**SISTEM *COPYWRITING*  DAN SEO *WEBSITE*:**

**SISTEM *COPYWRITING* DALAM TEKNIK (*SEARCH ENGINE OPTIMAZION*) *WEBSITE* *CLIENT*  PAMUJI.ID PADA BULAN DESEMBER 2020**

**SKRIPSI**

****

 **OLEH :**

**ULIL FARAH AIZATI**

**18072338**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**Sistem *Copywriting* dan SEO *Website*:**

**Sistem *Copywriting* dalam Teknik SEO (*Search Engine Optimization*)**

***Website* *Client* Pamuji.id pada Bulan Desember 2020**

Ulil Farah Aizati

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Farrahaizaty@gmail.com

Abstrak

*Copywriting* sangat dibutuhkan terutama untuk membangun isi *content* yang menarik, dimana konten tersebut biasanya terdiri dari *teks* atau artikel, gambar, foto atau bahkan video. Dengan membangun *content copywriting* yang menarik dalam sebuah artikel melalui situs internet memerlukan suatu optimasi pada situs internet yang lebih dikenal sebagai SEO (*Search Engine Optimization*), dengan kaidah bahasa yang baik dan teknik yang benar untuk menarik para target *audiance* melalui situs *website*. Melihat dari hal tersebut peneliti mendapat ide untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang Sistem *Copywriting* dalam teknik SEO (*Search Engine Optimization*) di salah satu portal *website* di Yogyakarta yang menyajikan artikel secara teknik SEO (*Search Engine Optimization*) yaitu Pamuji.id, Maka inti dari penelitian ini akan membahas tentang **Bagaimana Sistem *Copywriting* dalam Teknik SEO (*Search Engine Optimization*) *Website* Pamuji.id pada Bulan Desember 2020?** Pertanyaan tersebut menjadi benang merah dalam tulisan ini yang akan membahas dan menganalisa sistem *copywriting* yang pernah di tampilkan dari *website client* Pamuji.id yang masih aktif terhitung di bulan Desember 2020. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan Teori Deskriptif dengan pendekaatn penelitian kualitatif menurut Sugiyono dan Teori *Copywriting* menurut Frank Jefkins yang menjadi dasar untuk menunjang penelitian ini.

**Kata Kunci:** Deskriptif Kualitatif,*Copywriting*, SEO (*Search Engine Optimization*) dan *Website*.

**Copywriting System and SEO Website:**

**Copywriting System in SEO Techniques (Search Engine Optimization)**

**Website Client Pamuji.id in December 2020**

Ulil Farah Aizati

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Farrahaizaty@gmail.com

*Abstract*

*Copywriting is needed especially to build interesting content, where the content usually consists of text or articles, images, photos or even videos. By building interesting copywriting content in an article through an internet site requires an optimization on an internet site better known as SEO (Search Engine Optimization), with good language rules and correct techniques to attract audiance targets through the website. Seeing from that, researchers got the idea to do more research on Copywriting System in SEO techniques (Search Engine Optimization) in one of the website portals in Yogyakarta that presents articles on SEO (Search Engine Optimization) techniques that are Pamuji.id, then the essence of this study will discuss about* ***How Copywriting System in SEO Techniques (Search Engine Optimization) Website Pamuji.id in December 2020?*** *The question becomes a common thread in this paper that will discuss and analyze the copywriting system that has been displayed from client Pamuji.id websites that are still actively calculated in December 2020. This research uses qualitative method with Descriptive Theory with qualitative research shortaatn according to Sugiyono and Copywriting Theory according to Frank Jefkins which became the basis to support this research.*

***Key words :*** *Descriptive Qualitative, Copywriting, SEO (Search Engine Optimization) and Website.*

**PENDAHULUAN**

Menurut data IDC (Internet Indo Data *Centra* Indonesia) Pada era sekarang ini perkembangan internet sangat pesat. Teknologi internet telah hadir dan berkembang di tanah air dalam sepuluh tahun terakhir. Berbicara soal internet menjadi alasan mendasar penelitian ini berawal, pada zaman sekarang ini hampir semua mobilitas ditunjang dengan internet, sekarang ini jumlah pengguna internet di seluruh dunia terus bertambah dan akan terus tumbuh seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi. Situs internet yang dijadikan sebagai media yang harus dibangun dengan kaidah-kaidah yang benar, sehingga situs internet atau portal tersebut dapat menjadi optimal. Salah satu kaidah-kaidah yang baik dalam membangun situs internet sebagai media informasi adalah bagaimana isi dari situs internet tersebut terindeks dengan baik di mesin pencari seperti *google*. Optimasi pada indeks mesin pencari akan difokuskan pada mesin pencari *google* karena 83% pengguna internet di seluruh dunia menggunakan *google* sebagai mesin pencarinya. Optimasi pada mesin pencari google yang lebih dikenal sebagai SEO (*Search Engine Optimization*) pada *website* merupakan kaidah penting agar situs internet lebih mudah dicari pengguna dengan kata kunci yang diinginkan.

Metode SEO (*Search Engine Optimization*) ini membuat *website* supaya dikenal oleh khalayak ramai melalui *search engine* atau mesin pencari. *Website* ibarat toko atau kantor atau *workshop online* sebagai media informasi di internet . Semakin banyak yang mengunjungi *website*, maka kemungkinan dapat muncul dalam urutan nomor satu di search bar. Dan langkah untuk menjadikan *website* ramai dikunjungi, juga membutuhkan biaya dan upaya yang tidak sedikit. Sebuah *website* tentu saja membutuhkan konten di dalamnya, dimana konten tersebut biasanya terdiri dari teks atau artikel, gambar, foto atau bahkan video. Artikel ini biasanya ditulis oleh *copywriter* . Pentingnya sebuah artikel dalam konten sebuah *website* adalah berkaitan erat dengan jumlah *visitor*, untuk itu artikel sebuah *website* harus dikembangkan dengan tepat karena hal ini akan mempengaruhi performa pada *website*. Dengan kata lain apabila konten *copywriting* yang disajikan secara kuantitas adalah banyak dan secara kualitas adalah baik, maka secara otomatis akan banyak para pembaca yang akan mengikuti *website* tersebut. *Traffic website* akan konstan di angka yang tinggi, dengan begitu maka kunjungan yang banyak tersebut bisa di arahkan kepada produk dan layanan yang di miliki. Mereka yang tadinya hanya sekedar membaca baca informasi saja, bisa meningkat menjadi mengunjungi website tersebut.

Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat disimpulakan bahwa SEO *Copywriting* dapat didefinisikan sebagai cara menciptakan konten yang menarik dan bermanfaat dengan menargetkan kata kunci tertentu. Tentunya ini akan meningkatkan relevansi dan otoritas, sehingga dapat meningkatkan peringkat halaman pada website. Dengan kata lain teknik ini adalah bertujuan untuk membuat konten yang dapat dipahami oleh pembaca namun juga dapat bersaing didalam mesin pencari. Penggabungan teknik SEO dan *Copywriting* membuat konten yang dibuat dapat bersaing dengan konten-konten pesaing lainnya. Dengan memenangkan persaingan tersebut tentunya akan meningkatkan *traffic website* dan juga akan menjadi portal *website* terpercaya dan lebih dikenal di era digital ini.

Melihat permasalahan di atas menjadi salah satu alasan penulis untuk melakukan penelitian guna mengkaji dan mempelajari rasa keingin tahuan tentang konten-konten *copywriting* dalam teknik SEO (*Search Engine Optimization*) yang seperti bagaimana dan kriteria seperti apa, agar website tersebut mampu menjadi peringkat pertama dalam urutan *traffic website* sehingga portal *website* tersebut mampu di kenal di dunia internet.

Penelitian ini dilakukan di suatu perusahaan di Yogyakarta yang bergerak dibidang Teknologi Informasi dan *Content* yaitu PT Pamuji Media Infotama, PT Pamuji Media Infotama memiliki *website* yaitu Pamuji.id yang pada dasarnya memang penyedia jasa pembuatan *website* dan *maintance website* klienya dengan content-content terutama tentang artikel-artikel *copywriting*, dan semua artikel *copywriting* yang di terbitkan di *website* clientnya menggunakan teknik SEO (*Search Engine Optimization*) selain hal tersebut Pamuji.id juga menyajikan konten *copywriting* dengan informasi dan pembahasan yang mendetail dan bervariatif sesuai kebutuhan yang di inginkan kliennya sesuai target *audiance* kliennya tersebut. Berlatar belakang dari itulah, maka penulis membuat penelitian dengan judul “Sistem *Copywriting* dalam Teknik SEO (*Search Engine Optimization*) *Website Client* Pamuji.id Pada Bulan Desember 2020”, Agar penelitian obyek dan waktu terfokus untuk membahas tentang sistem copywriting yang pernah di buat oleh Pamuji.id, pada *website* klien-kliennya yang masih aktif *hosting* dan domain, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian pada bulan Desember 2020, penulis mengambil periode bulan Desember 2020 di karenakan waktu dan kondisi yang tepat untuk melakukan penelitian sebelum berganti tahun, karena banyak beberapa klien Pamuji.id belum memperpanjang hosting dan domain untuk webnya sehingga nantinya akan kesulitan untuk melakukan penelitian, dengan penelitian ini juga maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru bagi pembaca terkait SEO *Copywriting*.

**PERMASALAHAN DAN TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini menganalisis bagaimana sistem *copywriting* dalam teknik SEO (*Search Engine Optimization*) pada *website client* Pamuji.id pada bulan Desember tahun 2020, dan Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu ingin mengetahui dan mendeskripsikan tentang sistem *copywriting* yang pernah di buat oleh Pamuji.id dalam meningkatkan *trafic* SEO (*Search Engine Optimization*) pada sebuah Website client di Internet.

**METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pendekatan tipe penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan melalui pengumpulan data sedalamdalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau sampling lainnya sangat terbatas.

Pendekatan deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel. Sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana Sistem *Copywriting* dalam Teknik SEO (*Search Engine Optimization*) pada *Website Client* Pamuji.id untuk menngkatkan *traffic* mesin pencari.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di Pamuji.id dikarenakan Pamuji.id merupakan salah satu situs portal web yang menerapkan dan menyediakan jasa SEO (*Search Engine Optimization*) dalam memaintance web dari klien-kliennya, terutama di area Yogyakarta yang sebelumnya penulis sudah amati terlebih dahulu sebelum akhirnya memutuskan untuk memilih Pamuji.id, karena sebagian besar situs portal lain belum mengetahui seberapa pentingnya SEO untuk sebuah web sehingga sebagian situs portal web tersebut belum menerapkan teknik SEO dalam mengelola webnya, teknik SEO yang di lakukan Pamuji.id merupakan serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari menuju situs tertentu dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari tersebut sehingga web Pamuji.id dapat berada di trafik peringkat peratama dalam mesin pencari.

Berdasarkan hal tersebut penulis memperkuat keyakinan untuk melakukan penelitian di Pamuji.id, Hasil penelitian dan temuan data yang di dapat dari penulis, dengan menggunakan teori deskriptif degan pendekatan kualitatif bahwa Pamuji.id mengikuti aturan penulisan web yang sesuai SEO (*Search Engine Optimization*) *Copywriting*. Hal itu dilihat dari penulisan header, judul, tanda baca, jumlah kata dalam perkalimat dan pemiihan topik dalam kategori berita ditulis dengan EYD yang benar dan ditampilkan secara lebih singkat sehingga pembaca dapat lebih muda memahami apa yang ditulis di Pamuji.id. Penulisan yang baik juga dapat dilihat dari konten yang ditampilkan secara singkat dan lebih lugas dengan dua sampai empat kalimat di setiap paragrafnya. Bahasa yang digunaakan juga relatif mudah dipahami. Istilah-istilah asing dicetak miring. Kriteria penulisan berita juga telah dipenuhi dengan unsur 5w + 1H, nama penulis, waktu berita diluncurkan, dan ilustrasi berita berupa gambar dan hal yang terpenting dalam SEO (Search Engine Optimization) Copywriting adalah mengikut sertakan keyword atau kata kunci dalam penulisan artikel tentang informasi yang di sajikan kepada viewers.

Konten copywriting dari website klien dari Pamuji.id yaitu wisatamerapijeepadventure.com dengan artikel yang berjudul “Jogja Tour Wisata” menerapkan kaidah SEO (*Search Engine Optimization*) dalam pembuatan koten copywriting dalam artikel tersebut, seperti yang penulis cantumkan pada kerangka teori penelitian, karena mengandung unsur-unsur kaidah SEO (*Search Engine Optimization*) menurut Yohan Jati Waloeya di dalam bukunya yang berjudul “Google SEO Mendongkrak situs anda keperingkat puncak pada search engine” dan di jadikan penulis menjadi kerangka teori dan landasan maka hasil analisis nya seperti berikut :

**a. Judul yang Menarik dan Akurat.**

Hal ini penting diperhatikan oleh copywriter, karena melalui judul dapat memberi tahu pembaca akan topik tertentu sehingga mudah untuk dicari dan dimengerti, yaitu “Pantai Jogan, Antara Air Terjun dan Pantai”. Banyak penelitian yang menunjukan bahwa 80 % pembaca hanya membaca judul terlebih dahulu sesuai kebutuhan yang informasi yang di cari yaitu mengenai informasi seputar tour di Yogjakarta. Selain itu pembaca akan melihat gambar dan kemudian isi utama dalam konten. Dengan judul yang menarik, pembaca akan lebih mudah dan mau untuk mengunjungi tulisan dan tentunya hal ini akan mempengaruhi posisi SEO. Pamuji.id membuat deskripsi konten, tag judul yang unik disetiap laman, menggunakan pemilihan judul yang singkat dan terupdate untuk meghindari clikbait di setiap artikel yang di tampilkan.

**b. Menggunakan Meta Tag "Description".**

Meta tag deskripsi Pamuji.id berupa kalimat ataupun paragraf pendek yang menjadi penjelasan dari judul. Metatag berguna untuk memberikan relevansi antara apa yang dicari oleh pembaca terhadap pencarian laman, sehingga Pamuji.id berusaha memberikan kecocokan dengan materi yang dicari oleh pembaca. Hal ini dilakukan dengan cara merangkum konten laman dengan akurat dan menggunakan deskripsi sebanyak minimal 2 kata kunci, kata kunci sekiranya 3% dari jumlah kata, kata kunci ada yang di bold, italic, dan underline dalam sebuah kalimat dengan karakter yang akan ditampilkan pada mesin pencari.

**c. Pamuji.id meningkatkan Struktur URL.**

Pamuji.id meningkatkan struktur URL, URL yang biasanya berwarna biru dan berada di tengah-tengah paragraf dalam satu artikel, Pamuji.id membuat sebuah URL yang mudah dipahami dan mampu menyampaikan konten informasi dengan mudah. Struktur URL juga dapat membantu penelusuran yang lebih baik pada tulisan penulis.

**d. Pamuji.id Membuat Situs Dengan Navigasi yang Mudah.**

Navigasi dalam web penting diperhatikan oleh *copywriter*. Karena navigasi ini pada nantinya akan membantu pembaca dalam menemukan konten yang mereka butuhkan secara cepat. Sehingga Pamuji.id membuat situsnya dengan navigasi agar pembaca tidak mudah untuk berpindah ke tulisan lainnya dan justru menemukan materi yang spesifik ditulisan penulis dan tetap di situs website milik wisatamerapijeepadventure.com yang merupakan klien Pamuji.id.

**e. Pamuji.id menggunakan Gambar dan Video yang Optimal Dalam Website**

Penggunaan gambar dan video dalam website Pamuji.id dilakukan oleh *copywriter* Pamuji.id agar halaman web klienya “Jogja Tour Wisata” menjadi sesuatu yang tidak membosankan. Pamuji.id menyediakan video dan gambar yang disertai audio narasi tentang suatu pemberitaan. Adanya video dan gambar tersebut membantu *viewer* untuk memvisualisasikan berita yang mereka dengar. Dengan adanya video dan gambar, *viewer* dapat lebih mudah memahami kronologi secara visual. Dengan adanya gambar dan video di Pamuji.id dapat melengkapi pemberitaan yang berupa tulisan. Sehingga ketika pembaca membuka laman web tersebut, pembaca juga dapat dibuat seolah-olah mengimajinasikan seperti apa bentuk tulisan yang sedang dibaca dengan adanya gambar yang disemaikan agar memberikan kesan yang menarik.

**f. Pamuji.id Menggunakan Keyword di Setiap Kontennya**

 Konten copywriting yang dibuat oleh Pamuji.id dalam web “Wisata Merapi Jeep Adventure” tersebut memasukkan keywoard (Info paket wisata jeep jogja, Jeep merapi jogja, Sewa jeep murah, Wisata jeep jogja, Wisata jeep merapi, dan Wisata jeep merapi jogja) sesuai informasi yang di tampilkan dalam setiap penulisannya. Pada tahapan ini merupakan hal yang paling penting didalam proses SEO *Copywriting*. Karena *copywriter* harus terfokus pada kata kunci yang sempurna dan meriset tingkat kesulitan persaingan kata kunci tersebut. *keyword* yang dimasukan bersama dengan artikel untuk mengoptimalkan *traffic* ke website , sedangkan jumlah kata ada 403 kata dalam satu artikel yang di sajikan ini. Semakin banyak yang melihat dan membaca konten yang di buat menarik tersebut maka otomatis akan membuat *trafic website* klien dari Pamuji.id tersebut meningkat dan menjadi berada paling atas di *Google* serta memancing banyak *viewers*. Karena ketika seseorang mencari berita atau informasi yang sedang trend dan di cari pada saat itu, seseorang tersebut akan mengetik kata kunci atau keyword maka akan muncul website “Wisata Merapi Jeep Adventure” di deretan atas di Google pada search bar maka akan muncul web klien dari Pamuji.id. Tampilan tersebut membuat website klien-klien dari Pamuji.id tersebut menjadi mudah diakses karena *viewer* dapat dengan mudah mencari ataupun memilih artikel yang ingin mereka baca. Tulisan pada kategori yang ditawarkan juga sangat jelas dengan cukup melakukan satu klik pada tulisan kategori yang dipilih maka kita akan dengan mudah masuk ke pilihan tulisan dengan kategori tersebut. *Website* dari klien-klien Pamuji.id juga dapat diakses melaui smartphone sehingga memudahkan siapa saja untuk mengaksesnya. Jika hendak mencari konten dengan suatu kata kunci hastag SEO ( *Search Engine Optimization*), menu pencarian juga telah ditawarkan sehingga dapat dengan mudah menemukan konten yang diinginkan. Contohnya kolom berita utama, popular, dan yang lainnya.

Berdasarkan hasil data yang di peroleh dari wawancara dan observasi pengamatan dari penulis yang di lakukan mulai dari bulan Desember 2020, *copywriter* dari Pamuji.id sangat pandai membungkus sebuah kalimat-kalimat menjadi sebuah artikel yang dapat memberi manfaat pada pembaca yang yang tentunya sesuai kaidah SEO (*Search Engine Optimization*) yang di tulis pada website klien-kliennya yaitu KMJ Tansport Jogja, Mitra Amanah, Jogja sewa Motor, Wisata Merapi Advanture, Ipo Tour Jogja, Jogja Wisata Tour, dan Roemah Djogja untuk meningkatkan trafic website tersebut. Menurut pemaparan dari Sekretaris Umum COO Misfah Fitria A, Copywriter dari Pamuji.id harus menuliskan sebuah konten yang sesuai dengan SEO (*Search Engine Optimization*) yang akan dikonversi. Oleh sebab itu seorang *copywriter* Pamuji.id harus mengetahui target *audiance* tujuannya untuk mempermudah dalam pengoptimasian tindakan dari pembaca. Keterkaitan antara konten dan target *audiance* harus saling bersinergi untuk menghasilkan sebuah *copywriting* yang mampu menarik perhatian. Namun pada akhirnya untuk melihat efek atau hasil dari media yang ditimbulkan *copywriting* bermuara pada sebuah point ini yaitu respon dari konten *copywriting* tersebut.

Sehingga dapat di simpulkan web-web yang di buat oleh Pamuji.id berusaha mengoptimalkan web kliennya dengan membuat konten *copywriting* tersebut dapat memenangkan *traffic* karena sesuai kaidah SEO (*Search Engine Optimization*) yang mengandung unsur-unsur seperti membuat headline yang mampu menarik perhatian karena itu seorang *copywriter* Pamuji.id membuat sebuah *headline* yang dapat memancing pembacanya untuk membaca karena *headline* yang terlalu membosankan, tentunya hal ini akan membuat orang tidak mempunyai alasan untuk tidak membaca konten tersebut. Kemudian *copywriting* Pamuji.id menggunakan kata kunci atau *keybord* diawal paragraf ( 100 kata pertama paragraf pertama), kata kunci atau *keybord* ada diakhir paragraf , jumlah kata artikel dari ketujuh *website* klien tersebut secara kesulurah ada minimal 300-1020an kata dalam satu artikel yang di sajikan dan tidak lupa mengikut sertakan url-url yang memudahkan pembaca untuk melanjutkan mendapat informasi yang di cari serta cara agar pembaca tetap berada di portal Pamuji.id dan menyebarkan artikel berita tersebut ke banyak orang sehingga semakin sering di kunjungi dan sesuai teknik SEO (*Search Engine Optimization*) yang baik, Pamuji.id akan memenangkan *traffic* diantara *website* tayang setara lainnya dan otomatis menjadi urutan pertama yang akan muncul dalam urutan pertama dalam mesin pencari terutama untuk kategori Yogyakarta.

Dari hasil analisis di atas sesaui dengan metode kerangka teori *copywriting* dari frank jefkins yang penulis jadikan dasar. Pamuji.id juga mampu menimbulkan ketertarikan (interest) dan mendatangkan banyak viewers, Copywriter dari Pamuji.id selalu mampu membuat konten yang tidak hanya sekedar konten yang teroptimal dan memenangkan traffic dalam mesin pencari. Tetapi juga mampu menyentuh para pembaca dan menimbulkan ketertarikan untuk terus membuka website Pamuji.id seperti menyajikan artikel *copywriting* yang detail dan informatif tentang produk atau jasa yang di tawarkan dengan tetap membumbui kalimat-kalimat dengan unsur pemasaran untuk mempromosikan perusahaan klien kleinnya tersebut, sehingga hal tersebut membuat *website* klien-klien dari Pamuji.id banyak dikenal karena mampu menarik banyak perhatian para pencari informasi di media massa. Pengoptimalan inilah dibutuhkan kemampuan *copywriter* untuk menciptakan konten copywriting yang sesuai kaidah SEO (*Search Engine Optimization*) serta menjaga keseimbangan sehingga mereka dapat menikmati, terhibur dan juga mampu menjawab permasalahan mereka dan terpenting juga *website* Pamuji.id dapat bersaing didalam mesin pencari.

Pamuji.id berhubungan dengan pembacanya melalui kolom komentar yang memberi ruang berbagi opini dan komentar pembaca yang berkaitan dengan pelayanan produk atau jasa yang di tawarkan oleh klien-klien Pamuji.id. Redaksi Pamuji.id juga menerima masukan di situs pribadinya dengan mengutamakan surat yang ditulis dengan baik dan disertai dengan identitas yang jelas. Dari adanya ruang bagi pembaca untuk berinteraksi dengan redaksi, sudah nampak bahwa unsur interactivity dan interest yang telah dipenuhi oleh Pamuji.id. Dalam hal Keinginan (*desire*) ini *copywriter* harus mampu menciptakan *copywriting* dan konten-konten yang dapat memancing minat dan hasrat pembaca, dengan cara menyajikan konten yang memberi informasi yang update seputar wisata, kuliner dan informasi persewaan transportasi untuk berlibur terlebih Pamuji.id merupakan situs portal yang berdomisili di Yogyakarta.

Keyakinan atau *conviction* adalah point utama dari kunci penulisan dan pembuatan konten ini, bahkan menjadi yang terpenting, Audiens yang telah memiliki atensi, minat, dan hasrat tidak akan berarti apa-apa jika konten yang di sajikan tidak mampu menyajikan pesan yang mampu membuat audiens memiliki keyakinan untuk membaca dan menyebarkan informasi dari situs klien-klein dari Pamuji.id ini, yang nantinya akan semakin banyak pula viewers yang mengunjungi situs web klien-klien Pamuji.id tersebut, hal itu nantinya akan di manfaatkan Pamuji.id untuk menawarkan jasanya yang di pasang dalam tampilan jendela *website* miliknya. Maka, tidak jarang pada jaman sekarang situs-situs online dapat di gunakan ladang untuk berbisnis dan banyak bisnis online yang menampilkan testimoni dari pelanggan untuk meyakinkan calon konsumen baru, testimoni tersebut juga berfungsi meningkatkan trust atau keyakinan dari audiens seperti yang di lakukan oleh Pamuji.id. Tensi, minat, dan hasrat, serta keyakinan yang dimiliki audiens sebagai bentuk respon terhadap suatu konten yang akan membawa *audiens* pada tindakan akhir. Aksi di sini berarti si *audiens* melakukan respon yang benar-benar langsung berhubungan dengan pesan yang disampaikan dan berkeinginan untuk menjadi konsumen dari produk atau jasa yang di tawarkan oleh klien-klien Pamuji.id tersebut.

**PENUTUP**

**Kesimpulan**

 Sesuai dengan penelitian yang telah peneliti lakukan tentang menganalisis Sistem *copywriting* dari website *client* Pamuji.id dari bulan Desember 2020, penulis dapat menarik kesimpulan melalui beberapa poin sebagai berikut :

1. PT. Pamuji Media Infotama atau yang lebih di kenal dengan nama Pamuji.id yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan Web (web *services*) , Teknologi Informasi , *Content* dan SEO yang berdomisili di Yogyakarta.
2. Pamuji.id telah mengikuti aturan penulisan web yang sesuai SEO (*Search Engine Optimization*) *Copywriting*. Hal itu dilihat dari penulisan header, judul, tanda baca, jumlah kata dalam perkalimat dan pemiihan topik dalam kategori berita ditulis dengan EYD yang benar dan ditampilkan secara lebih singkat sehingga pembaca dapat lebih mudah memahami apa yang ditulis di Pamuji.id.
3. *Copywriting* Pamuji.id ditampilkan secara singkat dan lebih lugas dengan dua sampai empat kalimat di setiap paragrafnya. Bahasa yang digunaakan juga relatif mudah dipahami. Istilah-istilah asing dicetak miring. Kriteria penulisan berita juga telah dipenuhi dengan unsur 5w + 1H, nama penulis, waktu berita diluncurkan, dan ilustrasi berita berupa gambar dan hal yang terpenting dalam SEO (*Search Engine Optimization*) *Copywriting* yang mengikut sertakan *keyword* atau kata kunci dalam penulisan artikel atau berita-berita tentang informasi yang di sajikan kepada *viewers*.
4. Copywriting yang ditulis oleh *copywriter* di Pamuji.id menurut pengamatan dari penulis selama Desember 2020, berisikan tentang konten yang menarik dengan kalimat yang sesuai dengan SEO (*Search Engine Optimization*) . Artikelnya selalu di awali dengan judul yang menarik dan akurat, menggunakan menggunakan deskripsi sebanyak minimal 2 kata kunci, kata kunci sekiranya 3% dari jumlah kata, kata kunci ada yang di *bold*, *italic*, dan *underline*, serta *keyword* yang teraktual dan *update* sesuai dengan alat penelusur semacam *Google*. *keyword* berada diawal paragraf ( 100 kata pertama paragraf pertama), kata kunci atau *keybord* ada diakhir paragraf , jumlah kata ada minimal 300-1200 kata dalam satu artikel dan tidak lupa mengikutsertakan url-url yang memudahkan pembaca untuk menavigasi dan melanjutkan mendapat informasi yang di cari serta cara agar pembaca tetap berada di portal, Pamuji.id juga menyediakan video atau gambar yang disertai audio narasi tentang suatu pemberitaan. Adanya video dan gambar tersebut membantu *viewer* untuk memvisualisasikan berita yang mereka dengar.
5. Pamuji.id berusaha membuat *audiens* memiliki keyakinan untuk membaca dan menyebarkan informasi atau berita dari situs Pamuji.id ini, yang nantinya akan semakin banyak pula *viewers* yang mengunjungi situs klien-klien Pamuji.id tersebut, hal itu nantinya akan di manfaatkan oleh Pamuji.id untuk menawarkan jasa dari situsnya sendiri yang di pasang dalam tampilan jendela *website* miliknya.

**Saran**

Penulis juga berharap Pamuji.id dapat memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara seorang *copywriter* mengerjakan tugasnya tentang *SEO Copywriting.*

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku :**

Anggoro, 2012. *Legenda Media Online*. Jakarta: Mocomedia.

Bogdan dan Taylor. 1975. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja

Karya

Ledford, J. L. 2009. *Search Engine Oprimization. Canada*: Wiley Publishinginchal.

Waloeya, Yohan Jati. 2011. *Google SEO Mendongkrak situs anda keperingkat puncak pada search engine*. Yogyakarta: Andi.

**Sumber Jurnal :**

Ahmad, dkk, 2017 . *Analisis Pemanfaatan Search Engine Optimizion Dalam Meningkatan Penjualan Produk UKM Di Pasar Internasional (Studi Kasus Pada CV. Ayung Sportindo)*. Jurnal Administrasi Bisnis.Vol. 50 No. 6 : hal. 99.