

# Panduan Memulai Pengoptimalan Mesin Telusur (SEO)

Saat membuat situs, Anda mungkin membuatnya dengan mempertimbangkan pengguna, mencoba memudahkan mereka menemukan dan menjelajahi konten Anda. Salah satu pengguna tersebut adalah mesin telusur, yang membantu orang menemukan konten Anda. SEO—singkatan dari Search Engine Optimization/pengoptimalan mesin telusur—merupakan upaya membantu mesin telusur memahami konten Anda, serta membantu pengguna menemukan situs Anda dan menentukan apakah mereka akan mengunjungi situs Anda melalui mesin telusur.

[Dasar-Dasar Penelusuran](https://developers.google.com/search/docs/essentials?hl=id) (<https://developers.google.com/search/docs/essentials?hl=id>) menguraikan elemen terpenting yang membuat situs Anda memenuhi syarat muncul di Google Penelusuran. Meskipun tidak ada jaminan bahwa situs tertentu akan ditambahkan ke indeks Google, situs yang mengikuti **Dasar-Dasar Penelusuran lebih berpeluang muncul di hasil penelusuran Google**. SEO merupakan upaya pengambilan langkah selanjutnya dan **peningkatan kehadiran situs Anda di Penelusuran**. Panduan ini akan memandu Anda melakukan beberapa peningkatan paling umum dan efektif yang dapat dilakukan di situs Anda.

Dokumentasi ini tidak menyimpan rahasia yang dapat memberi situs Anda peringkat pertama di Google secara otomatis (maaf ya). Bahkan beberapa saran mungkin tidak berlaku untuk bisnis Anda, tetapi mengikuti praktik terbaik diharapkan dapat memudahkan mesin telusur (bukan hanya Google) untuk meng-crawl, mengindeks, dan memahami konten Anda.

## Bagaimana cara kerja Google Penelusuran?

Google adalah mesin telusur yang sepenuhnya otomatis, yang menggunakan program bernama crawler untuk menjelajahi web secara terus-menerus, mencari halaman untuk ditambahkan ke indeksnya. Anda biasanya tidak perlu melakukan apa pun selain mempublikasikan situs di web. Bahkan, sebagian besar situs yang tercantum di hasil penelusuran kami ditemukan dan ditambahkan secara otomatis saat kami meng-crawl web. Jika ingin belajar lebih banyak, kami memiliki dokumentasi tentang cara [Google menemukan, meng-crawl, dan menayangkan halaman web](https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/how-search-works?hl=id) (<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/how-search-works?hl=id>).

**Sedang terburu-buru dan ingin cepat selesai?** Pertimbangkan menggunakan jasa profesional. [Berikut hal yang perlu dipertimbangkan](https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/do-i-need-seo?hl=id) (<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/do-i-need-seo?hl=id>).

## Berapa lama sampai saya dapat melihat dampak di hasil penelusuran?

Setiap perubahan yang Anda buat memerlukan beberapa waktu untuk direfleksikan di sisi Google. Sebagian perubahan mungkin hanya perlu waktu beberapa jam, sedangkan perubahan lainnya dapat memakan waktu beberapa bulan. Umumnya, Anda mungkin perlu menunggu beberapa minggu untuk menilai apakah upaya Anda berdampak positif pada hasil Google Penelusuran. Ingat bahwa tidak semua perubahan yang Anda buat pada situs akan berdampak signifikan pada hasil penelusuran; jika Anda tidak puas dengan hasil tersebut dan strategi bisnis Anda mengizinkannya, coba lakukan iterasi pada perubahan dan lihat apakah ada perbedaan.

## Membantu Google menemukan konten Anda

Sebelum melakukan hal apa pun yang disebutkan di bagian ini, periksa apakah Google telah menemukan konten Anda (mungkin Anda tidak perlu melakukan apa pun). Coba telusuri situs Anda di Google dengan [site: search operator](#)

(<https://developers.google.com/search/docs/monitor-debug/search-operators/all-search-site?hl=id>). Jika melihat hasil yang mengarah ke situs Anda, artinya situs tersebut sudah masuk indeks. Misalnya, penelusuran untuk [site:wikipedia.org](#) menampilkan [hasil ini](#) (<https://www.google.com/search?q=site%3Awikipedia.org&hl=id>). Jika tidak melihat situs Anda, periksa [persyaratan teknis](#) (<https://developers.google.com/search/docs/essentials/technical?hl=id>) untuk memastikan tidak ada hal teknis yang mencegah situs Anda ditampilkan di Google Penelusuran, lalu kembali ke sini.

Google utamanya menemukan halaman melalui link dari halaman lain yang telah di-crawl. Umumnya, situs tersebut adalah situs lain yang tertaut ke halaman Anda. Situs lain yang tertaut ke situs Anda adalah sesuatu yang terjadi secara alami dari waktu ke waktu, dan Anda juga dapat mendorong orang untuk menemukan konten Anda dengan [mempromosikan situs](#) (#promoting).

Jika mau melakukan sedikit hal teknis, Anda juga dapat [mengirimkan peta situs](#) (<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/sitemaps/overview?hl=id>)—yakni file yang berisi semua URL yang dianggap penting di situs Anda. Beberapa sistem pengelolaan konten (CMS) bahkan dapat melakukannya secara otomatis untuk Anda. Namun, hal ini tidak wajib, dan Anda harus terlebih dahulu berfokus memastikan [orang-orang mengetahui situs Anda](#) (#promoting).

Memeriksa apakah Google dapat melihat halaman Anda sebagaimana pengguna melihatnya

Saat meng-crawl halaman, idealnya Google harus [melihat halaman dengan cara yang sama sebagaimana pengguna melihatnya](#)

(<https://developers.google.com/search/blog/2014/05/understanding-web-pages-better?hl=id>). Untuk melakukannya, Google harus dapat mengakses resource yang sama dengan browser pengguna. Jika situs Anda menyembunyikan komponen penting yang membentuk situs (seperti [CSS](https://en.wikipedia.org/wiki/CSS) (<https://en.wikipedia.org/wiki/CSS>) dan [JavaScript](https://en.wikipedia.org/wiki/JavaScript) (<https://en.wikipedia.org/wiki/JavaScript>)), Google mungkin tidak dapat memahami halaman tersebut. Artinya, halaman tersebut mungkin tidak muncul di hasil penelusuran atau memiliki peringkat yang rendah untuk istilah yang Anda targetkan.

Jika halaman Anda menampilkan informasi yang berbeda bergantung pada lokasi fisik pengguna, pastikan Anda puas dengan informasi yang dilihat Google dari lokasi crawler-nya, yang umumnya Amerika Serikat.

Untuk memeriksa cara Google melihat halaman Anda, gunakan [Alat Inspeksi URL di Search Console](#) (<https://support.google.com/webmasters/answer/9012289?hl=id>).

## Tidak ingin halaman muncul di hasil penelusuran Google?

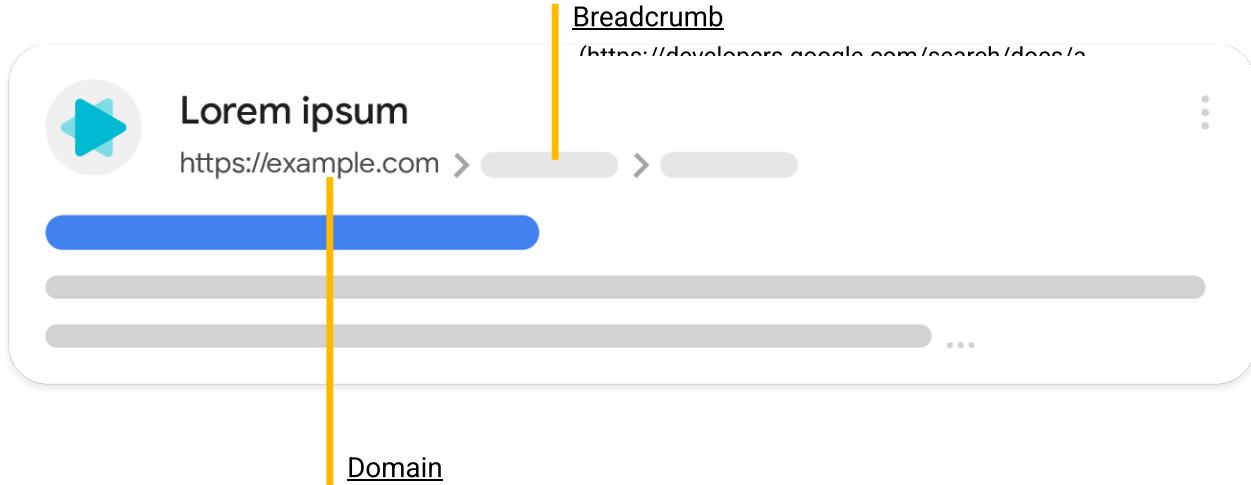
Mungkin seluruh atau sebagian situs Anda tidak perlu dimunculkan di hasil penelusuran. Misalnya, Anda mungkin tidak ingin postingan tentang potongan rambut baru Anda yang memalukan muncul di hasil penelusuran. Google mendukung berbagai cara yang memungkinkan Anda memilih tidak meng-crawl dan mengindeks URL tertentu. Jika Anda perlu memblokir beberapa file, direktori, atau bahkan seluruh situs dari Google Penelusuran, lihat panduan kami tentang [cara mencegah konten muncul di hasil penelusuran](#) (<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/control-what-you-share?hl=id#how-to-block-content>)

## Mengatur situs Anda

Saat menyiapkan atau membuat ulang situs, sebaiknya atur dengan cara yang logis. Cara ini dapat membantu mesin telusur dan pengguna memahami apa hubungan halaman Anda dengan seluruh situs Anda. Namun, jangan tiba-tiba menghapus semuanya dan mulai mengatur ulang situs Anda: meskipun saran ini dapat berguna dalam jangka panjang (terutama jika Anda mengelola situs yang lebih besar), mesin telusur mungkin akan memahami halaman sebagaimana adanya saat ini, terlepas dari bagaimana situs Anda diatur.

## Menggunakan URL deskriptif

Bagian dari URL dapat ditampilkan di hasil penelusuran sebagai breadcrumb, sehingga pengguna juga dapat menggunakan URL untuk memahami apakah suatu hasil akan berguna bagi mereka atau tidak.



Google akan otomatis mempelajari breadcrumb berdasarkan kata-kata di URL. Namun, Anda juga dapat menyesuaikannya dengan [data terstruktur](#) (<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/breadcrumb?hl=id>) jika menyukai hal-hal teknis. Coba sertakan kata-kata dalam URL yang mungkin bermanfaat bagi pengguna; misalnya:

<https://www.example.com/pets/cats.html>

URL yang hanya berisi ID acak kurang bermanfaat bagi pengguna; misalnya:

<https://www.example.com/2/6772756D707920636174>

Mengelompokkan halaman yang memiliki topik yang mirip dalam direktori

Jika situs Anda memiliki ribuan URL, cara Anda mengatur konten dapat memengaruhi cara Google meng-crawl dan mengindeks situs Anda. Secara khusus, penggunaan direktori (atau folder) untuk mengelompokkan topik yang mirip dapat membantu Google mempelajari seberapa sering URL dalam setiap direktori berubah.

Misalnya, pertimbangkan URL berikut:

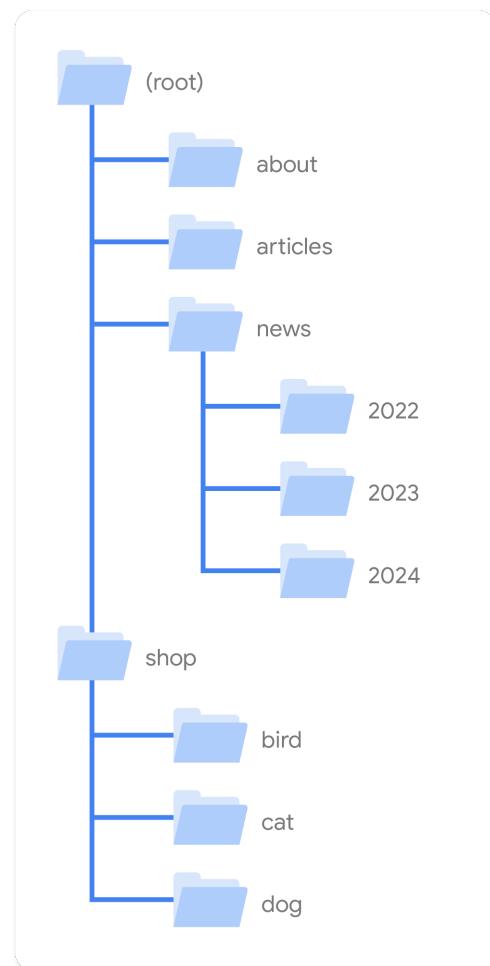
<https://www.example.com/policies/return-policy.html>

<https://www.example.com/promotions/new-promos.html>

Konten dalam direktori **policies** jarang berubah, tetapi konten dalam direktori **promotions** kemungkinan sering berubah. Google dapat mempelajari informasi ini dan meng-crawl berbagai direktori dengan frekuensi yang berbeda. Untuk mempelajari lebih lanjut struktur situs yang mudah ditelusuri, lihat [panduan untuk situs e-commerce](#) (<https://developers.google.com/search/docs/specialty/ecommerce/help-google-understand-your-ecommerce-site-structure?hl=id>) , tentang pentingnya struktur URL yang baik karena situs semacam ini cenderung lebih besar.

## Mengurangi konten duplikat

Beberapa situs menampilkan konten yang sama dengan URL yang berbeda, yang disebut konten duplikat



(<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/canonicalization?hl=id>). Mesin telusur memilih satu URL (URL kanonis) untuk ditampilkan kepada pengguna, per konten.

Memiliki konten duplikat di situs Anda bukanlah pelanggaran terhadap kebijakan spam kami, tetapi bisa menjadi pengalaman pengguna yang buruk. Selain itu, mesin telusur dapat menyia-nyiakan resource crawling di URL yang bahkan tidak Anda pedulikan. Jika ingin mengeksplorasi, sebaiknya cari tahu apakah Anda dapat menentukan versi kanonis (<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/consolidate-duplicate-urls?hl=id>) untuk halaman Anda. Namun, jika Anda tidak melakukan kanonikalisasi URL sendiri, Google akan mencoba melakukannya secara otomatis untuk Anda.

Saat melakukan kanonikalisasi, coba pastikan bahwa setiap konten di situs Anda hanya dapat diakses melalui satu URL individual; memiliki dua halaman yang berisi informasi yang sama tentang promosi Anda dapat membingungkan pengalaman pengguna (misalnya, orang mungkin bertanya-tanya mana halaman yang tepat dan apakah ada perbedaan di antara keduanya).

Jika Anda memiliki beberapa halaman yang memiliki informasi yang sama, coba siapkan pengalihan (<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/301-redirects?hl=id>) dari URL yang tidak diinginkan ke URL yang paling mewakili informasi tersebut. Jika Anda tidak dapat melakukan pengalihan, gunakan elemen `link rel="canonical"`

(<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/consolidate-duplicate-urls?hl=id>) sebagai gantinya. Namun, sekali lagi, jangan terlalu mengkhawatirkan hal ini; mesin telusur biasanya dapat mencari tahu sendiri untuk Anda.

## Menjadikan situs Anda menarik dan bermanfaat

Membuat konten yang menurut orang menarik dan bermanfaat kemungkinan besar akan lebih memengaruhi kehadiran situs Anda di hasil penelusuran daripada saran lainnya dalam panduan ini. Meskipun "konten yang menarik dan berguna" dapat memiliki arti yang berbeda bagi setiap orang, konten seperti ini umumnya memiliki beberapa atribut yang sama, seperti:

- **Teks mudah dibaca dan diatur dengan baik:** Tulis konten dengan bahasa yang natural dan pastikan kontennya ditulis dengan baik, mudah diikuti, serta bebas kesalahan ejaan dan tata bahasa. Bagi konten yang panjang menjadi beberapa paragraf dan bagian, serta berikan judul untuk membantu pengguna bernavigasi di halaman.
- **Konten harus unik**  
(<https://developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies?hl=id#scraped-content>): Saat Anda menulis konten baru, jangan menyalin konten orang lain baik sebagian ataupun secara keseluruhan: buat konten sendiri berdasarkan apa yang Anda ketahui tentang topik tersebut. Jangan hanya mengulangi apa yang telah dipublikasikan orang lain.
- **Konten sudah yang terbaru:** Periksa konten publikasi lama dan perbarui sesuai kebutuhan, atau bahkan hapus jika tidak lagi relevan.
- **Kontennya bermanfaat, andal, dan mengutamakan pengguna**  
(<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content?hl=id>): Pastikan Anda menulis konten yang bermanfaat dan dapat diandalkan oleh pembaca. Misalnya, menyediakan sumber berpengalaman atau pakar dapat membantu orang memahami artikel Anda.

## Memperkirakan istilah penelusuran pembaca Anda

Pikirkan kata-kata yang mungkin ditelusuri pengguna untuk menemukan konten Anda. Pengguna yang mempunyai pengetahuan luas tentang sebuah topik mungkin menggunakan kata kunci yang berbeda dalam kueri penelusuran dibanding seseorang yang tidak terlalu mengetahui topik tersebut. Misalnya, sebagian pengguna mungkin menelusuri "sarkuteri", sedangkan pengguna lain mungkin menelusuri "papan keju". Mengantisipasi perbedaan penulisan dan perilaku penelusuran dengan mempertimbangkan pembaca dapat berdampak positif terhadap performa situs Anda di hasil penelusuran.

Namun, jangan khawatir jika Anda tidak mengantisipasi setiap kemungkinan dari variasi cara seseorang mencari konten Anda. Sistem pencocokan bahasa Google sudah canggih dan dapat

memahami keterkaitan halaman Anda dengan banyak kueri, meskipun Anda tidak secara eksplisit menggunakan istilah yang persis di dalamnya.

## Menghindari iklan yang mengganggu

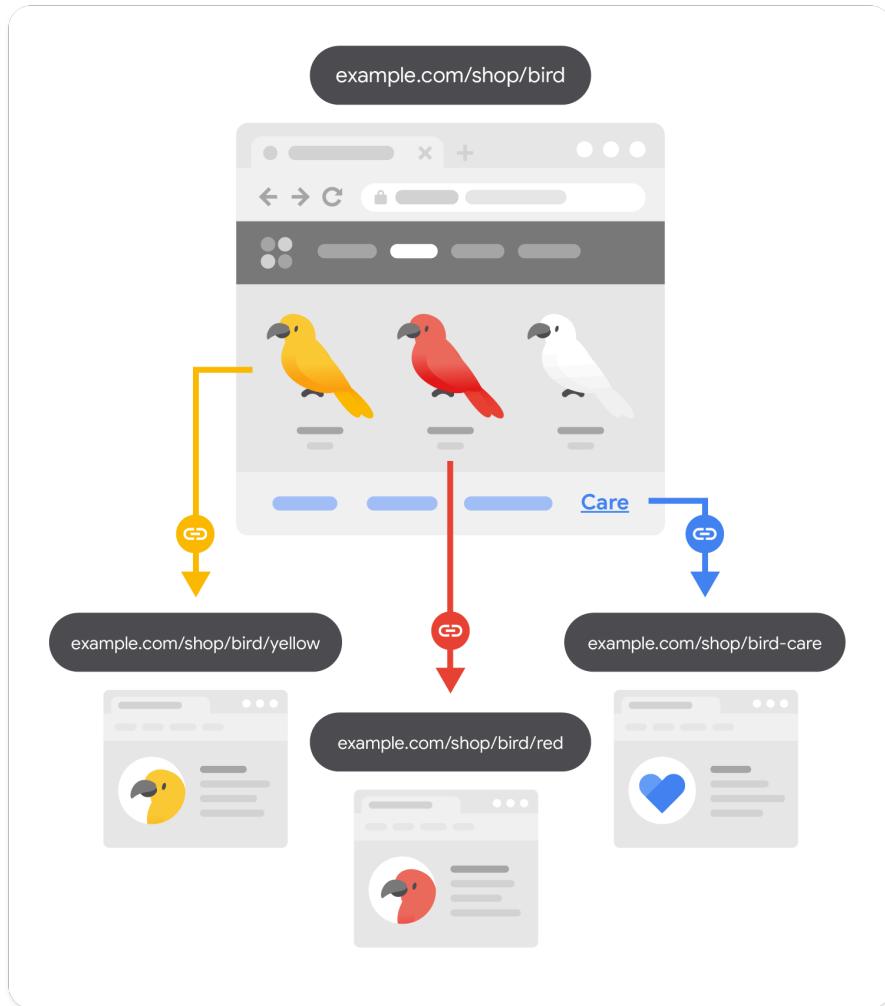
Meskipun iklan adalah bagian dari internet dan dimaksudkan untuk dilihat pengguna, jangan biarkan iklan tersebut terlalu mengganggu atau mencegah pengguna membaca konten Anda.

Misalnya, iklan, atau halaman interstisial

(<https://developers.google.com/search/docs/appearance/avoid-intrusive-interstitials?hl=id>) (halaman yang ditampilkan sebelum atau setelah konten yang diharapkan) yang menyebabkan situs sulit digunakan.

## Menautkan link ke referensi yang relevan

Menautkan link adalah cara yang efektif untuk menghubungkan pengguna dan mesin telusur ke bagian lain di situs Anda, atau halaman yang relevan di situs lain. Bahkan, sebagian besar halaman baru yang ditemukan Google setiap hari adalah melalui link, sehingga link menjadi referensi penting yang perlu Anda pertimbangkan untuk membantu halaman ditemukan oleh Google dan berpotensi ditampilkan di hasil penelusuran. Selain itu, link juga dapat menambah nilai dengan menghubungkan pengguna (dan Google) ke referensi lain yang mendukung tulisan Anda.



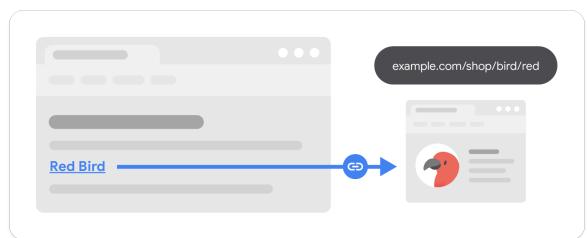
## Menulis teks link yang bagus

Teks *link* (juga dikenal sebagai *teks anchor*) adalah bagian teks dari link yang dapat Anda lihat. Teks ini memberi tahu pengguna dan Google tentang halaman yang Anda tautkan. Dengan [teks link yang sesuai](#)

(<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/links-crawlable?hl=id#write-good-anchor-text>), pengguna dan mesin telusur dapat dengan mudah memahami isi halaman tertaut Anda sebelum mereka mengunjunginya.

## Menautkan link jika perlu

Link tertaut dapat memberikan konteks lebih lengkap tentang suatu topik, baik bagi pengguna maupun mesin telusur, yang dapat membantu menunjukkan pengetahuan Anda tentang suatu topik. Namun, saat menautkan ke halaman yang berada di luar kendali Anda, misalnya konten di situs lain, pastikan Anda memercayai referensi tersebut. Jika Anda tidak dapat memercayai konten tersebut dan tetap ingin menautkannya, tambahkan [nofollow](#) atau [anotasi serupa](#) (<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/qualify-outbound-links?hl=id>) ke link agar



mesin telusur tidak mengaitkan situs Anda dengan situs tertaut. Langkah ini membantu agar peringkat Anda di Google Penelusuran tidak berisiko terkena dampak negatifnya.

Jika Anda menerima konten buatan pengguna di situs, seperti postingan atau komentar forum, pastikan setiap link yang diposting oleh pengguna memiliki `nofollow` atau anotasi serupa yang otomatis ditambahkan oleh CMS Anda. Dalam kasus ini, karena bukan Anda yang membuat konten, pastinya Anda tidak ingin situs Anda dikaitkan begitu saja dengan situs yang ditautkan oleh pengguna. Hal ini juga dapat membantu mencegah spammer menyalahgunakan situs Anda.

## Memengaruhi tampilan situs Anda di Google Penelusuran

Halaman hasil Google Penelusuran standar terdiri dari beberapa elemen visual yang berbeda

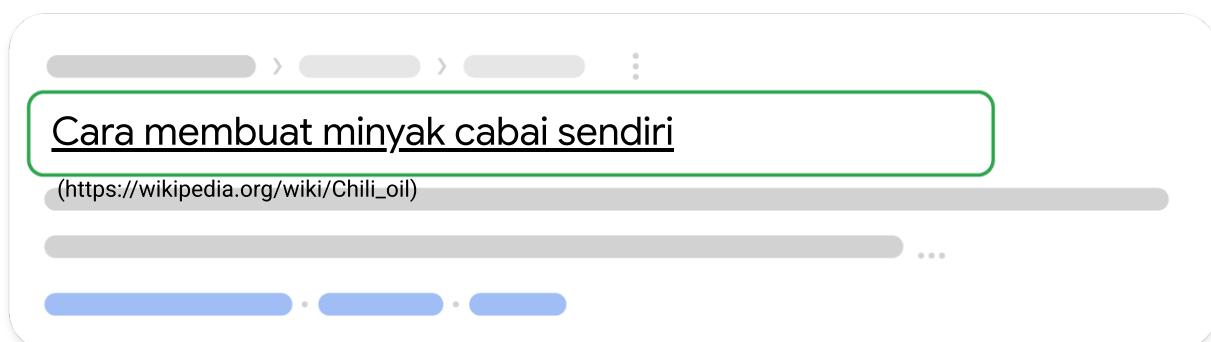
### Anatomy of a Search Result



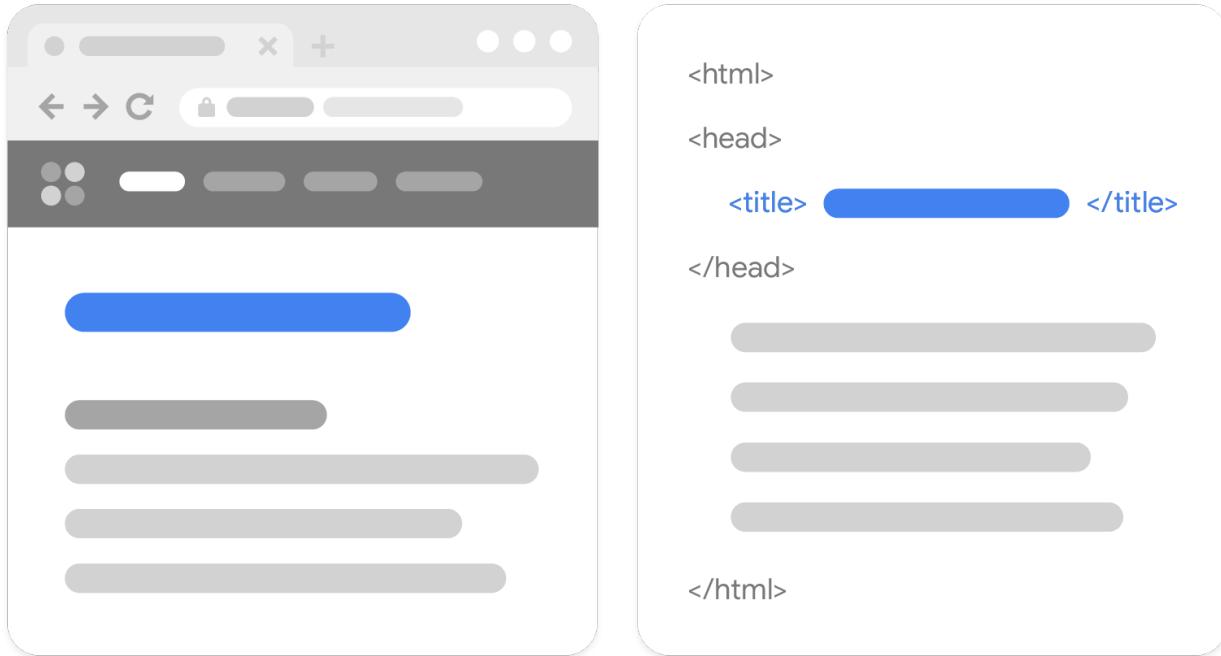
(<https://developers.google.com/search/docs/appearance/visual-elements-gallery?hl=id>) yang dapat Anda pengaruhi untuk membantu pengguna memutuskan apakah mereka akan mengunjungi situs Anda melalui hasil penelusuran. Di bagian ini, kami berfokus pada *link judul* dan *cuplikan* karena keduanya merupakan elemen yang lebih signifikan secara visual.

### Memengaruhi link judul Anda

*Link judul* adalah bagian judul dari hasil penelusuran yang dapat membantu orang memutuskan hasil penelusuran mana yang akan diklik. Ada beberapa sumber yang digunakan Google untuk membuat link judul ini, termasuk kata-kata di dalam elemen `<title>` (juga disebut teks judul) dan judul lainnya di halaman. Teks judul ini juga dapat digunakan untuk judul yang ditampilkan di browser dan bookmark.



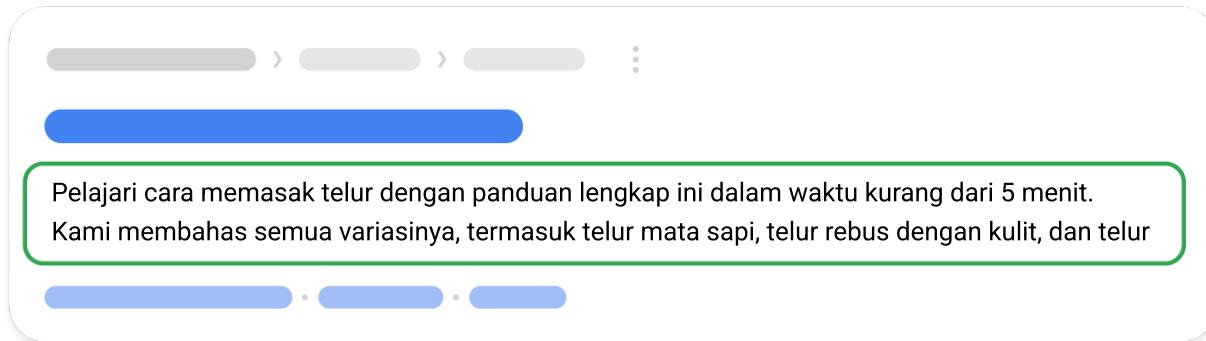
Jika menggunakan CMS, Anda mungkin tidak perlu melakukan tindakan teknis pada judul, selain berfokus pada penulisan judul yang bagus. Sebagian besar CMS dapat otomatis mengubah judul yang Anda tulis menjadi elemen <title> di HTML.



Anda dapat memengaruhi link judul di Penelusuran dengan menulis judul yang bagus: judul yang bagus bersifat unik untuk halaman, jelas dan ringkas, serta mendeskripsikan konten halaman secara akurat. Misalnya, judul Anda dapat menyertakan nama situs atau bisnis Anda, informasi penting lainnya seperti lokasi fisik bisnis, dan mungkin beberapa informasi tentang produk atau layanan yang ditawarkan halaman tertentu kepada pengguna. [Dokumentasi kami tentang link judul](https://developers.google.com/search/docs/appearance/title-link?hl=id) (<https://developers.google.com/search/docs/appearance/title-link?hl=id>) berisi lebih banyak tips tentang cara membuat judul yang bagus dan cara memengaruhi link judul situs di hasil penelusuran.

## Mengontrol cuplikan Anda

Di bawah link judul, hasil penelusuran biasanya memiliki deskripsi halaman target untuk membantu pengguna memutuskan apakah mereka akan mengklik hasil penelusuran atau tidak. Tampilan ini disebut *cuplikan*.



Cuplikan ini berasal dari konten halaman sebenarnya yang ditautkan ke hasil penelusuran, sehingga Anda memiliki kontrol penuh atas kata-katanya yang dapat digunakan untuk membuat cuplikan. Terkadang cuplikan dapat diambil dari konten tag deskripsi meta, yang biasanya berupa ringkasan halaman singkat dengan satu atau dua kalimat. Deskripsi meta yang bagus bersifat singkat, unik untuk satu halaman tertentu, dan menyertakan poin halaman yang paling relevan. Lihat tips kami untuk [menulis deskripsi meta yang bagus](#) (<https://developers.google.com/search/docs/appearance/snippet?hl=id#meta-descriptions>) untuk mendapatkan lebih banyak inspirasi.

## Menambahkan gambar ke situs, dan mengoptimalkannya

Banyak orang melakukan penelusuran secara visual, dan gambar dapat menjadi cara orang menemukan situs Anda untuk pertama kalinya. Misalnya, jika Anda memiliki blog resep, orang mungkin menemukan konten Anda dengan menelusuri "resep kue tart buah" dan menjelajahi foto berbagai jenis kue tart buah.

Saat menambahkan gambar ke situs Anda, pastikan pengguna dan mesin telusur dapat menemukan dan memahaminya.

## Menambahkan gambar berkualitas tinggi di dekat teks yang relevan

Saat menggunakan gambar berkualitas tinggi, Anda memberikan konteks dan detail yang cukup kepada pengguna untuk memutuskan gambar mana yang paling cocok dengan apa yang mereka cari. Misalnya, jika orang mencari "aster" dan menemukan edelweiss liar di hasil penelusuran, gambar dengan kualitas lebih tinggi akan membantu mereka membedakan kedua jenis bunga itu.

Gunakan gambar yang tajam dan jelas, dan tempatkan di dekat teks yang relevan dengan gambar tersebut. Teks yang berada di dekat gambar dapat membantu Google lebih memahami isi gambar tersebut dan maknanya dalam konteks halaman Anda.

Misalnya, jika halaman tersebut mengulas toko benang di London, maka logikanya Anda menyematkan salah satu foto toko benang di bagian yang menjelaskan lokasi, deskripsi, dan informasi ulasan untuk toko tersebut. Hal ini membantu Google dan pengguna mengaitkan gambar dengan teks yang memberikan lebih banyak konteks terkait topik halaman.

## Menambahkan teks alternatif deskriptif ke gambar

Teks alternatif adalah teks singkat namun deskriptif yang menjelaskan hubungan antara gambar dan konten Anda. Teks ini membantu mesin telusur memahami informasi gambar dan konteks keterkaitan gambar dengan halaman. Oleh karena itu, menulis teks alternatif yang bagus (<https://developers.google.com/search/docs/appearance/google-images?hl=id#descriptive-alt-text>) sangatlah penting. Anda dapat menambahkannya ke HTML dengan atribut `alt` dari elemen `img`, atau CMS Anda mungkin memiliki cara mudah untuk menentukan deskripsi gambar saat Anda menguploadnya ke situs Anda. Pelajari lebih lanjut cara menulis teks alternatif yang bagus (<https://developers.google.com/search/docs/appearance/google-images?hl=id#descriptive-alt-text>), dan cara menambahkannya ke gambar Anda.

## Mengoptimalkan video Anda

Jika situs Anda berisi halaman yang utamanya tentang video individual, orang juga dapat menemukan situs Anda melalui hasil video di Google Penelusuran. Banyak praktik terbaik untuk gambar dan teks juga berlaku untuk video:

- Buat konten video berkualitas tinggi, dan sematkan video di halaman tersendiri, di dekat teks yang relevan dengan video tersebut.
- Tulis teks deskriptif di kolom judul dan deskripsi video (judul video tetaplah judul, jadi Anda juga dapat menerapkan praktik terbaik untuk menulis judul di sini).

Jika situs Anda berfokus pada video secara khusus, lanjutkan membaca tips-tips lain yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan video bagi mesin telusur (<https://developers.google.com/search/docs/appearance/video?hl=id>).

## Mempromosikan situs

Dengan mempromosikan konten baru secara efektif, orang yang tertarik dengan subjek yang sama akan lebih cepat menemukan situs Anda, begitu juga mesin telusur. Anda dapat melakukannya dengan banyak cara:

- Promosi media sosial
- Interaksi komunitas

- Iklan, baik offline maupun online
- Informasi dari mulut ke mulut, dan banyak metode lainnya

### Salah satu cara paling efektif dan tahan lama

(<https://www.nielsen.com/insights/2012/global-trust-in-advertising-and-brand-messages-2/>) adalah informasi dari mulut ke mulut: yaitu, orang-orang yang memahami situs Anda akan memberi tahu teman-temannya tentang situs tersebut, yang kemudian akan mengunjungi situs Anda. Proses ini memerlukan waktu, dan biasanya Anda perlu memfokuskan waktu dan upaya dalam praktik lain terlebih dahulu, seperti interaksi komunitas. Teman-teman kita di Google untuk Kreator memiliki referensi luar biasa tentang membangun dan berinteraksi dengan audiens Anda (<https://creators.google/en-us/content-creation-guides/audience-engagement/?hl=id>).

Mempromosikan perusahaan atau situs secara offline juga bukan upaya yang sia-sia. Misalnya, jika Anda memiliki situs bisnis, pastikan URL-nya tercantum di kartu nama, kop surat, poster, dan materi lainnya. Dengan izin mereka, Anda juga dapat mengirimkan newsletter berulang kepada audiens untuk memberi tahu mereka tentang konten baru di situs Anda.

Seperti segala hal dalam kehidupan ini, mempromosikan situs secara berlebihan justru dapat merugikan Anda: orang mungkin akan bosan dengan promosi Anda, dan mesin telusur mungkin menganggap beberapa praktik ini sebagai manipulasi hasil penelusuran (<https://developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies?hl=id>).

## Hal-hal yang kami yakini tidak penting

Seiring berkembangnya SEO, ide dan praktik (terkadang juga kesalahpahaman) yang terkait dengan SEO juga semakin banyak. Apa yang dianggap sebagai praktik terbaik atau prioritas utama di masa lalu mungkin tidak lagi relevan atau efektif karena perkembangan mesin telusur (dan internet) dari waktu ke waktu.

Untuk membantu Anda berfokus pada hal-hal terkait SEO yang memang penting, kami mengumpulkan beberapa topik paling umum dan terkenal yang pernah beredar di internet. Secara umum, pesan kami tentang topik ini adalah Anda harus melakukan yang terbaik di area bisnis Anda; kami akan menguraikan beberapa hal spesifik di sini:

### Kata kunci meta

Google Penelusuran tidak menggunakan tag meta kata kunci

(<https://developers.google.com/search/blog/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag?hl=id>)

.

### Subdomain versus subdirektori

Dari sudut pandang bisnis, lakukan apa pun yang relevan untuk bisnis Anda. Misalnya, mengelola situs mungkin akan lebih mudah jika disegmentasikan menurut subdirektori, tetapi ada kalanya topik sebaiknya dipartisi

### Penjejalan kata kunci

Terlalu banyak mengulangi kata yang sama berulang kali (bahkan dalam bentuk variasi) akan membuat pengguna lelah, dan penyejalan kata kunci ini bertentangan dengan kebijakan spam Google

(<https://developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies?hl=id#keyword-stuffing>)

### Kata kunci di nama domain atau jalur URL

Saat memilih nama situs, lakukan hal yang terbaik bagi bisnis Anda. Pengguna akan menggunakan nama ini untuk menemukan Anda, jadi sebaiknya ikuti praktik terbaik pemasaran umum. Dari perspektif penentuan peringkat, kata kunci di nama domain (atau jalur URL) saja hampir tidak berpengaruh selain muncul di breadcrumb

(<https://developers.google.com/search/docs/appearance/visual-elements-gallery?hl=id#breadcrumb>)

Sehubungan dengan nama domain: TLD (akhiran nama domain seperti ".com" atau ".guru") hanya penting jika Anda menargetkan pengguna dari negara tertentu, dan meskipun demikian TLD biasanya merupakan sinyal dengan dampak rendah. Misalnya, jika Anda mencoba menjual keju Belanda kepada orang yang melakukan penelusuran dari Swiss, (dari sudut pandang bisnis dan sudut pandang SEO

(<https://developers.google.com/search/docs/specify/international/managing-multi-regional-sites?hl=id#geotargeting>)

) sebaiknya gunakan nama domain .ch. Jika tidak, Google Penelusuran tidak akan peduli dengan TLD yang Anda gunakan (baik .com, .org, atau .asia).

### Panjang konten minimum atau maksimum

Panjang konten saja tidak memengaruhi peringkat (tidak ada rekomendasi target

ke dalam subdomain, bergantung pada topik atau industri situs Anda.

### PageRank

#### Meskipun PageRank

(<https://developers.google.com/search/docs/appearance/ranking-systems-guide?hl=id#link-analysis>) menggunakan link dan merupakan salah satu algoritma dasar di Google, banyak sekali hal lain yang menjadi bahan pertimbangan Google Penelusuran. Kami memiliki banyak sinyal penentu peringkat, dan PageRank hanyalah salah satunya.

### "Penalti" konten duplikat

Jika Anda memiliki beberapa konten yang dapat diakses di beberapa URL, jangan khawatir karena itu tidak masalah. Praktik ini tidak efisien, tetapi bukan sesuatu yang akan menimbulkan tindakan manual. Namun, akan berbeda kasusnya jika Anda menyalin konten orang lain.

(<https://developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies?hl=id#scraped-content>)

### Jumlah dan urutan judul

Mengurutkan judul dalam urutan semantik sangat membantu pembaca layar. Namun, dari perspektif Google Penelusuran, tidak masalah jika Anda menggunakan secara tidak berurutan. Secara umum, web bukanlah HTML yang valid, sehingga Google Penelusuran jarang sekali bergantung pada makna semantik yang tersembunyi dalam spesifikasi HTML.

Selain itu, tidak ada judul yang ajaib dan ideal untuk halaman tertentu. Namun, jika dirasa terlalu banyak, mungkin sebaiknya Anda menguranginya.

### Apakah E-E-A-T termasuk faktor penentu peringkat?

jumlah kata secara spesifik, minimum atau maksimum, meskipun Anda sebaiknya menyertakan setidaknya satu kata). Jika Anda memvariasikan kata (menulis secara alami agar tidak repetitif), Anda memiliki lebih berpeluang muncul di Penelusuran hanya karena Anda menggunakan lebih banyak kata kunci.

Tidak.

(<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content?hl=id#eat>)

## Langkah berikutnya

- **Mulai menggunakan Search Console:** Menyiapkan akun Search Console akan membantu Anda memantau dan mengoptimalkan performa situs di Google Penelusuran. Pelajari cara menyiapkan akun Anda dan laporan mana yang harus diperiksa terlebih dahulu (<https://developers.google.com/search/docs/monitor-debug/search-console-start?hl=id>).
- **Mempertahankan SEO situs Anda dari waktu ke waktu:** Pelajari lebih lanjut cara mengelola kehadiran situs Anda dalam jangka panjang (<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/get-started?hl=id>), termasuk tugas dan skenario SEO yang lebih mendalam, seperti menyiapkan pemindahan situs, atau mengelola situs multibahasa.
- **Meningkatkan tampilan situs di hasil Google Penelusuran:** Data terstruktur (<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/intro-structured-data?hl=id>) yang valid di halaman Anda juga membuat halaman memenuhi syarat berbagai fitur khusus di hasil Google Penelusuran, termasuk bintang ulasan, carousel, dan lainnya. Jelajahi galeri jenis hasil penelusuran (<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/search-gallery?hl=id>) yang sesuai dengan halaman Anda.

Terus mengikuti info terbaru dan mengajukan pertanyaan

Untuk memulai perjalanan SEO Anda, berikut beberapa referensi yang dapat membantu Anda terus mengikuti perubahan dan referensi baru yang kami publikasikan:

- Blog Pusat Google Penelusuran (<https://developers.google.com/search/blog?hl=id>) : Dapatkan informasi terbaru dari blog Pusat Google Penelusuran. Anda dapat menemukan informasi terkait update Google Penelusuran, fitur baru Search Console, dan lainnya.
- Forum Bantuan Pusat Google Penelusuran (<https://support.google.com/webmasters/community?hl=id>) Posting pertanyaan tentang masalah situs Anda dan temukan tips membuat situs berkualitas tinggi dari forum produk untuk pemilik situs. Terdapat banyak kontributor berpengalaman di forum tersebut, termasuk

- Pusat Google Penelusuran di LinkedIn (<https://www.linkedin.com/showcase/googlesearchcentral/>) dan X (Twitter) (<https://twitter.com/googlesearchc>): Ikuti kami untuk mendapatkan info terbaru tentang Google Penelusuran dan referensi untuk membantu Anda membuat situs yang bagus.
- Pakar Produk (<https://productexperts.withgoogle.com/>) dan terkadang Googler.
- Channel YouTube Pusat Google Penelusuran (<https://www.youtube.com/c/GoogleSearchCentral?hl=id>) : Tonton ratusan video bermanfaat yang dibuat untuk pemilik situs.

Kecuali dinyatakan lain, konten di halaman ini dilisensikan berdasarkan Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), sedangkan contoh kode dilisensikan berdasarkan Lisensi Apache 2.0 (<https://www.apache.org/licenses/LICENSE-2.0>). Untuk mengetahui informasi selengkapnya, lihat Kebijakan Situs Google Developers (<https://developers.google.com/site-policies?hl=id>). Java adalah merek dagang terdaftar dari Oracle dan/atau afiliasinya.

Terakhir diperbarui pada 2025-12-18 UTC.