

BAB II

DASAR TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Berikut beberapa referensi terkait *link building* yang digunakan untuk menjadi acuan dalam proses pengerjaan penelitian ini:

Penelitian yang dilakukan oleh Asep Setiawan, Fiftin Noviyanto (2018), dengan judul “*Penerapan Seo (Search Engine Optimization) White Hat Menggunakan Metode Link Kontekstual Untuk Meningkatkan Serp Di Situs web Infonasa.Com*”. Tujuan dari penelitian ini adalah Analisis kinerja situs web dengan teknik *SEO white hat* menggunakan metode *link* kontekstual ini dibantu dengan *tools SEO online* untuk menganalisis dari segi SEO sehingga dapat dilihat apakah *SEO white hat* menggunakan metode *link* kontekstual sudah diterapkan dan kenaikan sesudah dilakukan implementasi teknik-teknik SEO tersebut, sehingga dapat dilihat perbedaan-perbedaan setelahnya yang ada dalam Situs web Info Nasa.

Selanjutnya penelitian dari A. Munir, C.N. Atmojo, Hasniati (2022) dengan judul “*Penerapan Metode Whitehat SEO On Page Pada Website Workers Guna Meningkatkan Trafik Situs web*” menegaskan bahwa dengan adanya kata kunci yang relevan hasil rekomendasi dari *keywordtool.io* dan telah diteliti lebih lanjut pada *situs web*, *situs web* sudah dapat terindeks dan dapat ditemukan pada mesin pencarian Google.

Penelitian oleh Purwiantono, F. E., (2019) dengan judul “*Metode Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Ranking Webometrics Pada Web STIKI Malang*”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Website STIKI Malang

mengalami peningkatan peringkat di Webometrics yaitu yang semula peringkat 244 pada edisi januari 2018 menjadi peringkat 205 pada edisi juli 2018 di level Nasional. Hal ini terjadi setelah dilakukan optimasi SEO selama 6 bulan pada beberapa halaman website STIKI Malang

Penelitian oleh Imaniawan, F. F. D., 2020 dengan judul "*Penerapan Search Engine Optimization Untuk Meningkatkan Peringkat Website Pada Search Engine Results Page Google (Studi Kasus: www. superbengkel. co. id)*". Penelitian ini menunjukkan bahwa *website* www.superbengkel.co.id mengalami peningkatan di dalam SERP yaitu Kunci "Jasa Press Velg Motor" memperoleh posisi ke-10 atau pada halaman kedua SERP dimana sebelum di optimasi, *website* tidak ditemukan dengan kata kunci ini.

Penelitian oleh Sidqi, F. D., 2021 dengan judul "*Optimasi Website Menggunakan Metode Search Engine Optimization (Seo) On Page Dan Off Page Dalam Meningkatkan Trafik Kunjungan: Studi Kasus: Hustle Media Grup*". Penelitian ini menyimpulkan bahwa optimasi *SEO On-Page* dan *Off-Page* pada konten di dalam *website* Hustle Media Group menghasilkan peningkatan kunjungan *website* yang ditunjukkan dengan naiknya trafik kunjungan dimana pada bulan juni hanya tertera 65 user dan pada bulan november trafik kunjungan naik menjadi sebanyak 344 user.

Penelitian oleh F. Listiyanto (2023), dengan judul "*Optimasi Situs Web Menggunakan Metode Link Building (Magang dan Studi Independen Bersertifikat)*". Penelitian ini menunjukkan pengaruh *link building* dalam meningkatkan peringkat situs web liputan6.com di dalam SERP dengan pengujian

menggunakan beberapa *tools* seperti *Google Search Console*, *Google Analytics*, SEMrush, dan juga Ahrefs.

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka

Penulis	Metode	Studi Kasus	Pengujian	Hasil
Asep Setiawan, Fiftin Noviyanto (2018)	<i>SEO OnPage</i>	<i>Infonasa.Com</i>	-Pengujian situs web yang dilakukan menggunakan pengujian validitas.	Penerapan <i>SEO White Hat</i> menggunakan <i>Link Kontekstual</i> mampu meningkatkan kinerja situs web Infonasa dalam <i>SERP</i> .
A. Munir, C.N. Atmojo, Hasniati (2022)	<i>SEO OnPage</i>	<i>Situs web Workers</i>	Pengujian pada situs web <i>Workers</i> dengan tools <i>SEOSiteCheckup</i> .	Dengan adanya kata kunci yang relevan hasil rekomendasi dari keywordtool.io dan telah diteliti lebih lanjut pada situs web, situs web sudah dapat terindeks dan dapat ditemukan pada mesin pencarian.
Purwiantono, F. E. (2019)	<i>SEO OnPage</i>	<i>website STIKI Malang</i>	Webometric.	<i>Website STIKI Malang</i> mengalami peningkatan peringkat di Webometrics

				yaitu yang semula peringkat 244 pada edisi januari 2018 menjadi peringkat 205 pada edisi juli 2018 di level Nasional. Hal ini terjadi setelah dilakukan optimasi SEO selama 6 bulan pada beberapa halaman <i>website</i> STIKI Malang
Imaniawan, F. F. D. (2020)	<i>SEO OnPage</i>	www.Superbengkel.co.id	Pengujian dilakukan dengan mengecek website www.Superbengkel.co.id sudah tampil di SERP google atau belum.	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>website</i> www.superbengkel.co.id mengalami peningkatan di dalam SERP yaitu Kunci "Jasa Press Velg Motor" memperoleh posisi ke-10
Sidqi, F. D., (2021)	<i>SEO OnPage</i> <i>SEO OffPage</i>	<i>website</i> Hustle Media Group	Pengujian dilakukan dengan membandingkan jumlah kunjungan.	Optimasi <i>SEO On-Page</i> dan <i>Off-Page</i> pada konten di dalam <i>website</i> Hustle Media Group menghasilkan peningkatan kunjungan <i>website</i> yang ditunjukkan dengan naiknya trafik kunjungan dimana pada bulan juni hanya tertera 65 user dan pada bulan november

				trafik kunjungan naik menjadi sebanyak 344 user.
F. Listiyanto (2023) (diusulkan)	<i>SEO OffPage</i>	<i>Liputan6.com</i>	Pengujian dilakukan dengan menggunakan <i>tools Google Search Console, Google Analytics, Ahrefs, dan juga SEMrush.</i>	Penelitian ini menghasilkan peningkatan peringkat situs liputan6 dilihat dari tools Ahrefs.

2.2 Dasar Teori

2.2.1 Search Engine Optimization

SEO (*Search Engine Optimization*) merupakan ilmu atau panduan yang perlu dimengerti jika anda ingin situs web anda menduduki peringkat tinggi di *Search Engine*. Dengan memiliki teknik yang benar, kemungkinan *situs web* berada di posisi lebih tinggi akan meningkat. SEO tidak sesulit pikiran orang. Intinya bagaimana situs web anda mendapatkan posisi tinggi di hasil pencarian *Search Engine* Atau *Search Engine Results Position (SERP)*.

Apakah sebenarnya SEO itu? Jawabnya adalah pengoptimalan *situs web* sehingga situs web berada di posisi optimal. Menurut penelitian, hampir 80% persen pengunjung situs web didapatkan dari *Search Engine*. Dengan mendapatkan posisi tinggi, otomatis orang yang mengunjungi situs web akan lebih banyak dibandingkan situs web yang mendapatkan posisi rendah di *SERP*-nya (Zaki, 2009).

1. Optimasi *SEO On Page*

Optimasi *SEO on page* menurut Artanto & Nurdiyansyah, (2017) adalah serangkaian teknik yang dilakukan pada halaman internal situs web yang bertujuan untuk memperoleh sinyal positif dari google.

Optimasi *SEO on page* ini merupakan teknik yang paling penting dalam upaya untuk bagaimana google menyukai situs web dan memberikan prioritas *indexing* pada setiap konten yang terpublikasi. Optimasi ini meliputi publikasi artikel SEO, *setting meta title* dan *meta tag*, *setting permalink*, dan optimasi kata kunci pada artikel yang dipublikasi.

2. Optimasi *SEO Off-Page*

Optimasi *SEO off page* merupakan kebalikan dari *on page* yaitu teknik optimasi yang dikerjakan pada bagian eksternal situs web. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan dalam *SEO off page* salah satunya adalah *link building*. Link building penting untuk dilakukan dalam melakukan optimasi situs web sebab saat ini, Google telah mengembangkan algoritma mereka untuk menilai kuantitas dan kualitas *backlink* dari sebuah website.

Tujuan melakukan *link building* yaitu memberikan sebuah rekomendasi terhadap situs web yang ingin ditargetkan kata kuncinya berupa *review* positif untuk membangun popularitas pada SERP google. Manfaat *backlink* yang paling utama adalah untuk menaikkan *ranking* kata kunci setelah semua optimasi *SEO on page* dilakukan Sukri & Zulfikar, (2021).

2.2.2 Mesin Pencari

Mesin pencari atau *Search Engine* Adalah suatu program komputer yang dirancang untuk membantu, mempermudah, mempercepat seseorang menemukan informasi atau data yang diinginkan. Mesin pencari internet (web) bekerja dengan cara menyimpan informasi dalam bentuk halaman web dengan jumlah yang sangat banyak ke dalam *data base*-nya.

Halaman web yang tersimpan dalam *database* diambil oleh *software* (robot) *web crawler*, *web spider* atau nama lainnya yaitu semacam *browser* otomatis yang mengikut setiap *hyperlink* yang ditemui pada halaman web kemudian dianalisis untuk menentukan cara mengindeksnya dalam database untuk digunakan dalam pencarian selanjutnya. Ketika seseorang menggunakan mesin pencari dan memasukkan kata kunci/*keyword(query)* selanjutnya mesin pencari akan mencari dalam indeks database dan memberikan daftar hasil halaman web beserta urutannya yang paling sesuai dengan kriteria algoritma (Andre, 2013).

2.2.3 Trafik

Trafik atau lalu lintas adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan jumlah dan frekuensi pengunjung yang mengakses atau mengunjungi suatu tempat, baik itu dalam konteks jalan raya, bandara, stasiun kereta api, atau situs web di internet. Istilah "trafik" sering digunakan dalam konteks situs web untuk mengukur seberapa banyak pengguna yang mengakses atau mengunjungi halaman web dalam suatu periode waktu tertentu. Trafik situs web yang tinggi adalah tujuan yang diinginkan karena dapat meningkatkan kesempatan untuk interaksi, konversi, dan

mencapai tujuan bisnis lainnya. Namun, selain kuantitas, kualitas trafik juga penting. Trafik organik yang relevan, yaitu trafik yang dihasilkan oleh pengunjung yang tertarik dengan konten atau layanan yang ditawarkan oleh situs web, lebih berharga karena lebih mungkin menghasilkan interaksi yang positif dan konversi.

Dalam konteks situs web, *traffic* biasanya diukur dalam beberapa metrik, seperti:

a. Kunjungan (*Visits*)

Kunjungan adalah Jumlah unik pengunjung yang datang ke situs web dalam suatu periode waktu tertentu. Jika seseorang mengunjungi situs web beberapa kali dalam satu periode, mereka hanya dihitung sebagai satu kunjungan.

b. Lihat Halaman (*Page Views*)

Lihat Halaman adalah Jumlah halaman yang dilihat oleh pengunjung selama kunjungan mereka. Setiap kali pengunjung membuka halaman baru, ini dihitung sebagai satu tampilan halaman.

c. Pengguna Unik (*Unique Users*)

Pengguna unik adalah Jumlah orang yang berbeda atau unik yang mengunjungi situs web dalam periode waktu tertentu. Jika seseorang mengunjungi situs web beberapa kali, mereka hanya dihitung sebagai satu pengguna unik.

d. Lama Waktu (*Time on Site*)

Lama Waktu adalah Rata-rata waktu yang dihabiskan oleh pengunjung di situs web dalam satu kunjungan.

e. *Bounce Rate*

Bounce Rate adalah Persentase pengunjung yang meninggalkan situs web setelah hanya melihat satu halaman tanpa melakukan tindakan lain, seperti menavigasi ke halaman lain atau berinteraksi dengan konten.

2.2.4 Google Search Console

Google Search Console adalah alat atau layanan gratis yang disediakan oleh Google untuk membantu pemilik situs web dan pengelola mendapatkan wawasan tentang bagaimana situs web mereka tampil di hasil pencarian Google. Sebelumnya dikenal sebagai *Google Webmaster Tools*, layanan ini diperbarui dan dikenal sebagai *Google Search Console* sejak tahun 2015.

Beberapa fitur dan informasi yang disediakan oleh *Google Search Console* termasuk:

1. Pemantauan Kinerja

Anda dapat melihat seberapa sering situs web Anda muncul dalam hasil pencarian, jumlah klik, tampilan halaman, rata-rata posisi, dan data lainnya.

2. Penemuan

Informasi tentang bagaimana Google menemukan dan mengindeks halaman di situs web Anda, termasuk jumlah halaman yang diindeks, situs web mana yang memberikan tautan ke situs Anda (*backlink*), dan *sitemap*.

3. Cakupan (*Coverage*)

Menunjukkan informasi tentang halaman situs web Anda yang diindeks oleh Google, serta kesalahan indeks jika ada.

4. *Mobile Usability*

Memberikan informasi tentang seberapa baik situs web Anda dioptimalkan untuk perangkat seluler.

5. Pengiriman *Sitemap*

Anda dapat mengirimkan *sitemap* situs web Anda untuk membantu Google memahami struktur dan konten situs Anda dengan lebih baik.

6. Pemecahan Masalah (*Troubleshooting*)

Jika ada masalah yang terdeteksi oleh Google di situs Anda, *Search Console* akan memberitahu Anda dan memberikan saran pemecahan masalah.

7. Pengaturan dan Preferensi

Anda dapat mengatur preferensi domain, menambahkan pengguna lain, mengonfigurasi preferensi indeksasi, dan lain-lain.

2.2.5 Google Analytics

Google Analytics adalah layanan analitik web gratis yang disediakan oleh Google. Layanan ini memungkinkan pemilik situs web dan pengelola untuk melacak, mengukur, dan menganalisis kinerja situs web mereka. Dengan menggunakan *Google Analytics*, Anda dapat memperoleh wawasan mendalam tentang lalu lintas situs web Anda, perilaku pengunjung, dan bagaimana pengguna berinteraksi dengan konten situs Anda.

Beberapa fitur dan informasi yang disediakan oleh *Google Analytics* meliputi:

1. Lalu Lintas Situs Web

Anda dapat melihat jumlah pengunjung (pengguna unik), kunjungan, dan tampilan halaman situs web Anda dalam periode waktu tertentu.

2. Sumber Lalu Lintas

Informasi tentang dari mana pengunjung situs web Anda berasal, termasuk hasil pencarian organik, tautan dari situs web lain (*referral*), media sosial, kampanye iklan, dan lain-lain.

3. Perilaku Pengunjung

Anda dapat melihat berapa lama pengunjung menghabiskan waktu di situs Anda, berapa banyak halaman yang mereka lihat, dan berapa tingkat *bounce* (tingkat keluar) situs web Anda.

4. Konversi

Jika diatur dengan benar, *Google Analytics* dapat melacak konversi atau tujuan yang Anda tentukan, seperti pembelian, pendaftaran, atau mengisi formulir.

5. Data Demografis dan Minat

Jika Anda mengaktifkan fitur ini, Anda dapat melihat data demografis dan minat pengunjung situs Anda.

6. Analisis Halaman

Melihat performa halaman-halaman individu di situs web Anda, termasuk halaman populer dan halaman keluar (halaman terakhir yang dilihat sebelum keluar).

7. Penggunaan Perangkat Seluler

Melacak seberapa banyak pengunjung situs web Anda menggunakan perangkat seluler seperti ponsel pintar atau tablet.

2.2.6 SEMrush

SEMrush adalah sebuah perangkat lunak atau platform yang digunakan untuk melakukan analisis dan penelitian dalam domain pemasaran digital dan SEO (*Search Engine Optimization*). SEMrush menyediakan berbagai fitur dan alat untuk membantu para profesional pemasaran digital, pemilik bisnis, dan ahli SEO dalam strategi online mereka.

Beberapa fitur dan fungsi yang ditawarkan oleh SEMrush meliputi:

1. Penelitian Kata Kunci

Penelitian Kata Kunci Memungkinkan Anda untuk mencari kata kunci yang relevan untuk bisnis atau niche Anda dan melihat seberapa sering kata kunci tersebut dicari di mesin pencari.

2. Analisis Pesaing

Analisis Pesaing Mengidentifikasi pesaing online dan menganalisis strategi SEO mereka, kata kunci yang mereka bidik, dan kinerja lalu lintas situs web mereka.

3. Audit SEO

Audit SEO Memeriksa dan memberikan saran perbaikan terhadap faktor SEO di situs web Anda, seperti struktur URL, konten, tautan, dan optimasi on-page.

4. Backlink Analysis

Backlink Analysis Menganalisis profil tautan situs web Anda dan pesaing Anda, termasuk tautan yang masuk (*backlink*) dan otoritas domain.

5. Peringkat Kata Kunci

Peringkat Kata Kunci Memantau peringkat kata kunci situs web Anda dan pesaing Anda dalam hasil pencarian mesin pencari.

6. Analisis Lalu Lintas

Analisis Lalu Lintas Mengukur dan menganalisis kinerja lalu lintas organik dan berbayar situs web Anda.

7. Analisis Media Sosial

Analisis Media Sosial Melihat kinerja dan kesuksesan kampanye media sosial Anda serta mencari peluang untuk meningkatkan interaksi.

2.2.7 Ahrefs

Ahrefs adalah salah satu perangkat lunak pemasaran digital dan SEO yang terkenal dan kuat. Ini menyediakan berbagai fitur dan alat untuk analisis dan penelitian dalam domain SEO, *backlink*, dan analisis pesaing. Ahrefs dirancang untuk membantu para profesional pemasaran digital, ahli SEO, dan pemilik bisnis dalam meningkatkan visibilitas situs web mereka, memahami kinerja pesaing, dan mengoptimalkan strategi pemasaran online.

Beberapa fitur dan fungsi yang ditawarkan oleh SEMrush meliputi:

1. Penelitian Kata Kunci

Penelitian Kata Kunci Memungkinkan Anda untuk mencari kata kunci yang relevan untuk bisnis atau niche Anda dan melihat seberapa sering kata kunci tersebut dicari di mesin pencari.

2. Analisis Pesaing

Analisis Pesaing Mengidentifikasi pesaing online dan menganalisis strategi SEO mereka, kata kunci yang mereka bidik, dan kinerja lalu lintas situs web mereka.

3. Audit SEO

Audit SEO Memeriksa dan memberikan saran perbaikan terhadap faktor SEO di situs web Anda, seperti struktur URL, konten, tautan, dan optimasi *on-page*.

4. Backlink Analysis

Backlink Analysis Menganalisis profil tautan situs web Anda dan pesaing Anda, termasuk tautan yang masuk (*backlink*) dan otoritas domain.

5. Peringkat Kata Kunci

Peringkat Kata Kunci Memantau peringkat kata kunci situs web Anda dan pesaing Anda dalam hasil pencarian mesin pencari.

6. Analisis Lalu Lintas

Analisis Lalu Lintas Mengukur dan menganalisis kinerja lalu lintas organik dan berbayar situs web Anda.

7. Analisis Media Sosial

Analisis Media Sosial Melihat kinerja dan kesuksesan kampanye media sosial Anda serta mencari peluang untuk meningkatkan interaksi.