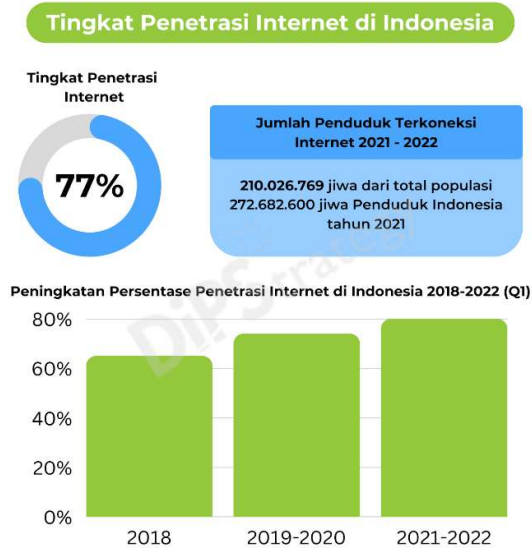


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, masyarakat semakin dihadapkan pada banyak masalah, terutama masalah yang berkaitan dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, khususnya masalah pendidikan. Untuk itu, pendidikan sangat penting untuk memungkinkan manusia untuk mengembangkan potensinya melalui pembelajaran. Investasi dalam pendidikan akan menghasilkan hasil yang tidak langsung, karena investasi ini bersifat jangka panjang. Manfaatnya, bagaimanapun, diharapkan akan terasa segera dalam jangka panjang, yaitu dengan mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas untuk masa depan. Dengan demikian, untuk meningkatkan kualitas dunia pendidikan, semua pilar kekuatan bangsa dan negara harus melakukan investasi SDM sebesar-besarnya (Turnip et al., 2022).

Internet telah membuka dunia baru bagi banyak orang di seluruh dunia dan membentuk platform baru dalam segala aspek kehidupan, termasuk bisnis dan layanan publik. Kemajuan teknologi internet telah mengubah harapan dan pola penggunaan internet menjadi cara bisnis baru untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama (Adawiyah et al., 2023). Selain itu, situs web berfungsi sebagai "wajah baru" (wajah digital) organisasi dan berfungsi sebagai jendela digital yang menampilkan barang dan layanan yang ditawarkan (Sohaib et al., 2019). Dalam dunia pendidikan, optimalisasi mesin pencari (SEO) menjadi salah satu teknik penting untuk memastikan bahwa situs web institusi pendidikan dapat bersaing di dunia digital. Dengan melakukan SEO, institusi pendidikan dapat meningkatkan visibilitasnya di mesin pencari, yang sering menjadi sumber utama bagi calon siswa untuk mencari informasi. SEO juga memungkinkan institusi pendidikan untuk menjangkau audiens yang lebih luas daripada metode pemasaran tradisional. Oleh karena itu, strategi pengoptimalan mesin telusur sangat penting untuk membantu lembaga pendidikan menarik lebih banyak pengunjung ke website mereka dan membangun citra digital yang kuat.

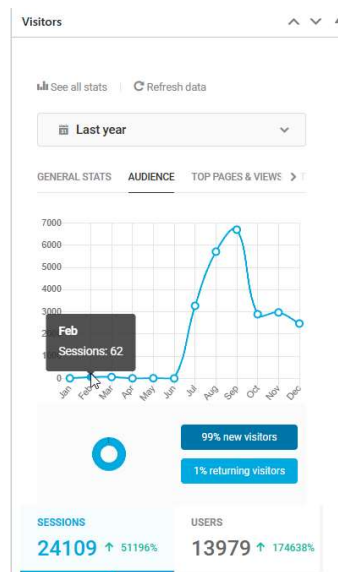


Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia
 Sumber: *DiPStatistik Data Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia*, 2024

Berdasarkan data oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia terus meningkat secara signifikan dari tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2018, penetrasi internet mencapai 64,80%, kemudian meningkat menjadi 73,70% pada tahun 2019-2020, dan mencapai 77,02% pada tahun 2021-2022. Dari total populasi 272.682.600 jiwa pada tahun 2021-2022, sebanyak 210.026.769 orang sudah terkoneksi dengan internet. Peningkatan ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat Indonesia yang memiliki akses ke internet, yang dapat berdampak positif pada berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, ekonomi, dan komunikasi. Meskipun SEO memiliki banyak potensi, implementasinya tidak selalu mudah. Setiap mesin pencari, khususnya Google, memiliki algoritma yang kompleks dan terus berubah. Algoritma ini menentukan bagaimana sebuah halaman website dinilai dan diurutkan dalam hasil pencarian. Oleh karena itu, teknik SEO harus selalu diperbarui dan disesuaikan dengan perubahan tersebut. Dalam penelitian ini, kami akan mengkaji teknik-teknik SEO yang relevan dan bagaimana penerapannya

dapat meningkatkan keterlibatan pengguna pada website S1 Informatika Telkom University.

Website pendidikan seperti program S1 Informatika di Telkom University menghadapi beberapa masalah. Persaingan dengan platform lain di hasil pencarian, seperti portal pendidikan online, media berita, atau situs pendidikan yang kuat, merupakan masalah utama. Hal ini menyebabkan situs akademik sering menjadi tantangan tersendiri di antara konten yang lebih aktif dan mudah ditemukan pengguna. Audiens utama website ini adalah calon mahasiswa yang sedang mencari informasi tentang program studi, seperti kurikulum, peluang karier, dan fasilitas kampus. Selain itu, orang tua calon mahasiswa sering kali menjadi pengunjung potensial yang mencari informasi biaya, akreditasi, dan keamanan lingkungan kampus. Mitra industri yang tertarik menjalin kerja sama atau merekrut lulusan juga menjadi segmen audiens penting. Dengan beragam kebutuhan informasi ini, penting bagi website untuk menyediakan konten yang informatif, mudah diakses, dan relevan dengan preferensi pencarian setiap kelompok audiens. Tahun lalu pada bulan Februari kunjungan ke website Program Studi Informatika Telkom University hanya mencapai 64 dan 24.000 sesi yang berasal dari pencarian organik menurut data trafik internal. Ini menunjukkan bahwa konten dan struktur situs web harus dioptimalkan.



Gambar 1. 2 Grafik *Visitor* Website S1 Informatika
Sumber: Data Olahan Penulis, 2024

Sumber daya dan keahlian yang terbatas dalam pengoptimalan mesin telusur adalah masalah berikutnya. Tidak semua program studi memiliki dana atau staf khusus untuk mengawasi pengoptimalan mesin telusur secara berkelanjutan, yang mencakup pembuatan konten, analisis kata kunci, dan optimasi teknis. Selain itu, perubahan algoritma mesin pencari, khususnya Google, berdampak pada posisi hasil pencarian, yang memerlukan pengawasan dan penyesuaian teratur untuk menjaga peringkat website tetap stabil. Selain itu, konten akademik (seperti artikel penelitian atau informasi kurikulum) lebih jarang dibagikan di media sosial daripada konten populer lainnya. Hal ini dapat mengurangi kemungkinan mendapatkan *backlink* atau sinyal sosial penting untuk SEO.

Menurut (Vállez & Ventura, 2020), salah satu masalah utama dalam meningkatkan trafik adalah memastikan bahwa situs web mendapatkan *backlink* dari berbagai sumber yang beragam dan dapat dipercaya. Meskipun jumlah *backlink* berkualitas telah meningkat, variasi sumber *backlink* masih perlu ditingkatkan untuk meningkatkan otoritas situs web di mata mesin pencari. Oleh karena itu, strategi untuk mendapatkan *backlink* dari domain yang memiliki otoritas tinggi, seperti situs pendidikan, sangat penting untuk meningkatkan jumlah trafik yang diterima situs.

SEO adalah teknik penting yang digunakan untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari seperti Google dengan mengoptimalkan konten dan strukturnya. SEO membantu website mendapatkan peringkat yang lebih tinggi, membuat website lebih mudah ditemukan oleh pengguna dan menghasilkan lalu lintas organik (non-berbayar). Menurut Neil Patel (*SEO Unlocked Archive*, n.d.), SEO terdiri dari sejumlah komponen penting. Salah satunya adalah optimasi *on-page*, yang mencakup pengoptimalan elemen seperti gambar, konten, judul, *meta* deskripsi, dan *URL* halaman web. Penggunaan kata kunci yang tepat dan struktur yang baik memudahkan mesin pencari untuk mengidentifikasi topik utama sebuah halaman, sehingga situs web menjadi lebih relevan untuk kata kunci yang dicari pengguna.

Selain itu, optimasi *off-page* berkonsentrasi pada meningkatkan otoritas domain situs web melalui *backlink* atau tautan dari situs eksternal. Saat sebuah situs web yang dapat dipercaya diunggah, mesin pencari menganggap situs tersebut sebagai sumber yang dapat diandalkan, yang berdampak pada peringkatnya di hasil pencarian. Sebaliknya, SEO teknis bekerja untuk mengoptimalkan elemen teknis website, seperti struktur data, responsivitas perangkat mobile, dan kecepatan halaman. Komponen ini meningkatkan pengalaman pengguna, yang sangat dihargai oleh mesin pencari karena situs web yang cepat dan mudah diakses dari berbagai perangkat cenderung menerima peringkat yang lebih baik.

Untuk SEO, konten berkualitas sangat penting. Menurut (Enge et al., 2023) Mesin pencari semakin mampu mengenali dan memberikan nilai lebih pada konten yang relevan serta bermanfaat bagi pengguna. Seiring perkembangan teknologi, mereka menjadi lebih cerdas dalam memahami maksud pencarian pengguna dan menilai kualitas konten yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Mesin pencari semakin mampu mengidentifikasi konten yang memiliki nilai bagi pengguna. Dengan demikian, konten yang selalu informatif, relevan, dan diperbarui dapat meningkatkan keterlibatan pengguna sekaligus meningkatkan peringkat di hasil pencarian. Secara umum, pengoptimalan mesin pencari adalah strategi yang menyeluruh yang membutuhkan pemahaman tentang algoritma mesin pencari dan perilaku pengguna yang berubah. Institusi atau bisnis dapat mencapai tujuan konversi yang diinginkan, menjangkau audiens yang lebih besar, dan meningkatkan lalu lintas website dengan menggunakan teknik SEO yang tepat.

Perubahan algoritma Google yang kompleks dan dinamis sering kali menjadi tantangan bagi pengelola website pendidikan, karena dapat memengaruhi peringkat situs di hasil pencarian dan menurunkan trafik organik. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi SEO yang adaptif dan relevan, sehingga website Program Studi Informatika Telkom University dapat tetap kompetitif dengan mengoptimalkan visibilitas dan keterlibatan pengguna di tengah perubahan algoritma tersebut.

Penelitian tentang cara menerapkan SEO pada situs web S1 Informatika Telkom University sangat penting dilakukan, terutama di era modern di mana calon

mahasiswa menggunakan internet untuk mencari informasi. Karena persaingan antar lembaga pendidikan, kehadiran online menjadi penting untuk menarik siswa baru. Sebuah situs web yang lebih banyak dikunjungi dapat meningkatkan reputasi institusi di masyarakat dan menarik lebih banyak siswa. Dengan peningkatan trafik, ada kemungkinan untuk meningkatkan jumlah pendaftar, membangun reputasi online yang positif, dan menarik mitra industri. Selain itu, website yang lebih mudah diakses membuat calon siswa lebih mudah menemukan informasi penting seperti program studi, fasilitas, dan kesempatan kerja. Ini meningkatkan keterlibatan pengguna secara keseluruhan.

Penelitian tentang penggunaan strategi SEO untuk situs web institusi pendidikan di Indonesia, khususnya perguruan tinggi, masih terbatas. Sebagian besar studi saat ini berfokus pada industri komersial atau *e-commerce*, sehingga pemahaman mengenai strategi yang efektif untuk situs web akademik belum berkembang secara luas. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi SEO yang dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pengguna di situs web pendidikan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan teknik SEO *On-Page* pada website Program Studi S1 Informatika Telkom University?
2. Bagaimana penerapan teknik SEO *Off-Page* pada website Program Studi S1 Informatika Telkom University?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana penerapan teknik SEO *On-Page* pada website Program Studi S1 Informatika Telkom University.
2. Mengetahui bagaimana penerapan teknik SEO *Off-Page* pada website Program Studi S1 Informatika Telkom University.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terdiri dari tiga aspek utama:

- a. Manfaat Teoritis → Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, teori, dan konsep dalam bidang pemasaran digital, khususnya dalam penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) di lingkungan institusi pendidikan.
- b. Manfaat Praktis → Meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pengguna website akademik.
- c. Manfaat bagi Peneliti → Menerapkan metode SEO secara langsung.

1.5 Batasan Ruang Lingkup

Agar pembahasan penelitian ini terarah, maka penulis membatasi penelitian sebagai berikut:

1. Lingkup Teknik SEO yang Dikaji:

Penelitian ini akan berfokus pada teknik-teknik SEO yang mencakup *on-page* SEO, seperti optimasi konten, penggunaan kata kunci, *meta tags*, dan struktur *URL*, serta *off-page* SEO, termasuk *backlink* dan *domain authority*. Aspek teknis lain, seperti *mobile optimization* dan kecepatan situs web, juga menjadi bagian yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Sementara itu, teknik SEO yang terkait dengan *paid search* (iklan berbayar) atau SEM (*Search Engine Marketing*) tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini.

2. Cakupan Website yang Diteliti:

Penelitian ini dibatasi hanya pada website resmi Program Studi S1 Informatika Telkom University. Website lain dari Telkom University atau website yang tidak terkait langsung dengan program studi ini tidak akan termasuk dalam cakupan penelitian.

3. Keterlibatan Pengguna yang Diukur:

Keterlibatan pengguna dalam penelitian ini diukur melalui metrik seperti traffic organik. Faktor-faktor lain seperti interaksi di media sosial atau feedback langsung dari pengguna tidak akan dianalisis dalam penelitian ini.

4. Periode Waktu:

Penelitian ini dibatasi pada data yang dikumpulkan selama periode enam bulan, dari Bulan Februari Tahun 2024 hingga Bulan Juni Tahun 2024. Perubahan yang terjadi setelah periode ini tidak akan dimasukkan dalam analisis.

5. Metode Pengumpulan Data:

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui alat analisis web seperti Ahrefs dan Ubersuggest. Penelitian ini tidak akan mencakup data yang diperoleh dari alat atau sumber lain yang tidak diakses secara langsung oleh peneliti.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika penulisan ini adalah isi dari setiap bab untuk mempermudah memahami isi dari tugas akhir. Sistematika penulisan laporan tugas akhir sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan laporan proyek akhir

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai teori manajemen pemasaran, bauran promosi, digital marketing, dan penelitian terdahulu.

3. BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.