

BAB II

LANDASAN TEORI

A. SEO

1. Pengertian SEO (Search Engine Optimization)

Yesaya (2011:1) menyatakan bahwa SEO adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis untuk meningkatkan volume dan kualitas *traffic* kunjungan melalui situs/*web* tertentu dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari tersebut. Menurut Patel (CEO Neil Patel Blog) menyatakan bahwa SEO adalah sebuah seni untuk memahami mesin pencari (*search engine*) dan menggunakan pengetahuan tersebut untuk membuat sebuah situs/*website* memiliki peringkat lebih tinggi pada *search engine*. Daffy Shaci menyatakan bahwa SEO adalah sebuah teknik atau cara untuk mengoptimasi situs agar menempati posisi atau halaman pertama *search engine*.

2. Tujuan SEO

Yesaya (2011:1) menyatakan bahwa tujuan SEO adalah menempatkan sebuah situs/*web* pada posisi teratas atau setidaknya pada halaman pertama dari hasil pencarian berdasarkan kata kunci tertentu yang ditargetkan. Daffy Shaci menyatakan bahwa tujuan SEO adalah bukan hanya membuat situs/*web* menempati halaman pertama *search engine* melainkan mendapatkan *traffic* dari *search engine*.

B. Sejarah dan Perkembangan Google SEO

Yesaya (2011:1) menyatakan bahwa menurut Danny Sullivan, istilah *Search Engine Optimization* (SEO) pertama kali digunakan pada tanggal 26 Juli 1997 oleh sebuah pesan *spam* yang di-*posting* di Uneset. Pada masa itu, algoritma mesin pencari belum terlalu kompleks sehingga mudah dimipulasi.

Versi awal algoritma pencarian sepenuhnya didasarkan pada kode html situs/*web*. *Meta tag* menyediakan informasi tentang konten yang terkandung pada suatu halaman *web* dengan serangkaian kata kunci (*keyword*).

Sebagian *webmaster* akan melakukan manipulasi dengan cara menuliskan kata kunci yang tidak sesuai dengan konten situs yang sesungguhnya sehingga mesin pencari akan salah menempatkan dan akan membuat peringkat terhadap situs tersebut. Hal ini menyebabkan hasil pencarian menjadi tidak akurat dan menimbulkan kerugian, baik bagi mesin pencari maupun bagi pengguna internet yang mengharapkan informasi yang *relevan* dan berkualitas.

Larry Page dan Sergey Brin adalah dua mahasiswa doktoral ilmu komputer Universitas Standford yang berusaha mengatasi permasalahan tersebut. Mereka akhirnya membangun *backrub* yaitu sebuah mesin pencari sederhana yang mengandalkan perhitungan matematika untuk membuat peringkat halaman *web*.

Algoritma tersebut bernama *page rank* yaitu fungsi matematika yang kompleks berupa kombinasi antara perhitungan jumlah *link* yang mengarah pada suatu halaman *web* dengan analisis terhadap kualitas masing – masing *link* tersebut.

Backrub hanyalah sebuah permulaan. Pada tahun 1998, Page dan Brin mendirikan Google yang merupakan versi tingkat lanjut *backrub*. Dalam waktu singkat, Google memperoleh reputasi dan kepercayaan dari publik pengguna internet karena berhasil menyajikan hasil pencarian yang berkualitas (tidak dimanipulasi), cepat, dan relevan. *Page Rank* lantas menjadi standar, baik bagi mesin pencari lain maupun bagi *webmaster* yang berusaha agar situs/*webnya* memperoleh nilai *page rank* yang tertinggi mungkin sehingga menempati posisi tertinggi pada hasil pencarian.

C. **Macam –Macam Optimasi SEO**

Menurut Mohammad Rustam (2010:118) menyatakan bahwa SEO ada dua macam optimasinya, yaitu Optimasi *OnPage* dan Optimasi *OffPage*.

1. **Optimasi *On-Page***

Ada beberapa faktor yang mendukung atau yang perlu diperhatikan dalam optimasi *onpage*, berikut ini penjelasannya.

a. URL dan *Permalink*

URL dan *Permalink* yang mengandung kata kunci akan lebih mudah berada di posisi terdepan dalam hasil pencarian.

b. *Title*

Title adalah judul *website*. Sebaiknya disini diletakkan kata kunci yang ditargetkan.

c. *Heading*

Heading adalah kode HTML berupa `<h1>` dan seterusnya. *Heading* juga menjadi bahan pertimbangan *search engine* dalam meletakkan urutan *website*.

d. *Meta Tags*

Meta tags bisa diartikan dengan sebuah keterangan terhadap *website* tersebut.

e. *Content*

Konten juga perlu diperkuat, yaitu dengan menambahkan kode HTML *bold* atau tebal, garis bawah, dan huruf miring untuk tiap – tiap kata kunci yang ditargetkan.

f. *Footer*

Footer terletak dibagian paling bawah dalam *website*. Sebaiknya sisipkan kata kunci di dalam *footer* ini.

g. *Images*

Mesin pencari atau *search engine* tidak akan mempedulikan bagusnya desain anda, tetapi memperhatikan apakah ada kata kunci di *file* gambar tersebut, dan apakah menggunakan *atribut Alt*.

2. Optimasi *Off-Page*

Untuk optimasi *offpage* ini lebih bertujuan untuk menyebarkan *backlink* atau *link* yang mengandung *anchor text* kata kunci dan mengarah ke *website* anda. Beberapa cara untuk mendapatkan *backlink* adalah dari *website* iklan baris, tukaran *link*, artikel direktori, komentar dari *blog do follow*.

1. *Backlink* dari Web Iklan Baris

Untuk *website* iklan baris, anda bisa menggunakan jasa pengiriman iklan massal, baik berupa *software* ataupun di *website* tersebut.

2. Bertukar *Link*

Anda juga bisa dapat bertukar *link* sesama *blogger*. Lihatlah *website – website* yang telah bertukar *link* dan pasanglah *link* anda di *website* mereka.

3. Artikel Direktori

Untuk mendapatkan *link* dari artikel direktori, terlebih dahulu anda harus menulis sebuah artikel.

4. *Backlink* dari *Do Follow Blog*

Do Follow adalah *blog* yang mengizinkan robot *search engine* untuk menelusuri seluruh *link* yang ada dalam *website* tersebut.