



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 8295-8307

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Kata Kunci dan Implementasi *SEO On Page* Website STMIK YMI Tegal

Maulia Nursidik

STMIK YMI Tegal

Email: maulianursidik@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kata kunci berdasarkan volume pencarian serta mengimplementasikan teknik *SEO On Page* guna meningkatkan performa pencarian organik pada website *stmik-tegal.ac.id*. Optimalisasi dilakukan dengan menggunakan beberapa *tools* analisis *SEO* seperti *Rank Tracker*, *Google Keyword Planner*, *Ahrefs*, dan pencarian manual. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif melalui studi kasus sebagai metode utama dalam pengumpulan dan analisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa kata kunci seperti kampus di Tegal, kampus STMIK, dan kampus Tegal memiliki volume pencarian yang signifikan dan relevansi tinggi terhadap konten website. Setelah implementasi *SEO On Page*, terjadi peningkatan peringkat kata kunci di hasil pencarian Google yang ditunjukkan dengan naiknya posisi dari halaman dua ke halaman satu dalam waktu satu bulan. Penelitian ini memberikan kontribusi strategis bagi institusi pendidikan dalam meningkatkan visibilitas digital dan menarik minat calon mahasiswa melalui pencarian organik.

Kata Kunci: *SEO On Page*, *Analisis Kata Kunci*, *Volume Pencarian Website*, *Website Pendidikan*, *WordPress*.

Abstract

This reSearch aims to analyze keywords based on Search volume and implement On Page SEO techniques to improve organic Search performance on the stmik-tegal.ac.id website. Optimization is done by using several SEO analysis tools such as Rank Tracker, Google Keyword Planner, Ahrefs, and manual Search. This research was conducted qualitatively through case studies as the main method of data collection and analysis. The analysis showed that keywords such as campus in Tegal, STMIK campus, and Tegal campus have significant Search volume and high relevance to website content. After the implementation of On Page SEO, there was an increase in keyword ranking in Google Search results as shown by the increase in position from page two to page one within one month. This reSearch provides a strategic contribution for educational institutions in increasing digital visibility and attracting prospective students through organic Search.

Keywords: *On Page SEO, Rank Tracker Analysis, Website Search Volume, Educational Website, WordPress.*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah membawa pengaruh besar terhadap berbagai bidang kehidupan, salah satunya adalah penyebaran informasi melalui media digital (Muid et al., 2024). Internet telah menjadi salah satu sumber utama bagi masyarakat dalam mencari berbagai jenis informasi, mulai dari berita, layanan, hingga pendidikan . Berdasarkan laporan *DataReportal*, lebih dari 63% penduduk dunia telah menggunakan internet secara aktif (Mutma et al., 2023). Sebagian besar pengguna mengandalkan mesin pencari seperti Google untuk menavigasi atau mencari informasi yang dibutuhkan (Sheima et al., 2024). Dalam konteks ini, visibilitas suatu website di hasil pencarian menjadi penting untuk memastikan informasi yang disampaikan dapat dijangkau oleh audiens secara optimal.

Bagi individu, organisasi, dan institusi pendidikan, website menjadi wajah digital yang menampilkan informasi sekaligus memperkuat citra dan layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat agar website dapat menjangkau lebih banyak pengguna melalui hasil pencarian yang relevan.

Salah satu metode yang umum diterapkan untuk meningkatkan visibilitas website adalah Search Engine Optimization (*SEO*) (Antonius & Suteja, 2021). Teknik *SEO* digunakan untuk mengoptimalkan jumlah dan mutu trafik yang diperoleh secara organik melalui mesin pencari seperti Google (Nugroho et al., 2024). Pentingnya *SEO* terletak pada fakta bahwa mayoritas pengguna internet cenderung hanya mengakses informasi dari halaman pertama

hasil pencarian, sehingga posisi website dalam daftar tersebut sangat memengaruhi visibilitasnya (Putri & Prabowo, 2023).

Dalam praktiknya, *SEO* terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu *SEO On Page* dan *SEO Off Page* (Abdillah & Marcos, 2020; Dwitya Pramudita & Solihin, 2019). *SEO Off Page* mencakup berbagai aspek eksternal misalnya *backlink* dan interaksi di Instagram, Facebook, Twitter (media sosial) (Sari, 2024). Kemudian *SEO On Page* lebih menekankan pada optimalisasi bagian-bagian internal website, seperti struktur HTML, meta *title* halaman, deskripsi meta, penggunaan kata kunci yang tepat, dan kualitas konten (Heidy et al., 2024). Peran *SEO On Page* sangat penting dalam strategi optimasi karena menjadi fondasi bagi mesin pencari untuk memahami, mengindeks, dan menentukan posisi halaman dalam hasil pencarian (Nanda Aristya et al., 2024). Tanpa struktur On Page yang baik, mesin pencari akan kesulitan memahami konteks dan relevansi sebuah halaman (Nugroho et al., 2024).

Seiring berkembangnya algoritma mesin pencari, terutama Google, teknik *SEO On Page* pun semakin berkembang. Jika sebelumnya faktor seperti pengulangan kata kunci (*keyword density*) menjadi tolok ukur utama, kini mesin pencari lebih memprioritaskan konten yang relevan, informatif, dan memberikan pengalaman pengguna yang baik. Oleh karena itu, pemilik website dituntut untuk lebih cermat dalam menyusun konten yang tidak hanya optimal untuk mesin pencari, tetapi juga bermanfaat bagi pembaca manusia.

Bagi institusi pendidikan, khususnya perguruan tinggi, keberadaan website yang optimal di mesin pencari dapat menjadi nilai tambah yang strategis (Daqiqil Id et al., 2021). Selain sebagai pusat informasi resmi, website kampus juga digunakan untuk menjangkau calon-calon mahasiswa, mitra akademik, dan masyarakat umum. Maka dari itu, penguatan strategi *SEO*, khususnya *SEO On Page*, menjadi semakin penting untuk mendukung keberhasilan komunikasi digital institusi.

Dalam konteks digital marketing, penerapan Search Engine Optimization (*SEO*) telah menjadi kebutuhan mendasar bagi berbagai jenis website, termasuk website institusi pendidikan (Kurniawan et al., 2025). Persaingan dalam dunia pendidikan semakin ketat, di mana calon mahasiswa dan orang tua lebih sering melakukan pencarian informasi kampus melalui mesin pencari seperti Google. Oleh karena itu, visibilitas di halaman pertama hasil pencarian menjadi sangat krusial agar informasi mengenai kampus mudah diakses dan diketahui secara luas.

Optimalisasi *SEO On Page* menjadi strategi yang efisien dan berkelanjutan, karena pengelolaan dilakukan dari dalam website itu sendiri. Komponen penting dalam *SEO On Page* mencakup struktur URL yang ramah mesin pencari, penggunaan tag *heading* yang

tepat, kecepatan pemuatan halaman (*page speed*), mobile responsiveness, serta yang paling mendasar pemilihan kata kunci yang tepat (Sadiyah & Maharani, 2024). Hal ini sejalan dengan penelitian (Indriyatmoko et al., 2024) yang menyatakan bahwa pemilihan kata kunci yang relevan menjadi faktor krusial dalam mendongkrak peringkat halaman di hasil pencarian secara organik.

Penelitian ini tidak hanya menganalisis kata kunci berdasarkan volume dan relevansi, tetapi juga mengimplementasikan strategi *SEO On Page* berdasarkan hasil analisis tersebut. *Tools* seperti *Google Keyword Planner*, *Rank Tracker*, *Ahrefs*, dan pencarian manual digunakan untuk mengidentifikasi kata kunci yang paling tepat. Selain itu, plugin *SEO* seperti *All In One SEO* juga diterapkan pada website untuk memastikan struktur *SEO* yang lebih terorganisir dan mempermudah indeksasi oleh mesin pencari (Saputra & Rahmawati, 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kata Kunci Berdasarkan Volume dan Implementasi *SEO On Page* pada Website STMIK YMI Tegal".

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, karena peneliti berfokus pada pemahaman mendalam terhadap proses analisis dan implementasi strategi *SEO On Page* berdasarkan konteks tertentu, tanpa menggunakan data numerik sebagai alat analisis utama. Pendekatan kualitatif cocok digunakan untuk mengeksplorasi dinamika yang terjadi dalam pengelolaan dan optimalisasi website institusi pendidikan berdasarkan interpretasi deskriptif dan naratif.

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan studi kasus (*case study*). Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara komprehensif penerapan *SEO On Page* pada website *stmik-tegal.ac.id* sebagai representasi dari website institusi pendidikan. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam kondisi aktual di lapangan, serta menganalisis proses, hasil, dan tantangan yang dihadapi dalam implementasi teknik *SEO On Page* berdasarkan hasil analisis kata kunci.

Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat mengkaji hubungan antara volume pencarian, relevansi kata kunci, dan peningkatan visibilitas website secara organik melalui teknik *SEO*. Hasil dari pendekatan ini bukan berupa angka statistik, melainkan narasi analitis yang menjelaskan bagaimana strategi *SEO* dijalankan dalam konteks nyata dan bagaimana pengaruhnya terhadap posisi website di hasil pencarian Google.

Pengambilan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap struktur konten website *stmik-tegal.ac.id* dengan fokus pada elemen-elemen *SEO On Page* seperti penggunaan meta *title*, meta *description*, *heading*, penempatan kata kunci, dan *internal linking*. Peneliti juga memanfaatkan *tools SEO* untuk mengumpulkan data pendukung seperti *Google Keyword Planner*, *Ahrefs*, *Rank Tracker*, dan pencarian manual melalui mesin pencari untuk menilai relevansi hasil pencarian dengan kata kunci yang ditargetkan.

Data akan dikumpulkan dengan cara pengamatan langsung terhadap penggunaan kata kunci pada website *stmik-tegal.ac.id* serta melalui penggunaan berbagai *Tools* analisis kata kunci. Teknik pengumpulan data meliputi:

1. Penggunaan *Rank Tracker*

Tools ini digunakan untuk menganalisis performa kata kunci yang sudah ada dan menentukan kata kunci dengan volume pencarian tertinggi dan relevansi tinggi. Hasil analisis menunjukkan kata kunci yang dominan adalah:

Keyword	Lokasi	Pencarian	AW	KD	Tren	Volume
<input type="checkbox"/> kampus di tegal	Indonesia			5		320
<input type="checkbox"/> kampus terbaik di tegal	Indonesia			Q		30

Gambar 1. Kata Kunci *Rank Tracker*

2. Penggunaan *Google Keyword Planner*

Tools ini membantu memvalidasi volume pencarian kata kunci dan menemukan variasi lain yang relevan. Hasil yang didapatkan meliputi:

Kata kunci (menurut relevansi)	Penelusuran bulanan rata2
Kata kunci yang Anda berikan	
<input type="checkbox"/> perguruan tinggi di tegal	10 - 100
<input type="checkbox"/> kampus tegal	100 - 1 rb
<input type="checkbox"/> kampus di tegal	100 - 1 rb
<input type="checkbox"/> kampus stmik	100 - 1 rb

Gambar 2. Kata Kunci *Google Keyword Planner*

3. *Ahrefs*

Ahrefs dimanfaatkan untuk menggali kata kunci tambahan dengan mempertimbangkan tingkat kesulitan pencarian (*keyword difficulty*) serta tingkat persaingan di wilayah lokal. Hasilnya menunjukkan kata kunci berikut:

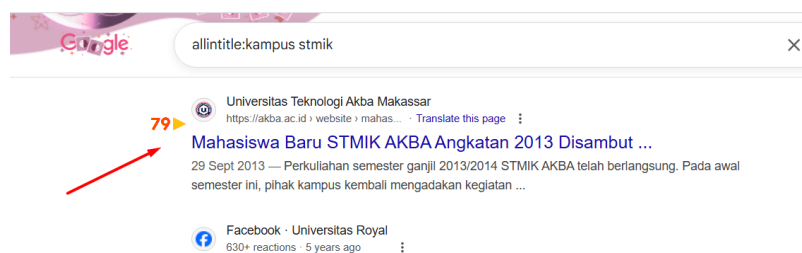
Phrase match / Questions

Keyword	KD	Volume	Updated
kampus tegal	Medium	<100	11 April
kampus tegal jawa tengah	N/A	<100	
perguruan tinggi tegal	N/A	<100	

Gambar 3. Kata Kunci *Ahrefs*

4. Pencarian Manual

Untuk memastikan relevansi kata kunci dengan kebutuhan pengguna dan topik website, dilakukan pencarian manual di mesin pencari Google menggunakan kata kunci yang telah ditemukan. Penulis melakukan pencarian dengan kata kunci yang relevan dengan website *stmik-tegal.ac.id* dan ditemukan kata kunci sebagai berikut:



Gambar 4. Kata Kunci Pencarian Manual

Kemudian analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif. Peneliti mendeskripsikan kondisi *SEO On Page* sebelum dan sesudah optimasi berdasarkan hasil analisis kata kunci. Teknik ini digunakan untuk menafsirkan hubungan antara volume pencarian, relevansi kata kunci, dan perubahan posisi peringkat website di hasil pencarian Google.

Data dari masing-masing *tools SEO* dibandingkan untuk melihat konsistensi dan akurasi informasi, seperti kecocokan antara volume pencarian menurut Google *Keyword Planner* dan *Ahrefs*. Hasil tersebut kemudian dikaitkan dengan perubahan posisi peringkat kata kunci setelah dilakukan implementasi *SEO On Page*. Dengan pendekatan ini, analisis tidak hanya menampilkan data teknis, tetapi juga memberikan pemahaman kontekstual terhadap proses optimasi yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Menggunakan *Rank Tracker*

Rank Tracker digunakan untuk menganalisis performa kata kunci yang digunakan pada halaman website saat ini dan kata kunci potensial lainnya. Berikut hasil utama yang diperoleh:

Tabel 1. Hasil Analisis Kata Kunci *Rank Tracker*

Kata Kunci	Volume Pencarian	<i>Keyword Difficulty</i>	Posisi Saat Ini
kampus Tegal	320	5	1-6
kampus terbaik di Tegal	30	-	1-10

Berdasarkan tabel 1 Hasil analisis kata kunci menggunakan *Rank Tracker* menunjukkan bahwa terdapat peluang untuk meningkatkan peringkat dengan mengoptimalkan kata kunci yang memiliki volume tinggi dan tingkat kesulitan menengah.

Berdasarkan data dari *Rank Tracker* kata kunci kampus Tegal memiliki 320 pencarian per bulan, *keyword difficulty* 5, dan saat ini berada di posisi halaman 1 baris 6 di Google. Kemudian kata kunci kampus terbaik di Tegal memiliki 30 pencarian per bulan dan berada di posisi halaman 1 baris 10 Google meski tanpa data *keyword difficulty*.

2. Hasil Analisis Menggunakan *Keyword Planner*

Google *Keyword Planner* digunakan untuk memvalidasi volume pencarian dan menemukan variasi kata kunci lainnya:

Tabel 2. Hasil Analisis Kata Kunci *Keyword Planner*

Kata Kunci	Penelusuran Bulanan Rata-Rata	Tingkat Persaingan	Posisi Saat Ini
perguruan tinggi di Tegal	10-100	Sedang	1-7
kampus Tegal	100-1.000	Tinggi	1-6
kampus di Tegal	100-1.000	Tinggi	1-10
kampus STMIK	100-1.000	Tinggi	1-1

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa kata kunci perguruan tinggi di Tegal memiliki volume penelusuran bulanan rata-rata antara 10-100 dengan tingkat persaingan sedang. Saat ini kata kunci tersebut sudah berada pada posisi halaman 1 baris 7 di hasil pencarian

Google yang berarti sudah muncul di halaman pertama dan memiliki peluang besar untuk menarik klik pengguna.

Kemudian kata kunci kampus Tegal memiliki volume penelusuran yang lebih tinggi yaitu 100-1.000 pencarian per bulan dengan tingkat persaingan tinggi. Saat ini berada di posisi halaman 1 baris 6 yang menunjukkan bahwa penerapan optimasi *SEO On Page* yang dilakukan telah membantu kata kunci menempati peringkat atas di hasil pencarian Google.

3. Hasil Analisis Menggunakan *Ahrefs*

Ahrefs digunakan untuk menggali kata kunci tambahan dan menilai kompetisi:

Tabel 3. Hasil Analisis Kata Kunci *Ahrefs*

Kata Kunci	<i>Keyword Difficult</i>	Volume	Posisi Saat Ini
kampus Tegal	Medium	<100	1-6
kampus Tegal jawa tengah	N/A	<100	1-7
perguruan tinggi Tegal	N/A	<100	1-8

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa data dari Google *Keyword Planner* memperkuat dua kata kunci pertama cukup potensial untuk dioptimalkan.

4. Hasil Analisis Menggunakan Pencarian Manual

Pencarian manual dilakukan melalui Google *Search* untuk menilai relevansi hasil pencarian terhadap intent pengguna. Hal ini membantu memastikan bahwa kata kunci yang dipilih sesuai dengan kebutuhan pasar. Berikut hasil utama yang diperoleh:

Tabel 4. Hasil Analisis Kata Kunci Pencarian Manual

Kata Kunci	Posisi Saat Ini	Volume
kampus terbaik di Tegal	1-5	<10
perguruan tinggi di Tegal	1-7	<100
kampus Tegal	1-9	<200
kampus murah Tegal	1-1	<100
kampus IT Tegal	1-1	<100
kuliah IT di Tegal	1-1	<100

Berdasarkan tabel 4. 4 beberapa kata kunci sudah berhasil menduduki posisi halaman 1 Google, dengan kisaran posisi antara baris 1 hingga 9. Kata kunci seperti kampus murah Tegal dan kampus IT Tegal bahkan berhasil menempati posisi baris 1 Google.

Namun, volume pencarian untuk kata kunci tersebut masih tergolong rendah, berkisar antara kurang dari 10 hingga kurang dari 200 pencarian per bulan. Hasil analisis ini menjadi dasar untuk menentukan strategi optimasi lanjutan agar tidak hanya mendapatkan peringkat yang baik, tetapi juga meningkatkan relevansi dan volume pencarian.

Berdasarkan hasil observasi, website *stmik-tegal.ac.id* telah mengalami peningkatan peringkat di hasil pencarian Google setelah dilakukan implementasi teknik *SEO On Page*. Secara umum, website ini sudah muncul di halaman pertama untuk beberapa kata kunci penting, namun implementasi *SEO* sebelumnya masih belum maksimal dan konsisten.

Beberapa kelemahan yang ditemukan antara lain adalah penempatan *heading* yang belum tertata dengan baik, penggunaan meta *title* dan meta *description* yang belum mengandung kata kunci dengan kuat, serta struktur *internal link* yang masih terbatas. Selain itu, beberapa halaman belum mengandung konten yang terstruktur dan sesuai dengan kaidah *SEO*.



Gambar 5. Optimasi Meta Judul Menggunakan Plugin *All In One SEO*

Penerapan *SEO On Page* dalam penelitian ini dilakukan melalui plugin *All In One SEO*, yang memudahkan pengelolaan elemen-elemen seperti meta *title*, meta *description*, dan struktur *heading*. Meta judul dioptimalkan agar mengandung kata kunci target seperti *kampus IT murah di Tegal* dan disusun secara menarik agar meningkatkan potensi klik dari pengguna.

Pada bagian meta deskripsi, kalimat-kalimat informatif yang mengandung kata kunci dimasukkan secara alami untuk memperjelas isi halaman kepada mesin pencari dan pengguna. *Heading* juga diatur ulang agar mengikuti struktur yang ideal: H1 untuk judul utama, H2 untuk subtopik utama, dan H3 untuk rincian atau isi tambahan. Hal ini tidak hanya

membantu Google dalam memahami struktur halaman, tetapi juga membuat konten lebih mudah dibaca oleh pengunjung.



Gambar 6. Penempatan Kata Kunci dalam Konten Website

Penempatan kata kunci dalam konten dilakukan secara strategis, tanpa berlebihan, dengan mempertimbangkan kenyamanan pembaca dan kepadatan kata kunci yang sesuai. Kata kunci dimasukkan di paragraf awal, subjudul, dan beberapa kali di isi artikel, terutama pada konten yang ditargetkan untuk halaman program studi dan pendaftaran mahasiswa baru.

Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan optimasi yang tepat, website *stmik-tegal.ac.id* memiliki peluang besar untuk mendominasi hasil pencarian organik untuk kata kunci yang relevan dengan dunia pendidikan tinggi di wilayah Tegal. Hal ini didukung oleh nama domain yang sudah sangat representatif, struktur navigasi yang sederhana, serta penggunaan *CMS WordPress* yang mendukung integrasi plugin *SEO* dengan baik.

Beberapa keunggulan yang dimiliki website ini antara lain adalah penggunaan kata kunci dengan relevansi tinggi terhadap profil institusi, posisi awal yang sudah cukup baik di hasil pencarian Google, dan target audiens yang spesifik. Kondisi ini mempermudah proses optimalisasi dan memungkinkan hasil yang lebih cepat terlihat jika dilakukan pembaruan konten secara berkala.

Namun demikian, tantangan masih ada, seperti kurangnya sumber daya manusia yang fokus pada manajemen konten dan *SEO*, serta belum optimalnya struktur *internal link* antarhalaman penting. Untuk mengatasi hal ini, pengelola website perlu menerapkan pembaruan konten secara terjadwal dan memperkuat artikel-artikel yang memiliki nilai strategis dalam proses promosi institusi.

Strategi ke depan dapat diarahkan pada pemanfaatan kata kunci long-tail yang lebih spesifik, seperti *kuliah teknik informatika Tegal*, *kampus komputer terjangkau*, atau *pendaftaran STMIK Tegal 2025*. Dengan demikian, konten akan lebih terfokus dan mampu menjawab kebutuhan pencarian pengguna secara langsung.

Secara keseluruhan, implementasi *SEO On Page* yang berbasis pada analisis volume pencarian dan relevansi telah memberikan dampak positif terhadap performa website. Pendekatan ini dapat dijadikan model strategis bagi institusi pendidikan lain yang ingin meningkatkan visibilitas digitalnya secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, implementasi *SEO On Page* yang berbasis pada analisis volume pencarian dan relevansi telah memberikan dampak positif terhadap performa website. Pendekatan ini dapat dijadikan model strategis bagi institusi pendidikan lain yang ingin meningkatkan visibilitas digitalnya secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis kata kunci berdasarkan volume dan implementasi *SEO On Page* pada website STMIK YMI Tegal, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Proses analisis kata kunci dilakukan dengan menggunakan kombinasi *tools* seperti *Google Keyword Planner*, *Ahrefs*, *Rank Tracker*, dan pencarian manual. Analisis ini menghasilkan kata kunci yang relevan dengan konten website STMIK YMI Tegal dan memiliki potensi trafik tinggi. Kriteria yang digunakan meliputi volume pencarian bulanan, relevansi terhadap konten institusi, dan tingkat persaingan. Kata kunci seperti *kampus IT Tegal*, *kuliah IT di Tegal*, dan *kampus murah Tegal* terbukti menempati posisi halaman pertama Google.
2. Penerapan *SEO On Page* berdasarkan hasil analisis dilakukan melalui pengoptimalan elemen-elemen seperti *meta title*, *meta description*, struktur *heading*, penempatan kata kunci dalam konten, dan *internal linking*. Implementasi ini berhasil meningkatkan posisi peringkat kata kunci di hasil pencarian Google dan memperkuat visibilitas website secara organik. Website STMIK YMI Tegal kini lebih mudah ditemukan oleh calon mahasiswa yang melakukan pencarian informasi pendidikan secara daring.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Marcos, H. (2020). Implementasi Teknik SEO (Search Engine Optimatization) Dengan Menggunakan Metode On Page dan Off Page SEO (Studi Kasus KUB Sumber Rejeki). *Jurnal Ilmu-Ilmu Informatika Dan Manajemen STMIK*, 14(2). <https://doi.org/10.33481/infomans.v14i2.152>
- Antonius, A., & Suteja, B. R. (2021). The Implementasi Metode On-Page Search Engine Optimization untuk Meningkatkan Peringkat Website sebagai Hasil Pencarian Google. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 7(1). <https://doi.org/10.28932/jutisi.v7i1.3428>
- Daqiqil Id, I., Andriani, Y., Mahdiyah, E., & Aminuddin, A. (2021). Strategi TIK untuk Meningkatkan Peringkat Webometric Universitas Riau Menggunakan Metode GAP Analysis. <http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>
- Dwitya Pramudita, Y., & Solihin, F. (2019). PENERAPAN METODE SEO ON PAGE DAN OFF PAGE PADA WEB PENJUALAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN RANKING SERP. In *Jurnal Ilmiah NERO* (Vol. 4, Issue 2). <https://doi.org/10.21107/nero.v4i2.128>
- Heidy, G., Wattimena, J. A., Aruman, A. E., & Muris, D. (2024). Sinergi SEO dan Hubungan Masyarakat di Era Digital: Studi Kualitatif Pada Praktik Industri E-Commerce. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(4), 2024. <https://doi.org/10.35870/jti>
- Indriyatmoko, T., Claudy Forbenius, A., Santosa, M., & Diningrat, M. (2024). Strategi Optimisasi Kata Kunci dalam Meningkatkan Visibilitas di Mesin Pencari. *Information Technology Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.24076/intechnojournal.2024v6i1.1693>
- Kurniawan, W. B., Handayani, M., & Anggraini, N. (2025). Analisis Penerapan Strategi Search Engine Optimization (SEO) pada Website www.pbc.ac.id (Vol. 8, Issue 1). <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i1.7011>
- Muid, A., Arifin, B., & Karim, A. (2024). Peluang dan Tantangan Pendidikan Pesantren di Era Digital (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Islah Bungah Gresik). *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 11(1). <https://doi.org/10.34001/an.v6i2.228>
- Mutma, F. S., Dyanasari, R., & Biasini, N. (2023). Pelatihan Produksi Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Organisasi di Wilayah Kecamatan Pesanggrahan. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(4), 1034–1049. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i4.592>
- Nanda Aristya, K., Tridian Galih, S., & Agung Prakoso, S. (2024). Strategi Optimasi SEO On-Page Dalam Penulisan Artikel Untuk Meningkatkan Trafik Organik Pada Website E-Commerce. *Future Academia : The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific*

- and *Advanced*, 2(3), 273–279. <https://doi.org/10.61579/future.v2i3.170>
- Nugroho, B. H., Hamidin, D., & Supriady. (2024). Analisis dan Implementasi SEO Algoritma Google Panda Untuk Optimasi Website PT Revolusi Kesehatan. *Jurnal Komputer Antartika*, 2, 102–111. <https://doi.org/10.70052/jka.v2i3.463>
- Putri, S. E., & Prabowo, B. (2023). Penerapan Search Engine Optimization (SEO) Pada Strategi Digital Marketing UMKM. *NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 123–131. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v3i3.1452>
- Sadiah, H., & Maharani, S. H. (2024). Optimasi SEO On-Page untuk Meningkatkan Visibilitas dan Traffic Website E-Commerce: Studi Kasus pada Website Fahmi Sasirangan. *BIMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1234/bima.v3i2.14551>
- Saputra, A. D., & Rahmawati, L. (2025). Implementasi SEO On-Page pada Artikel Website Skill Academy untuk Menempati Halaman 1 Google. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5, 2957–2968. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i1.17307>
- Sari, U. L. (2024). Peran Media Sosial Dan SEO Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Platform Internet. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, 1. <https://journalsentral.com/index.php/jdss>
- Sheima, M. S., Rahman, A., & Hermuttaqien, B. P. F. (2024). Analisis Tingkat Pemahaman dan Penerapan Literasi Digital pada Siswa Kelas V Sekolah Dasar. *Pelita : Jurnal Kajian Pendidikan Dan Pembelajaran Indonesia*. <https://doi.org/10.56393/pelita.v4i2.2840>.