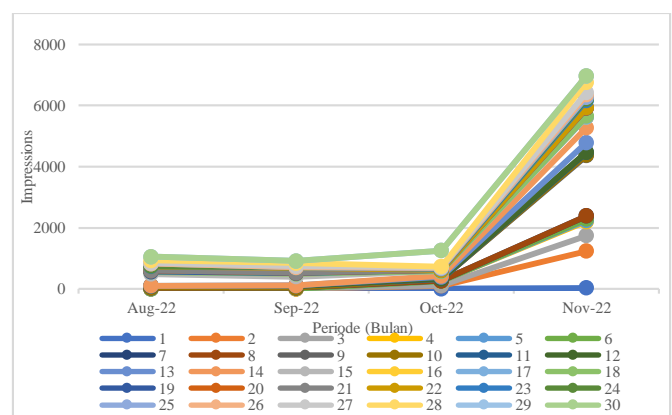
Gambar 3. Grafik Unique Pageviews Periode Agustus-November 2022

Total *clicks* terjadi peningkatan sebesar 600% dibandingkan dengan kondisi awal (Agustus-September 2022) sebesar 14 *click* menjadi 98 *click* pada periode Oktober-November 2022. Grafik capaian *click* periode Agustus-November 2022 dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Grafik Clicks Periode Agustus-November 2022

Total *impressions* terjadi peningkatan sebesar 317%, dari kondisi awal (Agustus-September 2022) sebesar 1.971 menjadi 8.220 pada kondisi setelah optimasi (Oktober-November 2022). Grafik capaian *impressions* periode Agustus-November 2022 dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Grafik Impressions Periode Agustus-November 2022

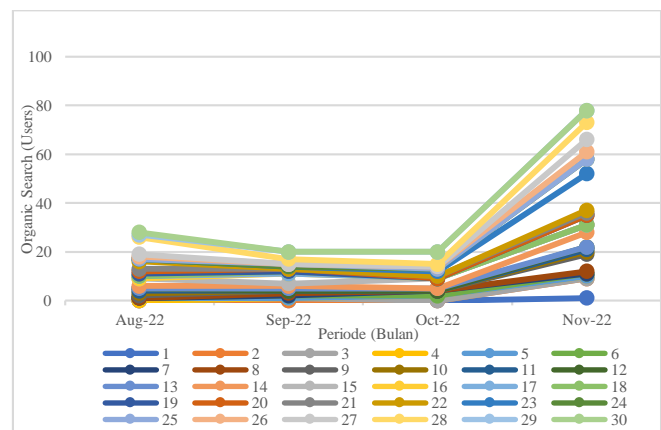
TABEL 5
HASIL PENGUKURAN 30 KONTEN SEBELUM DAN SESUDAH DILAKUKAN DIOPTIMASI

#Dok	Pageviews		Unique Pageviews		Clicks		Impressions		Organic Search	
	T1	T2	T1	T2	T1	T2	T1	T2	T1	T2
1	13	78	2	7	0	1	2	40	0	1
2	11	1271	1	52	0	12	9	1302	0	8
3	47	155	6	11	0	2	5	509	1	0
4	0	953	2	53	0	1	0	610	0	3
5	35	768	6	40	0	0	1	42	1	0
6	8	703	2	41	0	2	1	43	1	1
7	3	1996	2	101	0	2	54	113	0	2
8	7	1100	2	40	0	0	3	0	1	1
9	20	2172	5	130	0	7	9	2027	2	7
10	66	560	8	41	0	1	0	28	1	1
11	50	743	4	44	0	2	112	90	1	1
12	35	1437	3	91	0	2	10	13	1	1
13	38	710	6	46	0	1	6	361	1	1
14	40	1663	7	79	0	5	1	533	2	6
15	58	1687	10	89	0	4	674	499	4	7
16	108	58	9	5	1	0	166	0	4	0
17	43	213	5	11	0	0	3	0	1	0
18	76	933	8	58	0	1	1	29	1	0
19	59	84	7	10	1	4	27	293	1	4
20	73	124	6	12	0	0	42	0	2	0
21	951	1297	42	82	0	2	2	20	1	2
22	63	1669	7	80	0	0	306	0	3	1
23	269	129	30	28	1	18	9	274	2	17
24	3	488	2	32	0	7	7	61	0	7
25	117	1343	6	56	1	1	83	56	1	0
26	268	335	32	23	0	4	1	106	1	4
27	257	310	32	24	0	4	44	84	1	5
28	250	2074	13	108	8	7	203	356	9	8
29	240	442	24	40	2	8	190	731	4	10
30	277	128	16	10	0	0	0	0	1	0
Jml	3485	25623	305	1444	14	98	1971	8220	48	98
%	635%		373%		600%		317%		104%	

Keterangan: T1: jumlah pada bulan Agustus – September 2022; T2: jumlah pada bulan Oktober – November 2022

Beberapa konten tidak mendapatkan *impressions* (0 *impression*). Hal ini dikarenakan konten tersebut belum terindeks oleh Google sehingga tidak muncul di hasil pencarian. Dalam penelitian ini belum dipastikan untuk dilakukan proses *indexing* tiap konten yang diupdate. Namun demikian beberapa konten lainnya telah berhasil terindeks oleh Google secara alamiah.

Total *organic search* terjadi peningkatan sebesar 104%, dari kondisi awal (Agustus-September 2022) sebesar 48 menjadi 98 pada kondisi setelah optimasi (Oktober-November 2022). Grafik capaian *impressions* periode Agustus-November 2022 dapat dilihat pada Gambar 6. Konten yang memiliki angka *organic search (users)* tertinggi adalah dokumen 23 dengan judul “Kebutuhan Air dan Mineral pada Penderita Gagal Ginjal Kronis”.



Gambar 6. Grafik Organic Search Periode Agustus-November 2022

Selain itu, analisis data durasi kunjungan user (*average time*) diperlukan untuk menilai kualitas konten. Dari 30 dokumen yang dioptimasi rata-rata durasi pengunjung membaca konten yaitu selama 1 menit 21 detik, dengan rincian durasi masing-masing dokumen ditunjukkan pada Tabel 4.

G. Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan 2 cara yaitu, evaluasi *visibility system* dan *usability system*. Evaluasi *visibility system* untuk menunjukkan visibilitas situs rumahginjal.id di mesin pencari, sedangkan evaluasi *usability system* untuk mengukur keberhasilan dari segi tampilan dan penulisan konten di situs rumahginjal.id berdasarkan tanggapan dari pengelola dan pakar SEO. Berikut merupakan evaluasi dari hasil jawaban responden.

1) Evaluasi Visibility System

Evaluasi *visibility* dilakukan dengan cara mengevaluasi hasil visibilitas dan performa situs rumahginjal.id di mesin pencari google setelah dilaksanakannya penelitian. Adapun yang dilakukan evaluasi di antaranya: trafik keseluruhan dari website (*pageviews, unique pageviews, clicks, impressions,*

organic search) dan performa website dari lighthouse. Evaluasi trafik yang diperoleh yaitu:

a) Trafik Pageviews

Trafik naik drastis saat pertengahan 2021, dan cenderung fluktuatif di atas angka 36.000 sejak pertengahan tahun 2021 sampai 2022 sekarang. Perolehan *Pageviews* bulan Agustus dan September 2022 adalah 93.526 tayangan, kemudian saat penerepan SEO di bulan Oktober dan November 2022 mencapai 81.290 tayangan (menurun).

b) Trafik Unique Pageviews

Trafik cenderung konstan sejak 2021-2022, terlihat bulan oktober-november 2022 ada sedikit kenaikan angka. Perolehan *Unique Pageviews* bulan Agustus dan September 2022 adalah 7.635 tayangan, kemudian saat penerepan SEO

TABEL 6
INDIKATOR KENAIKAN TIAP DOKUMEN SETELAH OPTIMASI SEO ON PAGE

#Dok	Parameter					Analisis
	P	UP	C	I	OS	
1	↑	↑	↑	↑	↑	Semua parameter naik, SEO berhasil
2	↑	↑	↑	↑	↑	Semua parameter naik, SEO berhasil
3	↑	↑	↑	↑	↓	Organic search turun, karena sebagian besar klik situs diperoleh dari direct link
4	↑	↑	↑	↑	↑	Semua parameter naik, SEO berhasil
5	↑	↑	-	↑	↓	Click tetap dan organic search turun, karena konten belum berhasil terindeks google
6	↑	↑	↑	↑	-	Organic search tetap, hanya 1 users yang berasal dari kunjungan organik
7	↑	↑	↑	↑	↑	Semua parameter naik, SEO berhasil
8	↑	↑	-	↓	-	Impression turun, karena konten belum berhasil terindeks google sehingga jumlah click dan organic search juga terpengaruh
9	↑	↑	↑	↑	↑	Semua parameter naik, SEO berhasil
10	↑	↑	↑	↑	-	Organic search tetap, hanya 1 users yang berasal dari kunjungan organik
11	↑	↑	↑	↓	-	Impression turun, karena konten belum lama terindeks di google sehingga jumlah organic search juga tidak berubah
12	↑	↑	↑	↑	-	Organic search tetap, hanya 1 users yang berasal dari kunjungan organik
13	↑	↑	↑	↑	-	Organic search tetap, hanya 1 users yang berasal dari kunjungan organik
14	↑	↑	↑	↑	↑	Semua parameter naik, SEO berhasil
15	↑	↑	↑	↓	↑	Impression turun, karena konten belum lama terindeks di google tetapi meskipun begitu jumlah click dan organic search aman (naik)
16	↓	↓	↓	↓	↓	Semua parameter turun, karena keyword sedang tidak trending, belum terindeks google, penulisan konten kurang maksimal
17	↑	↑	-	↑	↑	Impression turun, karena konten menjadi tidak terindeks lagi dalam google. Sehingga mengakibatkan jumlah organic search yang turun, dan click tetap di angka (0)
18	↑	↑	↑	↑	↓	Organic search turun, karena belum ada users yang mengunjungi halaman dari pencarian organik
19	↑	↑	↑	↑	↑	Semua parameter naik, SEO berhasil
20	↑	↑	-	↓	↓	Impression turun, karena konten menjadi tidak terindeks lagi dalam google. Sehingga mengakibatkan jumlah organic search yang turun, dan click 0
21	↑	↑	↑	↑	↑	Semua parameter naik, SEO berhasil
22	↑	↑	-	↓	↓	Impression turun, karena konten menjadi tidak terindeks lagi dalam google. Sehingga mengakibatkan jumlah organic search yang turun, dan click 0
23	↓	↓	↑	↑	↑	Pageviews dan unique pageviews turun, diakibatkan jumlah session halaman yang turun dan rata-rata pengunjung tidak kembali mengunjungi halaman tersebut
24	↑	↑	↑	↑	↑	Semua parameter naik, SEO berhasil
25	↑	↑	-	↓	↓	Impression turun, karena google perlu waktu lebih banyak untuk mengindeks halaman di mesin pencari, sehingga mengakibatkan jumlah clics tetap di angka 1 dan tidak ada pengunjung dari organic search
26	↑	↓	↑	↑	↑	Unique pageviews turun, karena sebagian besar pengunjung datang dari orang yang sama dalam satu sesi (session)
27	↑	↓	↑	↑	↑	Unique pageviews turun, karena sebagian besar pengunjung datang dari orang yang sama dalam satu sesi (session)
28	↑	↑	↓	↑	↓	Click dan organic search turun hanya 1 angka dibanding sebelumnya, bisa jadi diakibatkan google belum lama mengindeks halaman konten
29	↑	↑	↑	↑	↑	Semua parameter naik, SEO berhasil
30	↓	↓	-	-	-	Pageviews dan unique pageviews turun, diakibatkan jumlah session halaman yang turun. Selain itu click, impression dan organic search tidak berubah, karena halaman konten belum berhasil terindeks oleh google. Alasan lain, beberapa keyword seperti, kesehatan ginjal dan tips ginjal, mendapat skor rendah dari google

Keterangan: P: pageview; UP: unique pageview; C: click; I: impression; OS: organic search

di bulan Oktober dan November 2022 mencapai 9.731 tayangan (meningkat).

c) *Trafik Clicks*

Trafik meningkat drastis saat bulan Oktober-November 2022 atau saat diterapkannya SEO On Page dalam website rumahginjal.id. Perolehan *clicks* saat bulan Agustus-September 2022 adalah 2.736 klik, kemudian meningkat pada Oktober-November 2022 sebanyak 4.374 klik.

d) *Trafik Impressions*

Trafik meningkat drastis saat bulan Oktober-November 2022 atau saat diterapkannya SEO On Page dalam website rumahginjal.id. Perolehan *impressions* saat bulan Agustus-September 2022 adalah 108.498 *impressions*, kemudian meningkat pada Oktober-November 2022 sebanyak 200.916 *impressions*.

e) *Trafik Organic Search*

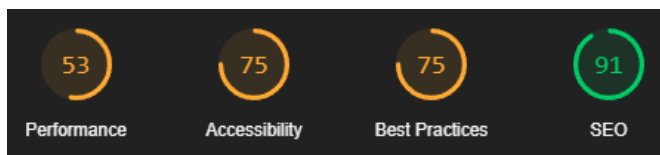
Trafik cenderung konstan sejak pertengahan 2021 hingga 2022, terlihat bulan Oktober-November 2022 ada sedikit kenaikan angka pengunjung (*users*). Perolehan *organic search* saat bulan Agustus-September 2022 adalah 2.339 *users*, kemudian meningkat pada Oktober-November 2022 sebanyak 3.777 *users*.

Secara lengkap evaluasi *visibility system* dapat dilihat pada Tabel 6.

Kemudian untuk evaluasi performa situs rumahginjal.id diukur menggunakan tools Lighthouse yang hasilnya seperti pada Gambar 8. Skor metrik SEO adalah 91, berarti termasuk kategori sangat baik dalam website mengoptimalkan SEO didalamnya. Metrik SEO yang besar tidak lain karena kepatuhan website dalam mengikuti aturan-aturan algoritma SEO. Dari segi evaluasi *visibility system*, perlakuan SEO On Page pada rumahginjal.id berhasil mendongkrak trafik dan performa situs secara keseluruhan.

Skor metrik SEO adalah 91, berarti termasuk kategori sangat baik dalam website mengoptimalkan SEO didalamnya. Metrik SEO yang besar tidak lain karena kepatuhan website dalam mengikuti aturan-aturan algoritma SEO. Dari segi evaluasi *visibility system*, perlakuan SEO On Page pada rumahginjal.id berhasil mendongkrak trafik dan performa situs secara keseluruhan.

Skor metrik SEO adalah 91, berarti termasuk kategori sangat baik dalam website mengoptimalkan SEO didalamnya. Metrik SEO yang besar tidak lain karena kepatuhan website dalam mengikuti aturan-aturan algoritma SEO. Dari segi evaluasi *visibility system*, perlakuan SEO On Page pada rumahginjal.id berhasil mendongkrak trafik dan performa situs secara keseluruhan.



Gambar 7. Performa Web rumahginjal.id

2) *Evaluasi Usability Sistem*

Evaluasi usability dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui whatsapp, email, dan linkedIn responden. Tujuan dari evaluasi usability ini adalah mengetahui penilaian dari users dari segi tampilan dan penulisan konten website setelah diterapkannya *SEO On Page*.

Responden terdiri dari 13 orang, yang terdiri dari 1 responden pengelola *website* rumahginjal.id, dan 12 responden dari pakar SEO. Jawaban responden dinilai

berdasarkan aspek *usability* sistem [8] dari *website* rumahginjal.id yaitu, *learnability*, *memorability*, *efficiency*, *errors*, dan *satisfaction*. Hasil penilaian akan menghasilkan skor usability dan pengkategoriannya dengan menggunakan rumus UAT. Tabel 7 adalah persentase skor *usability* dari website rumahginjal.id.

TABEL 7
PERSENTASE SKOR USABILITY WEBSITE RUMAHGINJAL.ID

Question	Persentase (%)	Interpretasi	Rata-Rata	Interpretasi Rata-Rata	
<i>Aspect of Learnability</i>					
Q1	81.5	80.77	Sangat Setuju	81.69 % SANGAT SETUJU	
Q2	80.0				
<i>Aspect of Memorability</i>					
Q3	78.5	80.77	Sangat Setuju		
Q4	83.1				
<i>Aspect of Efficiency</i>					
Q5	80.0	80.77	Sangat Setuju		
Q6	81.5				
<i>Aspect of Errors</i>					
Q7	78.5	83.08	Sangat Setuju		
Q8	87.7				
<i>Aspect of Satisfaction</i>					
Q9	76.9	83.08	Sangat Setuju		
Q10	89.2				

Berdasarkan Tabel 7 dapat disimpulkan bahwa rata-rata nilai persentase skor *usability* yang didapatkan adalah 81.69% dan diinterpretasikan SANGAT SETUJU. Maka dari itu, penerapan *SEO On Page* melalui optimalisasi konten pada blog rumahginjal.id dapat dikatakan berhasil dan layak diterapkan pada *website blog* rumahginjal.id berdasarkan hasil evaluasi *visibility* dan *usability* sistem.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan metode *SEO On Page* yang diterapkan pada website blog rumahginjal.id, mendapatkan 30 konten yang berhasil dilakukan optimalisasi. Konten yang dihasilkan menjadi *SEO Friendly Content* meliputi: kata kunci menjadi berkualitas karena telah dilakukan keyword research, susunan konten menjadi teratur, judul menarik perhatian pengunjung, url ramah SEO, paragraf lebih ringkas dan mudah dibaca, gambar yang telah dioptimalkan, serta panjang konten menjadi optimal. Selain itu berdasarkan analisis hasil peningkatan trafik, terjadi kenaikan trafik saat setelah diterapkan *SEO On Page* pada 30 halaman konten blog rumahginjal.id yang dilakukan optimalisasi. Lima parameter yang diukur (*pageviews*, *unique pageviews*, *clicks*, *impressions*, *organic search*) selama 4 bulan yaitu, Agustus dan September 2022 (sebelum optimasi), dan Oktober dan November 2022 (setelah optimasi) semuanya meningkat. Parameter *Pageviews* meningkat sebesar 635%, *unique pageviews* meningkat sebesar 373%, *clicks* meningkat sebesar 600%, *impressions* meningkat sebesar 317%, dan *organic search* meningkat sebesar 104%. Lalu, untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan proses *crawling* dan *indexing* serta menerapkan metode SEO lainnya.

Dokumen Pendukung

Dokumen konten dapat diakses pada url <https://s.id/1WOWd>.

Referensi

- [1] Khandelwal. “Website Optimization”. [online] Website. Available at: <https://vwo.com/website-optimization/>, 2020. Accessed on 20 January 2022.
- [2] Pramudita, Y. D., Huzaini, H. dan Solihin, F. “Penerapan Metode Seo on Page Dan Off Page Pada Web Penjualan Online Untuk Meningkatkan Ranking Serp’, Network Engineering Research Operation, 4(2), pp. 125–133. doi: 10.21107/nero.v4i2.128.I.S, 2019.
- [3] Dover dan Dafforn. “Search engine optimization (SEO) secrets”. Wiley publishing, 2011.
- [4] Atmaranti, S. D., Zaman, B., & Puspitasari, I. (2020). Analisis Penggunaan Metode Search Engine Optimization (SEO) Dalam Strategi Peningkatan Webometrics. NJCA (Nusantara Journal of Computers and Its Applications), 5(1), 30-39.
- [5] Lukito, R. B., Lukito, C. and Arifin, D. “Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) pada Website dalam Strategi Pemasaran melalui Internet”, ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications, 5(2), p. 1050. doi: 10.21512/comtech.v5i2.2363, 2014.
- [6] Sharma, S. dan Verma, S. “Optimizing website effectiveness using various SEO techniques”, 2020 7th International Conference on Signal Processing and Integrated Networks, SPIN 2020, pp. 918–922. doi: 10.1109/SPIN48934.2020.9070893, 2020.
- [7] I. Weber. “13 Tips to Help You Create SEO Friendly Content (2022 Update)”. [online] Available at: <https://mention.com/en/blog/how-to-create-seo-friendly-content/>. Accessed on 29 December 2021.
- [8] Wijaya, D., Daniawan, B. & Gunawan, Y. “Search Engine Optimization (SEO) As A Promotional Media On Google Search”, 4(1), 2021
- [9] A. Saefullah, Arisantoso, & H. “Search Engine Optimization (Seo) Menggunakan Metode White Hat Seo Untuk Meningkatkan Peringkat Dan Trafik Kunjungan Website”, Prosiding SNATIF ke-6 Tahun 2019, (2007), pp. 96–101, 2019.
- [10] Dhawan, S., Kumar, N., & Sethi, D. “Search Engine Marketing : Key Factors in Design and Implementation, International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications (IJEBA)”, Vol.2, Issue 1, pp. 37-41, 2012.
- [11] Rehman, K. ur dan Shaheed, M. N. A. K. “The Foremost Guidelines for Achieving Higher Ranking in Search Results through Search Engine Optimization”, International Journal of Advanced Science and Technology, 52, pp. 101–110, 2013.
- [12] Riyanto, A. D. “Pemanfaatan Google Trends Dalam Penentuan”, Issn: 1979-2328 (semnasIF), pp. 52–59, 2014.
- [13] S. Chris. “Google Keyword Planner Instructions”. Tech to Fish Digital, LLC, 2013.
- [14] Ghulam, A., Hyder, M. and Rahu, S. “On-Page Search Engine Optimization (SEO) Techniques Model: A Use Case Scenario of a Business Entity Websi”, International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology, 2017 (November).
- [15] Trusto, P. “Apa Itu Crawling dan Indexing?” [online] Warta Ekonomi. Available at: <https://wartaekonomi.co.id/read310233/apa-itu-crawling-dan-indexing>. Accessed on 21 December 2022.