

# PERENCANAAN DAN ANALISA WEBSITE BINA-TUNGGAL.AC.ID DENGAN PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

*Sayyid Jamal Al Din*

Prodi Sistem Informasi, FTI, Institut Teknologi Budi Utomo Jakarta,  
[sayyid@itbu.ac.id](mailto:sayyid@itbu.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuat perencanaan dan analisa *website* STT Bina Tunggal menggunakan metode *object oriented programming* dan *search engine optimization* yang bertujuan untuk melakukan desain ulang (*redesign*) *website* agar agar lebih optimal baik dari kualitas maupun kuantitas konten maupun untuk meningkatkan trafik. Metode perencanaan dan analisa *website* sendiri dibantu oleh CMS Wordpress, Yoast SEO beserta dengan hosting dan domain yang disediakan sedangkan untuk meningkatkan trafik (*digital marketing*) menggunakan metode *search engine optimization* dibantu dengan teknik *SEO on-page* teknik *SEO off-page*. Hasil yang didapatkan dari teknik *SEO on-page* teknik *SEO off-page* sudah cukup baik namun perlu juga dikelola dengan baik oleh operator yang bertugas untuk mengurus *website* tersebut, kemudian untuk teknik *SEO off-page* juga sudah cukup baik tetapi perlu dioptimalkan pada bagian penyebaran dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram yang lebih baik lagi.

**Kata Kunci** : Website, STT Bina Tunggal, SEO, Wordpress.

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Pada era industri 4.0, internet saat ini telah berkembang pesat terutama pada *website*. Salah satu dari sekian banyak indikasi kesuksesan dari sebuah *website* adalah trafik. Trafik bisa didapat dari banyak sumber salah satunya yaitu *search engine*. Lebih dari 80% pemakai internet mengandalkan *search engine* sebagai alat pencari informasi. Agar *website* mudah ditemukan melalui *search engine* seperti Google perlu diterapkannya *search engine optimization*.

Perkembangan *web* dan internet saat ini memungkinkan untuk membuat *website* menjadi mudah, banyak *website* terbentuk setiap tahunnya. Berbagai *website* berusaha menjadi situs yang paling banyak dicari di internet terutama di *search engine* (mesin pencari). Secara singkat, *website* pada posisi diatas hasil pencarian memiliki peluang lebih besar mendapatkan pengunjung. Bagi sebuah *website*, trafik menjadi bagian dari tolak ukur keberhasilan mengelola situs, hal ini karena trafik bentuk penentu kelangsungan situs di internet.

Sekolah Tinggi Teknologi (STT) Bina Tunggal Bekasi memiliki *website* guna *branding* ke masyarakat luas, namun tidak

cukup dikenal oleh khalayak umum hal ini disebabkan karena kepengurusan *website* yang tidak terkelola dengan baik menyebabkan layanan seperti *search engine* milik google tidak bisa menampilkan hasil terbaik untuk *website* STT Bina Tunggal Bekasi.

Untuk itu upaya yang perlu dilakukan untuk menduduki peringkat pada situs pencarian (*search engine*) sangat beragam, diantaranya dengan membuat strategi perencanaan *website* bina tunggal yang di transformasi menggunakan *web digital marketing* dan metode SEO (*Search Engine Optimization*). Upaya seperti ini untuk meningkatkan kualitas konten agar cepat dikenal oleh masyarakat.

Maka dari itu diperlukan strategi untuk perencanaan *website* STT Bina Tunggal Bekasi dengan metode *Search Engine Optimization* dalam upaya peningkatan pencarian, sehingga membantu perguruan tinggi guna menentukan metode *Search Engine Optimizaetion* yang efektif guna meningkatkan trafik pencarian.

## 1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitiannya yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi perencanaan *website* STT Bina Tunggal dengan metode berorientasi objek dan metode *Search Engine Optimization*.
2. Untuk mengidentifikasi metode *Search Engine Optimization* yang efektif untuk meningkatkan trafik *website*.
3. Untuk penerapan metode *Search Engine Optimization* terhadap *website* STT Bina Tunggal Bekasi agar lebih optimal baik dari kualitas konten.

## 2. Landasan Teori

### 2.1 Digital Marketing

*Digital marketing* adalah praktek marketing dengan saluran digital untuk mencapai konsumen relevan, personal dan *cost-effective* (Chaffey, Dave, Edmundson-Bird, David; Hemphill, Tanya. 2019). Aktivitas pemasaran dilakukan menggunakan berbagai perangkat mulai dari penawaran produk, pembayaran dan pengirimannya. Dalam konteks *marketing*, organisasi mulai mencari metode penghematan, tidak menjadi rahasia bahwa biaya terbesar organisasi selalu dari biaya marketing dan tenaga kerja (Wira. 2016). Oleh sebab itu organisasi harus pandai melihat peluang aktivitas *marketing* yang efektif.

Adapun banyak teknik komunikasi *online* untuk saluran media digital yang ditinjau sebagai strategi komunikasi bisnis digital atau juga sebagai kampanye pemasaran online suatu instansi, terdapat enam saluran utama dari saluran media digital menurut Chaffey dan Smith (2019) sebagai berikut:

1. *Search Engine Marketing (SEM)*
2. *Online PR (Public Relation)*
3. *Online Partnerships*
4. *Interactive Advertising*
5. *Opt-in Email Marketing*
6. *Social Media Marketing*

### 2.2 Search Engine Optimization (SEO)

*Search engine optimization* atau SEO yaitu ilmu untuk menolong situs tercatat pada *search engine* dan direktori utama

seperti Google, Yahoo, atau Bing sesuai *keyword* dan frasa relevan. Secara praktek, proses SEO adalah untuk memastikan pengunjung berkepentingan untuk menemukan situs tujuannya di internet dengan mudah (Wahyu, 2020).

#### 1. SEO On-Page

SEO *On-Page* yaitu aktifitas dilakukan terhadap *website* agar mesin pencari meng-*index* kata kunci yang ada di *website*. Hal ini membuat para pelaku bisnis melakukan SEO *On-Page* dengan membuat konten yang berkualitas dengan memberikan informasi unik dan bermanfaat, sehingga pengunjung nyaman dengan konten yang disajikan.

#### 2. SEO Off-Page

SEO *Off-Page* yaitu aktifitas dilakukan untuk meningkatkan trafik guna mempengaruhi peringkat *website* sesuai kata kunci. Para pelaku bisnis *online* dalam melakukan SEO *Off-Page* terhadap *website* mereka yaitu dengan memberikan *backlink* yang berkualitas pada *website* utama.

## 3. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Metode Pengumpulan Data

- a. Studi lapangan, data diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti antara lain wawancara, observasi dan dokumentasi
- b. Studi kepustakaan, Pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara mempelajari referensi-referensi maupun teori-teori yang berkaitan dengan aplikasi informasi sekolah yang sudah pernah dibuat oleh penulis-penulis sebelumnya, baik dari STT Bina Tunggal Bekasi maupun dari Universitas lainnya.

### 2. Instrumen Penelitian

#### a. Alat Perekam

Digunakan alat perekam untuk memudahkan penelitian meng-konfirmasi lagi hasil wawancara agar sesuai dengan yang disampaikan responden ketika wawancara.

b. Pedoman Wawancara

Melakukan pengumpulan data kemudian mereduksi data untuk prose pemilihan dan pemusatan perhatian kemudian penyajian data untuk mengumpulkan informasi dalam bentuk teks naratif dan penarikan kesimpulan.

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

##### 4.1 Analisis Perencanaan Website STT Bina Tunggal Bekasi

Berdasarkan hasil wawancara oleh Bpk. Yakub S.Kom., M.Kom. serta beberapa mahasiswa jurusan Sistem Informasi yang dijadikan narasumber, didapatkan analisis perlu dirubah secara total *website* STT Bina Tunggal sebelum dilakukannya penerapan SEO untuk meningkatkan trafik yang tertuang pada poin-poin di identifikasi masalah. Adapun analisis ini sebelum terjadinya perencanaan diperlukannya hal-hal sebagai berikut: (Cahya Lukito, dkk. 2014)

1. Penentuan Platform

Didapatkan hasil bahwa *website* dengan *wordpress* merupakan platform yang dipilih. Karena hingga saat ini *website* masih diperlukan, pada umumnya seseorang mencari informasi secara rinci dan terstruktur bukan dari media sosial facebook dan instagram melainkan mencarinya di Google sehingga informasi mengenai STT Bina Tunggal Bekasi yang dicari akan muncul.

2. Perencanaan Konten

Dari platform yang telah dipilih kemudian selanjutnya adalah membutuhkan konten yang menarik baik itu berupa foto, desain grafis dan video. Dalam merencanakan konten perlu adanya diskusi secara *online* terhadap seluruh stakeholder terkait, harus disesuaikan dengan selera pasar terkini untuk dibaca agar konten yang dibuat tidak ketinggalan jaman.

3. Produksi Konten

Adapun konten yang akan disebar dan dikonsumsi oleh pengguna diberbagai platform yang dimulai dari *platform website* STT Bina Tunggal Bekasi. Beberapa jenis yang diproduksi diantaranya berupa foto dan video

dengan menyesuaikan pada platform digital yang digunakan saat ini yaitu *website*.

4. Interaksi dengan para pengunjung atau *followers*

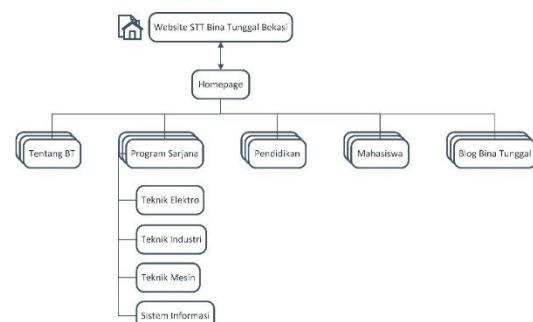
Berdasarkan hasil yang didapatkan di lapangan pada instagram @binatunggalfoundation saat ini, interaksi yang terjadi pada instagram akan memberikan dampak pada *followers* itu sendiri. Kemudian apabila admin membuat *caption*, bagian kolom komentar akan muncul para pengguna yang *mention username* pengguna lainnya, walaupun admin terbantu karena tidak perlu menjawab setiap pertanyaan dari *followers* namun admin tentunya juga berinteraksi dengan *followers*.

##### 4.2 Perencanaan Website

Metode pengembangan sistem yang digunakan untuk mendukung perencanaan dan analisa *website* STT Bina Tunggal Bekasi menggunakan metode *object oriented programming* (OOP) karena dianggap cocok dengan pendekatan berorientasi objek yang dibantu oleh CMS Wordpress beserta dengan *hosting* dan *domain* (Risianto. 2015)

1. Analisa Kebutuhan Website

Sebelum melakukan pengembangan, perlu dianalisa terlebih dahulu kebutuhan yang diperlukan untuk *website* bina tunggal tersebut dengan *use case diagram*.



Gambar 1. Skema Navigasi Menu Website

Sumber : Penelitian mandiri

Berdasarkan gambar diatas, skema navigasi menu pada perencanaan *website*

STT Bina Tunggal dijelaskan sebagai berikut:

- Homepage*, menu yang digunakan untuk kembali ke menu *homepage* pada website.
- Tentang BT, menyang digunakan untuk memberitahukan kepada pengunjung tentang sejarah perjalanan STT Bina Tunggal Bekasi dari awal berdiri, lokasi kampus dan visi, misi serta tujuan didirikannya.
- Program Sarjana, menyang digunakan untuk memberitahukan jurusan-jurusan yang tersedia pada STT Bina Tunggal Bekasi beserta dengan penjelasan informasi-informasi penting pada setiap jurusan seperti visi, misi dan tujuan tiap jurusan.
- Pendidikan, menyang digunakan untuk memberitahukan fasilitas yang tersedia pada STT Bina Tunggal Bekasi sampai prestasi mahasiswa serta event-event yang telah sukses diadakan.
- Mahasiswa, menu yang digunakan untuk memberitahukan informasi-informasi penting yang perlu diketahui oleh pengunjung masyarakat dan mahasiswa secara umum seperti silabus pembelajaran tiap semester maupun pengumuman lainnya.
- Blog Bina Tunggal, menu yang digunakan untuk memberitahukan informasi seperti *event-event* yang telah diadakan, jurnal penelitian yang telah diumumkan hingga penulisan tentang berita-berita yang update menyangkut tentang STT Bina Tunggal Bekasi hingga tren saat ini.

### 4.3 Redesign Website

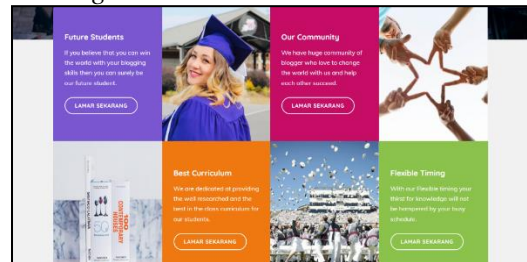
Pertama-tama pada perencanaan *website* STT Bina Tunggal Bekasi yang perlu dilakukan adalah melakukan perencanaan tahap demi tahap, perencanaan ini bertujuan untuk mendesain ulang website serta tata ulang konten yang ingin diterapkan agar sesuai juga dengan ketentuan dari tahap-tahap perencanaan penerapan teknik *SEO On Page* (Khawistara, J. K. 2015).

#### 1. Redesign Section Header and Jumbo Box



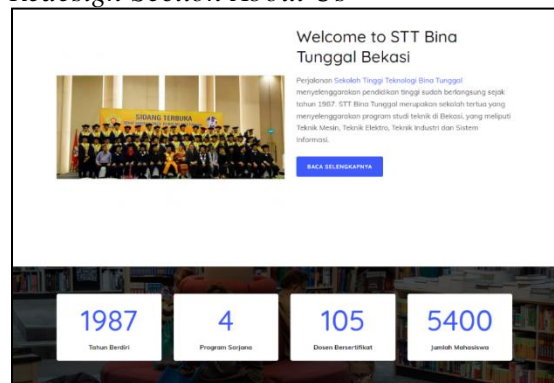
Gambar 2. *Section Header and Jumbo Box* (Penelitian Mandiri 2023)  
Sumber : Penelitian mandiri

#### 2. Redesign Section Second Jumbo Box



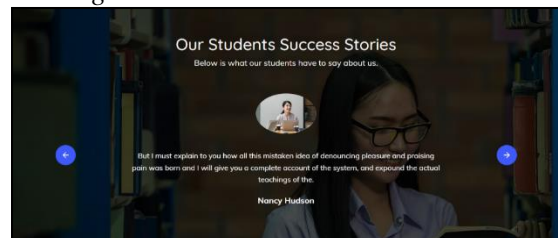
Gambar 3. *Section Second Jumbo Box*  
Sumber : Penelitian mandiri

#### 3. Redesign Section About Us



Gambar 4. *Section About Us*  
Sumber : Penelitian Mandiri 2023

#### 4. Redesign Section Review



Gambar 5. *Section Review*  
Sumber : Penelitian Mandiri 2023

5. Redesign Section Footer



Gambar 6. Section Footer

Sumber :Penelitian Mandiri 2023

4.4 Perencanaan Penerapan SEO

Untuk melakukan penerapan metode *search engine optimization* guna meningkatkan trafik pengunjung dengan tujuan digital marketing (Cahya Lukito, dkk. 2014).

1. Teknik Optimalisasi SEO *On Page*

a. Optimalisasi Keyphrase

*Focus keyphrase* di website STT Bina Tunggal Bekasi dilakukan melalui plugin Yoast SEO mengingat website STT Bina Tunggal Bekasi ini dibangun menggunakan *platform CMS Wordpress*.



Gambar 7. Optimalisasi *Focus Keyphrase*

Sumber :Penelitian Mandiri 2023

b. Optimalisasi Judul

Judul dan deskripsi meta yaitu serangkaian kata-kata untuk mewakili halaman di *website* dan memuat kata kunci untuk dibaca oleh mesin pencari.



Gambar 8. Optimalisasi Judul Dan Meta Description

Sumber :Penelitian Mandiri 2023

c. Optimalisasi Slug

*Slug* yaitu ada di *permalink URL* di *website* yang merujuk ke konten secara spesifik. *Slug* ada di belakang *permalink*, setelah nama *domain*. Agar mesin pencari mudah melakukan identifikasi sebuah halaman, penamaan *slug* harus sesuai dengan kata kunci dan judul halaman sebuah *website*.



Gambar 9. Optimalisasi Slug URL

Sumber :Penelitian Mandiri 2023

d. Optimalisasi Isi Konten

Isi konten bisa juga pengaruhi hasil pencarian. Isi konten yang menarik sesuai judul dan apabila mengandung kata kunci maka akan diperhatikan oleh mesin pencari. Untuk mengoptimalkan isi konten dengan *tag heading*, untuk konten mudah dikenali mesin pencari, lalu baris dan kalimat pertama diisi dengan *focus keyphrase* yang ditentukan menggunakan format H2.



Gambar 10. Optimalisasi Isi Konten

Sumber :Penelitian Mandiri 2023

e. Optimalisasi Internal dan External Link

Proses penyisipan *internal* dan *external link* pada postingan yang

struktur URL *website* bisa dimengerti mesin pencari. *Internal link* berbentuk *hyperlink* yang menghubungkan ke halaman lain pada *website* yang sama, sedangkan *external link* berbentuk *hyperlink* yang menghubungkan ke sebuah halaman tetapi di *website* berbeda.

## 2. Teknik Optimalisasi SEO *Off Page*

Langkah optimalisasi SEO yang dilaksanakan diluar *website*, untuk mendukung upaya SEO *on page* yang berfokus pada perbaikan pada faktor *internal website*. Untuk menerapkan teknik SEO *off page* ini, maka diperlukan menggunakan berbagai *platform* (Salsabil. 2020).

### a. Melakukan Pencarian *Backlink* Pada *Website*

Untuk mencari *website* tujuan *backlink*, penulis melakukan dengan google menggunakan kata “*site:akhiran domain’ kata kunci target*”. Kata kunci membuat google mencari dan mengindeks *website* pada *domain* yang sesuai diinputkan.

### b. Memanfaatkan Media Sosial

Menggunakan berbagai media sosial dengan menggunakan nama yang sama seperti *website*. Secara otomatis media sosial yang dibuat ini juga ikut membantu pergerakan SEO pada *website*. Penerapannya bisa dilakukan menggunakan media sosial yang ada.

### c. Memanfaatkan *Listing Google My Business*

Penggunaan Google Bisnisku juga termasuk dalam SEO. Jenis SEO ini secara spesifik digunakan untuk mengoptimalkan mesin pencari, terutama untuk bisnis lokal.

## 5. Kesimpulan

Dengan adanya strategi perencanaan *website* STT Bina Tunggal yang telah dilakukannya tahap *redesign website* maupun penggunaan metode *search engine optimization* diharapkan dapat menarik minat masyarakat luas untuk mengakses dan mencari tahu informasi yang ingin didapatkannya.

Dengan menggunakan metode *search engine optimization* dengan teknik optimalisasi *on page* maupun *off page* diharapkan bisa efektif untuk meningkatkan trafik *website* STT Bina Tunggal.

Perencanaan penerapan metode *search engine optimization* terhadap *website* STT Bina Tunggal terlihat bisa lebih baik untuk susunan informasi yang diberikannya mulai dari kualitas maupun kuantitas karena mesin pencarian google bisa menerjemahkan apa yang masyarakat cari terhadap *website* STT Bina Tunggal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmaranti, Salsabila Devina. 2020. Analisis Penggunaan Metode Search Engine Optimization (Seo) Dalam Strategi Peningkatan Webometrics. Skripsi thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Artanto, Hadian, Firman Nurdiansyah. 2017. Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk
- Bharata, Wira. 2016. Peran Layanan Jasa Search Engine Optimization untuk Meningkatkan Daya Saing pada Bisnis Startup (Studi pada Kaldera Trail and Jeep Adventure Malang).
- Chaffey, Dave, Edmundson-Bird, David; Hemphill, Tanya. 2019. Digital Business And E-commerce Management : Strategy, Implementation And Practice. United Kingdom: Pearson.
- Hidayatullah, P & Khawistara, J. K. 2015. Pemrograman Web. Bandung: Informatika Bandung.
- Lukito, Rony Baskoro, Cahya Lukito, dkk. 2014. Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Pada Website Dalam Strategi Pemasaran Melalui Internet. Jurnal ComTech. Jakarta.
- Saputro, Wahyu. 2020. Penerapan Search Engine Optimization (SEO) Dalam Meningkatkan Trafik Menggunakan White Hat SEO. Bachelor thesis: Universitas Ahmad Dahlan.