

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

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.<sup>1</sup>

Dalam internet berbagai informasi dapat dengan mudah di dapat, salah satunya melalui portal-portal *website* yang ada, kini tampilan berbagai web portal Indonesia sudah sangat menarik dan nyaman untuk dilihat. Dengan ditambah tulisan menarik, tentu membuat pembaca merasa tertarik dan memberikan informasi yang membangun. Merupakan hal yang wajar, apabila *website* berita memiliki banyak sekali pengunjung setiap harinya, bahkan setiap jam tidak pernah sekalipun kehilangan pengunjung karena media internet berlangsung selama 24 jam di berbagai penjuru dunia. Tapi untuk membuat sebuah situs internet menjadi situs yang banyak dikunjungi oleh pengguna internet, situs tersebut tidak hanya baik dari tampilan luar saja. 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 pencariannya. Optimasi pada mesin pencari *google* yang lebih dikenal sebagai

---

<sup>1</sup> Jasmadi, *Panduan Praktis Menggunakan Fasilitas Internet* (Yogyakarta : Andi, 2004) hal. 01

SEO (*Search Engine Optimization*) pada *website* merupakan kaidah penting agar situs internet lebih mudah dicari pengguna dengan kata kunci yang diinginkan.<sup>2</sup>

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*.<sup>3</sup>

Untuk menghasilkan sebuah artikel yang baik, *copywriter* harus menggunakan teknik pengembangan *copywriting* tentang artikel yang sesuai dengan kaidah bahasa yang baik dan teknik SEO yang benar, karena menurut mesin pencari, kualitas konten adalah parameter utama sebuah *website* dapat masuk ke halaman pertama di hasil pencarian. Sebuah *website* dibuat karena ada informasi yang ingin disampaikan oleh pembuat *website* atau *copywriter* dalam menulis informasi kepada para pembacanya. Informasi ini tentu saja terkait dengan tema dari *website* tersebut. Dengan kata lain pemilik *website* ingin bahwa para pembaca mengetahui informasi-informasi yang sengaja disediakan oleh pemilik *website* untuk menarik mereka kepada produk dan layanan yang mereka miliki. Bisa bayangkan apabila memiliki *website*, tetapi tidak ada artikel di dalamnya, pastilah *website* tersebut akan terlihat tidak menarik untuk disimak. Sebaliknya *website* yang memiliki banyak artikel,

---

<sup>2</sup> Yohan Jati Waloea, *Google SEO Mendongkrak situs anda ke peringkat puncak pada search engine* ( Yogyakarta: Andi, 2011) hal. 02

<sup>3</sup> Ibid hal. 03

apalagi artikel yang bermanfaat bagi para pembaca, pasti akan sangat menarik untuk disimak.<sup>4</sup>

Selain *website* harus menarik, sebuah *website* harus *up to date*, sering ada artikel baru atau hanya artikel lama saja. *Website* yang didalamnya hanya terdapat artikel yang lama, bisa dibilang adalah *website* yang tidak terkelola dengan baik. Sebaliknya *website* yang selalu ada artikel baru berarti *website* tersebut dikelola dengan rutin. *Website* yang selalu menyediakan artikel secara konsisten dan berkala, tentu saja akan banyak yang akan membacanya. Orang membaca sebuah *website* adalah untuk mendapatkan informasi, itulah sebabnya konten *copywriting* sangat berpengaruh untuk menarik para *audience* melalui situs *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.<sup>5</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat disimpulkan 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.

---

<sup>4</sup> Yohan Jati Waloea, *Google SEO Mendongkrak situs anda ke peringkat puncak pada search engine* ( Yogyakarta: Andi, 2011) hal. 03-04

<sup>5</sup> Ibid, hal. 05

Melihat permasalahan di atas menjadi salah satu alasan penulis untuk melakukan penelitian guna mengkaji dan mempelajari rasa keingin tahun 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* kliennya 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 bervariasi 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*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berangkat dari pemaparan masalah diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana Sistem *Copywriting* dalam Teknik SEO (*Search Engine Optimization*) Pada *Website Client* Pamuji.id Pada Bulan Desember Tahun 2020?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dengan adanya penelitian ini 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.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik dari segi teoritis maupun segi praktis :

a. Manfaat Teoritis,

Manfaat Teoritis (akademis) penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai sumbangan ilmu pengetahuan dari kajian ilmiah bidang komunikasi, khususnya dalam bidang *copywriting*.

b. Manfaat Praktis,

Manfaat Praktis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman baru keterampilan, sikap dan pengembangan karier khususnya tentang *copywriting* bagi peneliti dan pembaca, Bagi Pamuji.id penelitian ini diharapkan mampu memberikan dampak positif dalam kemajuan di bidang *copywriting* tentang SEO.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Jenis 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.<sup>6</sup>

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.<sup>7</sup>

### 1.5.2 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara :

1. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Data dalam penelitian ini diperoleh dari *website* Pamuji.id. Data yang diteliti adalah tentang isi konten *copywriting* yang sesuai kaidah SEO (*Search Engine Optimization*) untuk meningkatkan *trafic website* klien-klein Pamuji.id tersebut.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka bertujuan untuk memperoleh data teoritis dari berbagai literatur yang dapat mendukung penelitian ini. Kegiatan ini dilakukan dengan mengkaji dan menganalisis sebagai literatur dan bacaan yang berkaitan dengan penelitian ini.

---

<sup>6</sup> Rahmat, Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : PT. Kencana Perdana, 2006) hal. 56

<sup>7</sup> Ibid hal. 69

### 1.5.3 Objek Dan Subjek Penelitian

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, berikut ini merupakan objek dan subjek yang akan digunakan oleh penulis :

#### a. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang ingin diketahui atau diteliti dari subjek penelitian. Objek penelitian dari penelitian penulis yaitu menganalisis tentang sistem *copywriting* yang pernah ditayangkan oleh Pamuji.id Bulan Desember 2020 di *website* klien Pamuji.id yang masih berstatus aktif *hosting* dan *domain* yaitu :

1. KMJ Tansport Jogja
2. Mitra Amanah
3. Jogja sewa Motor
3. Wisata Merapi *Adventure*
4. Ipo Tour Jogja
5. Jogja Wisata Tour
6. Roemah Djogja.
7. Jogja Tour Wisata

#### b. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan. Penentuan subjek dalam penelitian ini digunakan untuk memndapatkan informasi secara jelas dan mendalam. Subjek penelitian ini di dasarkan atas tujuan peneliti dalam mengungkap sebuah masalah yang diangkat dalam penelitian. Subjek penelitian ini di dasarkan atas tujuan peneliti dalam mengungkap masalah yang di angkat dalam penelitian. Adapun subjek penelitian yang di maksudkan di sini adalah penulis yang melakukan penelitian dan memberikan informasi terkait permasalahan yang diteliti, yaitu tentang mengamati bagaimana teknik SEO (*Search Engine Optimization*) *copywriting* yang di terapkan pada *Website client-client* Pamuji.id.

### 1.5.4 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kelanjutan dari penelitian yang digunakan untuk mencari, menata, dan merumuskan kesimpulan secara sistematis dari hasil observasi dan studi dokumentasi. Data yang dikumpulkan oleh peneliti bisa diolah ketika penelitian sedang berlangsung. Menurut Milles dan Huberman analisis data kualitatif terdiri dari empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.<sup>8</sup>

- a. Pengumpulan data adalah saat peneliti mengumpulkan data data yang akan digunakan untuk penelitian melalui tahap wawancara, observasi dan dokumentasi.
- b. Reduksi data proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi bentuk tulisan (*Script*) yang akan di analisis.
- c. Penyajian data adalah proses mengelola data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan memiliki alur tema yang jelas untuk selanjutnya di olah dan di analisis.
- d. Verifikasi data adalah dengan menarik kesimpulan hasil analisis dan menyajikan hasil analisis dalam bentuk pemaparan yang dapat diterima dan dipahami.

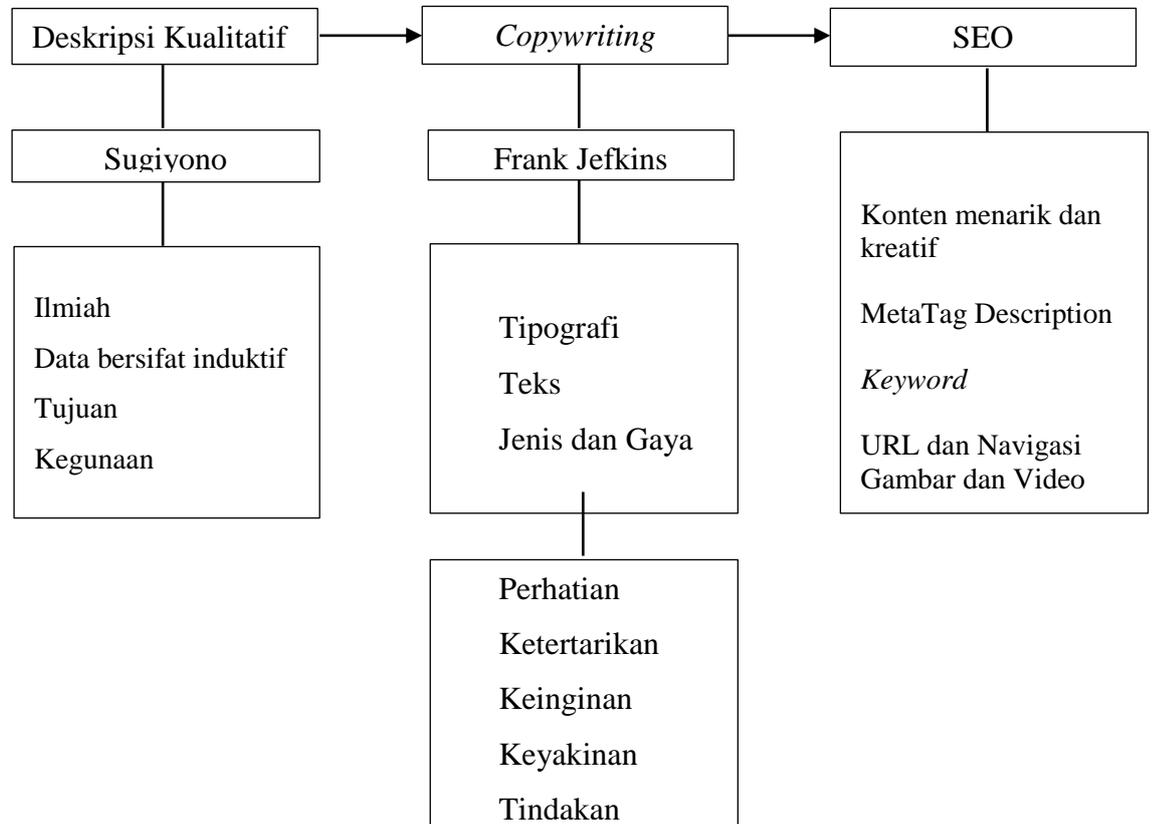
### 1.6 Kerangka Teori

---

<sup>8</sup> Morisson,dkk.2012. *Metode Penelitian Survey*. (Jakarta, Kencana, 2012), hal 308

## Bagan 1.6

### Konsep Kerangka Penelitian



#### 1.6.1 Deskriptif Kualitatif

Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul metode penelitian kualitatif mengemukakan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data bersifat induktif, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu :

- a. Rasional

Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia.

b. Empiris

Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan.

c. Sistematis

Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Metode deskriptif didefinisikan sebagai metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa metode analisis deskriptif merupakan metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian yang ada, sehingga metode ini harus diadakan akumulasi data. Metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan metode kualitatif atau lebih dikenal dengan istilah deskriptif kualitatif. Dimana metode deskriptif kualitatif merupakan bagian dari penelitian kualitatif.<sup>9</sup>

### 1.6.2 *Copywriting*

Pengertian *Copywriting* dari Frank Jefkins bahwa *Copywriting* adalah seni penulisan pesan penjualan yang paling persuasif dan kuat, yang dilatarbelakangi oleh kewiraniagaan. Dari definisi tersebut jelas bahwa alat utama dari *copywriting* adalah bahasa dan tujuannya juga jelas yakni untuk keperluan promosi serta membujuk target audiens.

**Elemen-elemen *copywriting* :**

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013) hal. 15

Dalam praktiknya, copywriting seringkali dipadu padankan dengan konsep AIDCA (*Attention-Interest-Desire-Conviction-Action*). Berikut elemen-elemennya :

a. *Attention*

Iklan harus menarik perhatian khalayak sarannya, baik pembaca, pendengar ataupun pemirsa. Untuk itu iklan memerlukan bantuan, antara lain berupa ukuran, penggunaan warna, tata letak, jenis huruf, berbagai efek suara ( khusus iklan radio atau televisi ).

b. *Interest*

Bagaimana agar mereka atau khalayak berminat dan ingin tahu lebih jauh. Dalam hal ini iklan diharapkan harus bisa meningkatkan rasa keingintahuan para calon konsumen tentang produk tersebut, untuk itu

mereka harus dirangsang agar mau membaca dan mengikuti pesan-pesan yang disampaikan.

c. *Desaire*

Tidak ada gunanya menyenangkan para calon pembeli dengan katakata gembira melalui sebuah iklan, kecuali iklan tersebut berhasil menggerakkan keinginan orang untuk memiliki atau menikmati produk tersebut. Dengan demikian kebutuhan dan keinginan mereka untuk memiliki, memakai, melakukan sesuatu haruslah dibangkitkan.

d. *Conviction*

Untuk menimbulkan rasa percaya diri pada calon konsumen, maka sebuah iklan dapat ditunjang berbagai kegiatan peragaan seperti testimonial atau pembuktian, misalnya membagi-bagikan sample secara gratis, dan menyadarkan pandangan dari tokoh-tokoh masyarakat terkemuka, serta hasil pengujian pihak ketiga.

e. *Action*

Pada tahap akhir ini merupakan upaya terakhir untuk membujuk calon pembeli agar sesegera mungkin melakukan suatu tindakan pembelian.<sup>10</sup>

### **Unsur-unsur *Copywriting* :**

*Copywriting* terdiri beberapa unsur, yaitu; tipografi, headline, sub headline, *bodycopy* dan *closing word*. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

#### a. Tipografi

Tipografi adalah seni memilih jenis huruf dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia kemudian menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan keadaan ruang yang tersedia dan selanjutnya menandai naskah untuk proses *type setting*, dimana menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda.

#### b. Teks

Selain tampilan grafis yang menarik, biasanya unsur penting lain yang diperhatikan dalam menciptakan sebuah iklan yaitu unsur tulisan (*teks*). Penggunaan teks dalam iklan harus bersifat persuasif, informatif dan komunikatif agar mampu menyampaikan pesan yang dimaksud. Bagian-bagian teks terdiri dari headline (judul), sub *headline*, *bodycopy* (naskah/isi) dan *closing word* (kata penutup). Headline. Headline adalah teks yang letaknya paling atas pada sebuah iklan, dengan ukuran huruf paling besar antara yang lainnya dan biasanya untuk menyampaikan pesan yang paling penting. Hal yang harus diperhatikan dalam menulis headline mampu menjadi daya tarik pembaca untuk membaca sekilas apa yang dituliskan.

Sub Headline. Sub judul (sub *headline*) dapat juga disebut sebagai kalimat peralihan yang mengarahkan pembaca dari judul ke kalimat pembuka naskah (*bodycopy*). Sub Headline

---

<sup>10</sup> Frank Jefkins, *Periklanan* (Jakarta: Erlangga, 1997) hal. 227-278.

merupakan kelanjutan dari headline yang menjelaskan makna atau arti dari headline dan biasanya memiliki karakter yang lebih panjang dari judulnya. Adapun yang membedakan antara keduanya yaitu sub headline biasanya menggunakan ukuran font yang lebih kecil dibandingkan dengan headline ditambah mengubah warna teks tersebut.

*Bodycopy.* *Bodycopy* merupakan suatu bagian untuk menerangkan atau menjelaskan secara jelas dan detail tulisan apa yang ingin disampaikan. Isi teks yang bagus dan kreatif mampu membuat pembaca penasaran sekaligus memiliki daya tarik agar pembaca mau membaca secara keseluruhan. Untuk iklan biasanya *bodycopy* menampilkan nilai positif dari produk, secara kreatif bagian *bodycopy* dapat dikombinasikan dengan gambar berbagai bentuk. *Closing Word* (kata penutup). *Closing word* adalah kalimat pendek yang jelas, singkat, jujur dan jernih yang biasanya bertujuan untuk mengarahkan pembaca dalam membuat keputusan. *Closing word* juga dapat berupa alamat, info penjualan ataupun info produk.

### c. Jenis dan Gaya *Copywriting*

*Copywriting* harus mampu menciptakan aransemen kata yang menarik, menggabungkan berbagai gaya dan jenis kata, atau cukup menggunakan salah satu saja. *Copywriting* juga harus bisa mengoptimalkan makna dalam setiap kata. Menyusun sebuah *copywriting*, seorang *copywriter* perlu memahami jenis kata dan gaya bahasa sebuah iklan yang ingin disampaikan. Adapun Gaya dan jenis kata *copywriting* adalah sebagai berikut:

1. Eksploratif. Mengeksplorasi atau mengulas dengan tajam hakikat produk dan jasa dengan kata-kata yang akurat. Kata-kata yang digunakan menguras habis segala daya kemampuan yang terdapat secara fisik maupun psikis produk yang diiklankan. Eksplorasi kata-kata yang

dimaksud menguatkan citra dan menunjukkan fakta-fakta sebenarnya.

2. Naratif. Berbentuk cerita (narasi), menguraikan produk yang diiklankan dalam suasana bercerita. Pilihan kata mengandung unsur imajinasi dan membuat konsumen dengan tetap mengedepankan fakta.
3. Argumentatif. Pendapat yang isinya mempengaruhi konsumen secara jelas dan nyata. Bentuk tulisan argumentasi menggaris bawahi gagasan atau pikiran penulisannya dengan bertopang pada pendapat atau argumen yang logis dan obyektif berdasarkan pembuktian. Gaya dan jenis kata yang digunakan mengedepankan kelebihan produknya sendiri agar calon konsumen terpengaruh dengan informasi yang disampaikan.
4. Retoris. Mengungkapkan kebenaran sejujurnya, gaya dan jenis katanya sederhana namun kesan yang ditimbulkan harus mampu diiyakan setiap orang yang melihatnya.
5. Informatif. Menginformasikan secara detail tentang produk yang ditawarkan. Sejumlah data yang menunjang disampaikan komunikatif dan menghindari new style meski hakekatnya memang informasi juga.<sup>11</sup>

### **1.6.3 SEO (*Search Engine Optimization*)**

Optimasi mesin pencari (*Search Engine Optimization*) biasanya di singkat SEO adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis untuk meningkatkan volume dan kualitas secara sistematis untuk meningkatkan volume dan kualitas *traffic* kunjungan melalui mesin pencari menuju situs atau web tertentu dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari tersebut. Tujuan dari SEO adalah menempatkan sebuah

---

<sup>11</sup> Frank Jefkins, *Periklanan* (Jakarta: Erlangga, 1997) hal. 227-278.

situs/web pada posisi teratas atau setidaknya pada halaman pertama dari hasil pencarian berdasarkan kata kunci tertentu yang di targetkan. Secara logis, situs atau web yang menempati posisi teratas pada hasil pencarian akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung. Sebagai sebuah *Search Engine* terbesar di dunia, *Google* tentunya menjadi incaran para netter untuk dimanfaatkan agar membuat website yang mereka kelola semakin populer. Bisnis dan layanan SEO pasti akan berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan web sehingga sebuah situs harus berusaha lebih keras agar alamatnya lebih mudah ditemukan oleh pengunjung di antara jutaan alamat situs lain. “Trik” guna membuat pertumbuhan popularitas lebih cepat yaitu menggunakan Teknik SEO *Copywriter*. SEO (*Search Engine Optimization*) *Copywriter* adalah teknik yang di gunakan untuk meningkatkan rating suatu brand pada mesin pencari. Brand yang di *index* mesin pencari pada halaman pertama pencarian memiliki visibilitas tinggi dan tingkat popularitas dalam “dunia maya”. Banyak cara yang di lakukan guna meningkatkan rating pada mesin pencari. Metode ini meningkatkan rating pada index mesin pencari secara alamiah atau wajar.<sup>12</sup> Berikut ini adalah tips untuk sukses di SEO *Copywriter* (*Search Engine Optimization*) atas website dan blog yang sering dan umum dilakukan :<sup>13</sup>

1. Konten menarik dan kreatif yaitu dengan menggunakan judul yang singkat tetapi informatif, jangan *copy paste* dari artiket yang pernah muncul di internet, munculkan gambar-gambar yang sesuai dengan artikel yang di buat.
2. Menggunakan *Meta Tag Description* , yaitu memberikan ringkasan mengenai suatu halaman ke *Google* dan mesin penelusuran lainnya.

---

<sup>12</sup> Yohan Jati Waloea, *Google SEO Mendongkrak situs anda keperingkat puncak pada search engine* ( Yogyakarta: Andi, 2011) hal. 02 - 10

<sup>13</sup> Ibid, hal 162

3. *Update Blog* atau Website secara berkala dengan selalu rutin memperbarui artikel setiap hari satu artikel.
4. Buat *keyword* yang paling banyak di cari orang, bisa di description web ataupun di artikel memasukkan *keyword* dalam kalimatnya.
5. Hindari pemuatan konten yang mengandung pornografi dan isu SARA.

#### **1.6.4 Pengertian Website**

Web pertama kali di buat oleh Pusat Penelitian Fisika Partikel Eropa (CERN), Jenewa, Swiss. Web saat pertama kali diluncurkan hanya berupa teks (*Hypertext*). Namun, tahun 1993, *National Center for Supercomputer Applications* (NCSA) meluncurkan sebuah *Graphical User Interface* (GUI) yang diberi nama *Mosaic*. *Mosaic* ini mulai memuat gambar yang dilengkapi link audio dan video. Hal ini menjadikan web menjadi media yang paling populer. Tahun 1994 tokoh *Mosaic* mulai mendirikan *Netscape Communication Corporation* dengan nama program *Netscape Navigator*. Kemudian disusul munculnya web Browser yang bernama *Microsoft Internet Explorer*, yang dibuat oleh *Microsoft*. Namun, tahun 1997 NSCA memutuskan tidak meneruskan pengembangan *Mosaic* dan memilih berkarya di bidang teknologi internet lainnya.<sup>14</sup>

*Website* adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung dan file-filenya saling terkait. web terdiri dari page atau halaman, dan kumpulan halaman yang dinamakan *homepage*. *Homepage* berada pada posisi teratas, dengan halaman-halaman terkait berada

---

<sup>14</sup> M. Suyanto, *E – commerce Perusahaan Top Dunia*. ( Yogyakarta : Andi, 2003 ) hal. 45-46

di bawahnya. Biasanya setiap halaman di bawah homepage disebut child page, yang berisi *hyperlink* ke halaman lain dalam web.<sup>15</sup>

Web merupakan sistem yang menyebabkan pertukaran data di internet menjadi mudah dan efisien. Web terdiri atas 2 komponen dasar :<sup>16</sup>

1. *Server* web: sebuah komputer dan *software* yang menyimpan dan mendistribusikan data ke komputer lainnya melalui internet

2. *Browser* web: *software* yang dijalankan pada komputer pemakai atau client yang meminta informasi dari server web yang menampilkannya sesuai dengan file data itu sendiri.

---

<sup>15</sup> Gregorius Agung , *Membuat Homepage Interaktif Dengan CGI/Perl*. ( Jakarta: PT. Elex Media Koputindo, 2000 ) hal. 30

<sup>16</sup> Hanson, *Advertising, Promotion, and New Media*. ( New York : M.E Sharpe, 2000) hal.05