

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian ini memiliki keterkaitan yang erat berdasarkan temuan dari studi sebelumnya, yang dijadikan sebagai titik perbandingan dan referensi. Adapun hasil temuan penelitian yang digunakan sebagai perbandingan tidak jauh dari topik yang sama, yaitu *Search Engine Optimization* dimana sistem mengadopsi metode *On Page* dan *Off Page*.

Berdasarkan hasil penelitian yang pernah dilakukan Hayati dan Meylasari, (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Implementasi website berbasis *Search Engine Optimization* sebagai media promosi. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan SEO *On Page* bisa mempertinggi SERP situs web *search engine* serta memperoleh *traffic* dari mesin google. Selain itu, situs web yang telah di desain dari semula tidak terindex berhasil terindex oleh Google dan ada di page pertama pencarian Google dalam kurun waktu tiga bulan.

Selain itu, menurut Amin dan Nurraharjo, (2019) dalam eksplorasinya tentang optimasi Web yang diberi nama “Optimasi Website Penjualan Buku Menggunakan Metode Search Engine Optimization Onpage dan Offpage”. Akhir dari pengujian ini adalah prosedur perbaikan desain situs dengan menggunakan teknik *Onpage* dan *Offpage* terbukti berhasil memposisikan situs di halaman utama web crawler Google. Peningkatan situs menggunakan strategi *On Page* dan *Off*

Page secara signifikan membantu menjaga situs tetap kompetitif dan bersaing di halaman alat pencarian web Google.

Pemanfaatan strategi *Search Engine Optimization* juga pernah dilakukan oleh Azim, (2019) yang memperkenalkan penelitian pada subjek Web optimasi dengan judul Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Dengan Metode Onpage dan Offpage Pada Website Cargoriau.com. Pemeriksaan ini menemukan bahwa dengan melaksanakan penerapan Situs Web (Perbaikan situs), situs Cargoriau.com berhasil menempati halaman utama dengan beberapa *keyword* yang ditentukan. Penggunaan metode *Search Engine Optimization* berhasil dan berjalan dengan baik.

Menurut (Arifin, 2019) di dalam penelitian yang berjudul Analisis Penerapan Metode Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Traffic Website Berbayar dan Tidak Berbayar. Dalam penelitian ini menyimpulkan penerapan metode SEP (*Search Engine Optimization*) menghasilkan situs lebih dapat dikenali oleh *search engine*. Dalam penelitiannya, teknik SEO tidak langsung memberikan hasil yang diharapkan. Dampak dari penerapan SEO (*Search Engine Optimization*) dapat dilihat dalam waktu 3-4 bulan setelah penerapannya dan optimasi SEO dilakukan secara menerus selama situs web masih ada agar *traffic* situs web terus mengalami kenaikan.

Kemudian seperti yang dikemukakan oleh Abdillah dan Marcos, (2020). Dalam pembahasannya mereka membahas tentang bagaimana menerapkan metode optimasi Web pada situs yang menggunakan Onpage dan Offpage. Kata kunci

(*keyword*) KUB Sumber Rejeki yang ditargetkan berhasil menempati posisi utama pada mesin pencari Google. Meski begitu, posisi *keyword* Gula Semut Purbalingga masih berada di posisi ketujuh belas. Hasil ini masih terbilang bagus mengingat situs kubsumberrejeki.com merupakan situs yang umumnya baru dengan musim pengembangan hampir satu bulan.

Penelitian berikutnya diarahkan oleh Anggriani et al, (2021) dengan judul Implementasi SEO (Search Engine Optimization) Onpage untuk Meningkatkan Pengunjung Website Xtradionary. Pemeriksaan ini dapat disimpulkan bahwa dalam alat pencarian Google Web keyword yang ditargetkan yaitu "Tutor terbaik di bidangnya" serta "Tutor terbaik di Makassar", situs Xtradionary mampu menguasai halaman utama.

Penelitian terakhir dilakukan oleh Liyadi et al, (2022) dalam penelitiannya yang berjudul Implementasi SEO Onpage Pada Website Ladder untuk Meningkatkan Search Engine Result Page. Dari penelitian ini, disimpulkan bahwa implementasi SEO Onpage pada website Ladder dengan 3 kata kunci hanya berhasil menempatkan 1 kata kunci di halaman 1 SERP, yaitu "montir mobil panggilan Makassar" dengan peringkat 6. Meskipun demikian, terjadi peningkatan kunjungan organik sebanyak 40 kunjungan, menunjukkan bahwa website Ladder mulai mudah ditemukan.

Penelitian – penelitian diatas digunakan sebagai rujukan dalam pembuatan skripsi tentang Analisis Dan Penerapan Teknik Search Engine Optimization Untuk Meningkatkan Peringkat Dan Trafik Kunjungan Website Dengan Metode Onpage

Dan Offpage. Adapun perbedaan penelitian ini dari penelitian-penelitian sebelumnya secara lengkap dijabarkan pada Tabel 2.1

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1	Hayati dan Meylasari, (2018)	Implementasi website berbasis <i>Search Engine Optimization</i> sebagai media promosi.	Onpage	penggunaan SEO <i>Onpage</i> bisa mempertinggi SERP situs web <i>search engine</i> serta memperoleh <i>traffic</i> dari mesin google. Selain itu, situs web yang telah di desain dari semula tidak terindex berhasil terindex oleh Google dan ada di page pertama pencarian Google dalam kurun waktu tiga bulan.
2	Amin dan Nurraharjo, (2019)	Optimasi Website Penjualan Buku Menggunakan Metode Search Engine Optimization Onpage dan Offpage	OnPage dan OffPage	prosedur perbaikan desain situs dengan menggunakan teknik <i>Onpage</i> dan <i>Offpage terbukti</i> berhasil memposisikan situs di halaman utama web crawler Google. Peningkatan situs menggunakan strategi <i>OnPage</i> dan <i>OffPage</i> secara signifikan membantu menjaga situs tetap kompetitif dan bersaing di halaman alat pencarian web Google.
3	Azim, (2019)	Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Dengan Metode Onpage dan Offpage Pada Website Cargoriau.com	OnPage dan OffPage	Pemeriksaan ini menemukan bahwa dengan melaksanakan penerapan Situs Web (Perbaikan situs), situs Cargoriau.com berhasil menempati halaman utama dengan beberapa <i>keyword</i> yang ditentukan. Penggunaan metode <i>Search Engine</i>

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
				<i>Optimization</i> berhasil dan berjalan dengan baik.
4	Arifin, (2019)	Analisis Penerapan Metode Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Traffic Website Berbayar dan Tidak Berbayar	OnPage dan OffPage	Dampak dari penerapan SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) dapat dilihat dalam waktu 3-4 bulan setelah penerapannya dan optimasi SEO dilakukan secara menerus selama situs web masih ada agar traffic situs web terus mengalami kenaikan.
5	Abdillah dan Marcos, (2020)	Implementasi Teknik SEO (Search Engine Optimization) Dengan Menggunakan Metode Onpage dan Offpage (Studi Kasus KUB Sumber Rejeki)	OnPage dan OffPage	Kata kunci (keyword) KUB Sumber Rejeki yang ditargetkan berhasil menempati posisi utama pada mesin pencari Google. Meski begitu, posisi keyword Gula Semut Purbalingga masih berada di posisi ketujuh belas.
6	Anggriani et al, (2021)	Implementasi SEO (Search Engine Optimization) Onpage Untuk Meningkatkan Pengunjung Website Xtradionary	Onpage	Pemeriksaan ini dapat disimpulkan bahwa dalam alat pencarian Google Web keyword yang ditargetkan yaitu "Tutor terbaik di bidangnya" dan "Tutor terbaik di Makassar", situs Xtradionary berhasil menguasai halaman utama.
7	Liyadi et al, (2022)	Implementasi SEO Onpage Pada Website Ladder Untuk Meningkatkan Search Engine Result Page	Onpage	Implementasi SEO Onpage pada website Ladder dengan 3 kata kunci hanya berhasil menempatkan 1 kata kunci di halaman 1 SERP, yaitu "montir mobil panggilan Makassar" dengan peringkat 6.

2.2 Dasar Teori

2.2.1 Search Engine

Web crawler atau dalam istilah lain dikenal dengan *search engine* adalah program komputer yang dimaksudkan untuk membantu menemukan data atau informasi yang diperlukan secara efektif dan cepat. Alat pencarian web (*search engine*) adalah program komputer yang dimaksudkan untuk mencari halaman atau laporan yang telah disimpan (Artanto, Nurdiyansyah dan Widyagama Malang, 2017).

Search engine atau disebut web crawler adalah program komputer yang dimaksudkan untuk mencari catatan yang disimpan di komputer. Hasil pencarian search engine akan menampilkan informasi data berbeda yang diambil dari situs, jurnal web, atau diskusi tertentu. Hasil dari pencarian sering kali disebut halaman hasil perayap web (SERP).

2.2.2 Traffic

Traffic website adalah data pengunjung suatu website, mulai dari waktu membuka halaman website, durasi kunjungannya ke website, dan seluruh kunjungan website yang dicatat oleh domain. *Traffic website* bisa atau dalam istilah lain disebut jumlah visitor dapat diartikan sebagai jumlah orang yang mengunjungi *website* pada kurun waktu tertentu. Hasilnya, data *traffic* dapat membantu mengetahui popularitas dari *website*. (Oktavia Suzanti et al., 2022). Terdapat dua jenis utama dari traffic seperti organik dan non-organik.

Organik adalah traffic yang berasal dari hasil pencarian tanpa menggunakan iklan berbayar. *Traffic* organik berasal dari jenis lalu lintas dari hasil pencarian alami di mesin pencari seperti Google, Bing, atau Yahoo. Lalu lintas organik dihasilkan ketika pengguna menggunakan kata kunci atau frasa tertentu dalam mesin pencari dan kemudian mengklik salah satu hasil pencarian yang muncul. Pengunjung organik cenderung lebih memiliki potensi tinggi untuk berinteraksi dengan konten website, karena pengguna telah mencari informasi yang sesuai dengan topik atau kebutuhan yang di cari. *Traffic* organik tidak memerlukan biaya langsung, tetapi memerlukan investasi waktu dan upaya dalam mengoptimalkan website untuk mesin pencari (SEO) agar muncul di peringkat yang lebih tinggi.

Traffic non-organik adalah jenis lalu lintas yang berasal dari sumber selain hasil pencarian alami, seperti iklan berbayar, media sosial, email marketing, atau *referral* dari situs web lain. Contoh traffic non-organik termasuk lalu lintas yang diarahkan melalui iklan Google Ads, iklan Facebook, posting media sosial, atau tautan yang dibagikan oleh situs web atau influencer lain. Lalu lintas non-organik dapat memberikan hasil yang cepat dalam hal peningkatan kunjungan website, tetapi memerlukan biaya atau investasi finansial dalam bentuk biaya iklan atau upaya promosi.

2.2.3 Website

Website adalah serangkaian halaman web yang saling terhubung dan dapat diakses melalui internet. Ini berfungsi sebagai platform aplikasi yang dapat dijangkau dari berbagai belahan dunia melalui jaringan internet, menyediakan

beragam informasi mulai dari pengetahuan hingga tawaran produk atau jasa (Witono, 2022).

Menurut Hayati (2019), website merupakan kumpulan halaman yang menampilkan berbagai informasi dalam format data teks, gambar diam atau bergerak, animasi, suara, video, atau kombinasi dari semuanya, baik dalam keadaan statis maupun dinamis, yang saling terkait membentuk satu kesatuan dan dihubungkan satu sama lain.

Doni dan Rahman (2020) menggambarkan website sebagai gabungan dokumen yang disimpan di server dan dapat dilihat oleh pengguna melalui browser. Setiap dokumen dapat terdiri dari beberapa halaman yang menyajikan informasi dan interaksi yang beragam, termasuk teks, gambar, video, animasi, suara, dan sebagainya. Pentingnya optimasi website adalah untuk meningkatkan visibilitasnya di hasil pencarian mesin pencari dan menarik lebih banyak lalu lintas pengunjung.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa website merupakan koleksi halaman informasi berbentuk data digital seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi yang dapat diakses melalui jaringan internet.

2.2.4 *Search Engine Optimization* (SEO)

SEO artinya singkatan dari “Search Engine Optimization” atau optimasi mesin pencari. *Search engine Optimization* (SEO) adalah serangkaian proses yang digunakan untuk membuat sebuah website berada di halaman pertama mesin pencari dengan kata kunci tertentu secara gratis atau tidak berbayar.

Menurut (Hidayah, 2023) *Search engine Optimization* (SEO) adalah suatu rangkaian yang dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan *traffic* dan volume dari mesin pencari menuju alamat situs web tertentu dengan memanfaatkan mekanisme kerja alami algoritma mesin pencari tersebut. *Search engine Optimization* melibatkan pemahaman tentang bagaimana mesin telusur bekerja dan faktor-faktor yang mempengaruhi peringkat situs web.

Mesin telusur menggunakan algoritma yang kompleks untuk menilai dan mengindex situs web berdasarkan relevansi dan kualitas konten, struktur situs web, faktor teknis, otoritas situs, dan sinyal sosial. Tujuan dari *Search engine Optimization* adalah menempatkan sebuah website pada posisi teratas dan halaman pertama hasil pencarian berdasarkan kata kunci atau *keyword* tertentu yang ditargetkan. Situs web yang berperingkat lebih tinggi dalam hasil pencarian lebih memungkinkan menerima volume dan *traffic* lebih besar dari pengunjung.

Berdasarkan hal-hal tersebut, maka solusi yang akan ditawarkan adalah bagaimana cara agar web atau blog berada pada posisi teratas di hasil pencarian Google dan akan mendatangkan trafik pengunjung yang banyak (Cahyono et al., 2013). Website yang menempati posisi teratas pada hasil pencarian memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung (Artanto, Nurdianyansyah and Widyagama Malang, 2017).

2.2.5 SEO On Page

SEO *On Page*, atau disebut peningkatan halaman, adalah strategi yang dilakukan dengan meningkatkan berbagai bagian situs, sehingga berdampak pada

hasil alat pencarian web. *SEO On Page* atau pengoptimalan web pada halaman mencakup peningkatan komponen di situs untuk meningkatkan peringkat di alat pencarian web. *On Page* merupakan salah satu jenis peningkatan sisi dalam suatu situs sehingga mudah dilihat melalui web crawler dalam jangka waktu singkat (Liyadi et al., 2022).

SEO On Page adalah suatu teknik optimasi yang dilakukan di dalam website/blog yang meliputi judul halaman (*title tag*), nama *domain*, *meta tags*, *body tags*, *friendly URL*, *alt tag*, *internal link*, dan *permalink*. Hal-hal yang dilakukan pada teknik *SEO On Page* adalah :

1. Nama *Domain*

Definisi nama *domain* atau biasa disebut dengan *domain name* atau URL adalah sebuah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah website. Dalam membangun sebuah website, perlu adanya arahan yang jelas tentang tujuan dari *website* tersebut tergantung pada nama domain yang ditentukan. Dengan kata lain, nama *domain* adalah alamat yang digunakan untuk menemukan situs web di internet. Contoh: <http://www.utdi.ac.id/> dan <http://www.kompas.com/>.

Dalam metode *SEO On Page*, nama *domain* harus mengandung salah satu atau beberapa kata kunci yang sudah ditargetkan. Nama *domain* dapat bebas diperjual belikan di Internet dan berstatus sewa tahunan. Nama *domain* memiliki ekstensi atau akhiran yang teridentifikasi tergantung lokasi situs web tersebut. Contoh nama *domain* dengan ekstensi alamat di Indonesia adalah [co.id](http://www.co.id)

(nama domain untuk website perusahaan), go.id (nama domain situs web pemerintah) atau or.id (nama domain situs web organisasi).

2. Judul Halaman (*Page Title*)

Page title adalah judul yang muncul di tab *browser* dan hasil pencarian mesin telusur. Judul halaman adalah elemen yang sangat penting dalam SEO karena mesin telusur menggunakan judul halaman untuk memahami tentang apa halaman tersebut. Judul website memiliki panjang 50-60 karakter. Apabila judul website memiliki panjang lebih dari 60 karakter maka *search engine* atau mesin pencari akan memotong karakter huruf pada halaman pencarian.

Judul halaman harus mencerminkan isi konten halaman secara akurat dan menarik perhatian pengguna potensial. Ini merupakan elemen pertama yang dilihat oleh pengguna dalam hasil pencarian, sehingga harus didesain agar menarik perhatian dan merangkum konten halaman dengan efektif. Setiap halaman web harus memiliki judul yang unik untuk membedakannya dari halaman lain dalam situs web. Keunikan judul membantu mesin perayap web memahami konten artikel dengan lebih baik dan mencegah duplikasi judul yang dapat membingungkan atau merugikan peringkat halaman.

3. *Meta Tags*

Meta tags adalah informasi yang disematkan dalam kode *HTML* halaman situs web. *Meta tags* yang paling umum digunakan adalah *meta description* dan *meta keywords*. *Meta description* adalah ringkasan singkat tentang isi halaman dan muncul di hasil pencarian mesin telusur di bawah judul

halaman. Sedangkan *Meta keywords* adalah daftar kata kunci yang relevan dengan konten halaman.

4. *Body Tags*

Body tags mengacu pada elemen atau tag yang digunakan di dalam bagian tubuh (*body*) dari halaman web untuk memberikan struktur dan arti pada konten. *Body tags* merujuk pada penggunaan *heading* (H1, H2, H3, dst.) dan *subheading* dalam konten halaman situs web. *Body tags* (<body>) menandai bagian utama dari sebuah halaman web, yang berisi konten yang akan ditampilkan kepada pengguna.

Body tags menandai awal dan akhir dari konten utama artikel pada halaman web. Semua teks, gambar, video, dan elemen konten lainnya yang membentuk isi utama artikel ditempatkan di dalam *body tags*. *Body tags* membantu dalam menciptakan struktur hierarkis yang jelas untuk konten artikel. Ini berarti bahwa konten utama artikel, seperti judul, paragraf, daftar, dan subjudul, ditempatkan dalam urutan hierarkis yang logis dan terorganisir di dalam *body tags*. Struktur konten yang ditempatkan di dalam *body tags* harus dioptimalkan untuk SEO. Ini termasuk penggunaan kata kunci yang relevan, judul yang menarik, dan struktur paragraf yang baik, yang semuanya dapat membantu meningkatkan peringkat artikel dalam hasil pencarian.

5. *Friendly URL*

Friendly URL (URL ramah pengguna) adalah struktur URL yang dirancang untuk mudah dimengerti dan diingat oleh pengguna, serta mudah

dipahami oleh mesin pencari. URL yang bersih dan mengandung kata kunci yang relevan dapat membantu mesin telusur memahami topik halaman website. Friendly URL sebaiknya singkat dan tidak terlalu panjang. Hal ini membantu meningkatkan kejelasan dan mempermudah penggunaan serta pembagian tautan. Friendly URL juga harus dioptimalkan untuk mesin pencari dengan menyertakan kata kunci yang relevan. Ini dapat membantu meningkatkan peringkat halaman dalam hasil pencarian.

6. Pengaturan Tag Alt dan Judul Pada Gambar

Pengaturan tag alt dan judul pada gambar pada website adalah praktik yang melibatkan penambahan teks deskriptif pada elemen gambar untuk memberikan informasi tambahan kepada pengguna dan mesin pencari. Pemanfaatan tag alt dan judul pada gambar memberikan efektivitas dalam menyertakan kata kunci pada gambar. Meskipun mesin pencari tidak dapat mengenali nama link gambar, penggunaan tag tersebut akan memfasilitasi proses pencarian dan membedakan identifikasi link gambar. Dalam konteks SEO, tag alt memberikan kesempatan untuk menyertakan kata kunci yang relevan, membantu mesin pencari memahami konten gambar dan meningkatkan kemungkinan gambar tersebut muncul dalam hasil pencarian gambar.

7. *Internal Link*

Internal link adalah sebuah tautan yang mengarah ke halaman berbeda di situs serupa. *Internal link* dapat membantu pengguna menjelajahi situs web. Tujuan dari internal link adalah untuk membantu melihat melalui alat pencarian

web (*search engine*) menyelidiki semua halaman artikel dan membaca keseluruhan struktur situs. Salah satu modelnya adalah memiliki menu situs sempurna yang menampilkan artikel terkait yang signifikan dan tidak berlebihan.

Pada umumnya sebuah situs konten artikel atau blog mempunyai 1 *internal link* ke artikel yang terhubung. Untuk meningkatkan desain situs web, artikel yang memiliki hubungan ke dalam artikel lain memiliki kata kunci yang secara implisit semakin mengembangkan tampilan kata kunci artikel tersebut.

8. *Permalink*

Permalink adalah singkatan dari "Permanent Link", yaitu URL (Uniform Resource Locator) yang secara lugas menyinggung suatu substansi atau konten tertentu di sebuah situs. Struktur permalink yang baik dapat membantu mengembangkan peringkat lebih lanjut dalam daftar pencarian. URL yang deskriptif dan penting dapat memberikan tanda kepada mesin pencari tentang konten laman, yang dapat meningkatkan kemungkinan muncul di item kueri terkait.

Tautan permanen yang mudah diakses dan dibagikan berfungsi dengan klien untuk berbagi konten melalui hiburan virtual, email, atau tahapan yang berbeda. Hal ini dapat membantu memperluas keterbukaan konten dan memperluas jangkauan khalayak.

2.2.6 SEO Off Page

SEO *Off Page* adalah serangkaian strategi dan aktivitas yang dilakukan di luar situs web untuk meningkatkan peringkat dan otoritas situs web di mesin telusur. SEO *Off Page* bekerja dari luar blog sendiri untuk mendukung SEO *OnPage* yang bekerja dari dalam blog.

SEO *Off Page* bekerja di luar halaman untuk meningkatkan posisi blog atau *website* pada halaman hasil mesin pencari. Hal-hal yang dilakukan pada teknik SEO Off Page adalah :

1. *Backlink*

Backlink adalah membangun tautan dari situs web lain ke situs web target merupakan salah satu metode SEO *Off Page*. Secara terminologi, backlink mengacu pada tautan yang diterima oleh simpul web (halaman web, direktori, situs web, atau domain tingkat atas) dari simpul web lain. Backlink dianggap sebagai salah satu faktor terpenting dalam menentukan otoritas dan relevansi sebuah situs web dalam algoritma mesin pencari. Mesin pencari seperti Google menggunakan backlink untuk menilai kualitas dan otoritas situs web. Semakin banyak dan berkualitas backlink yang dimiliki suatu situs, semakin tinggi kemungkinannya untuk mendapatkan peringkat yang baik dalam hasil pencarian. Tautan yang berkualitas dari situs web otoritatif dapat meningkatkan otoritas dan peringkat situs web target di mesin pencari.

2. *Submit Url*

Submit URL digunakan untuk memastikan bahwa mesin pencari mengetahui tentang keberadaan situs web dan halaman yang ada di dalamnya. *Submit URL* dapat membantu situs web muncul dalam hasil pencarian lebih cepat setelah perubahan signifikan pada situs web. Adapun fungsi *Submit URL* adalah untuk mempermudah mesin pencari dalam melakukan pengindeksan dan dapat menampilkannya pada halaman SERP. Proses pengiriman URL dapat dilakukan melalui alat-alat yang disediakan oleh mesin pencari seperti Google Search Console atau Bing Webmaster Tools. Umumnya, hanya memasukkan URL situs web dan mungkin memberikan informasi tambahan sebelum mengirimkannya.

3. Sosial Media

Optimisasi media sosial untuk artikel dalam *SEO Off Page* bertujuan untuk meningkatkan kemampuan konten Anda untuk terlihat, diekspos, dan didistribusikan melalui berbagai platform media sosial. Membagikan konten yang memberikan informasi berharga, berguna, dan berkualitas tinggi di platform media sosial dapat meningkatkan keterlibatan pengguna serta mendapatkan lebih banyak backlink dan pembagian (share).

2.2.7 Yoast SEO

Yoast SEO adalah plugin yang dapat digunakan pada platform *WordPress* untuk mengoptimalkan konten situs web sesuai dengan pedoman SEO. SEO merupakan serangkaian proses yang tidak dapat dilakukan satu kali saat melakukan

optimasi blog atau situs web. SEO dilakukan terus menerus seiring dengan berkembangnya postingan yang ditulis. Saat menulis konten artikel, perlu dilakukan optimasi SEO agar muncul di halaman pertama mesin pencari. Yoast SEO adalah plugin SEO dengan fitur terlengkap yang tersedia saat ini. Plugin Yoast SEO ini dirancang untuk memaksimalkan kinerja SEO WordPress. Jadi tidak dirancang bukan untuk mendapatkan peringkat satu halaman mesin pencari.

Untuk melakukan instalasi plugin Yoast SEO, cukup dengan buka halaman dashboard WordPress kemudian cari Yoast SEO, instal dan lakukan aktifkan. Penerapannya dalam pengoptimalan sebuah situs web atau blog adalah dengan memasukkan nama website ke form 'Nama Situs Web ' dan nama situs web alternatif di 'Nama Alternatif'. Selain itu perlu juga mendeskripsikan title dan meta description. Title adalah judul halaman di situs web dan ditampilkan di bagian atas browser pada setiap halaman. Sedangkan Meta (atau deskripsi meta) adalah deskripsi singkat yang muncul di hasil pencarian Google.

Dalam penulisan konten artikel hal penting saat menulis adalah memastikan judul (*title*) dan *meta description* mengandung kata kunci yang telah ditargetkan. Setiap kali membuat dan mempublikasikan postingan konten artikel, terdapat pengaturan SEO yang harus dilakukan untuk setiap postingan konten artikel. Pertama dengan memasukkan *keyword* target ke *Focus Keyword* untuk melihat skor SEO, selanjutnya menambahkan tautan ke situs web eksternal (tautan keluar), menambah jumlah karakter dalam artikel (minimal 500 karakter), dan menulis deskripsi meta.